



TOGETHER
for a sustainable future

OCCASION

This publication has been made available to the public on the occasion of the 50th anniversary of the United Nations Industrial Development Organisation.



TOGETHER
for a sustainable future

DISCLAIMER

This document has been produced without formal United Nations editing. The designations employed and the presentation of the material in this document do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of the Secretariat of the United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) concerning the legal status of any country, territory, city or area or of its authorities, or concerning the delimitation of its frontiers or boundaries, or its economic system or degree of development. Designations such as “developed”, “industrialized” and “developing” are intended for statistical convenience and do not necessarily express a judgment about the stage reached by a particular country or area in the development process. Mention of firm names or commercial products does not constitute an endorsement by UNIDO.

FAIR USE POLICY

Any part of this publication may be quoted and referenced for educational and research purposes without additional permission from UNIDO. However, those who make use of quoting and referencing this publication are requested to follow the Fair Use Policy of giving due credit to UNIDO.

CONTACT

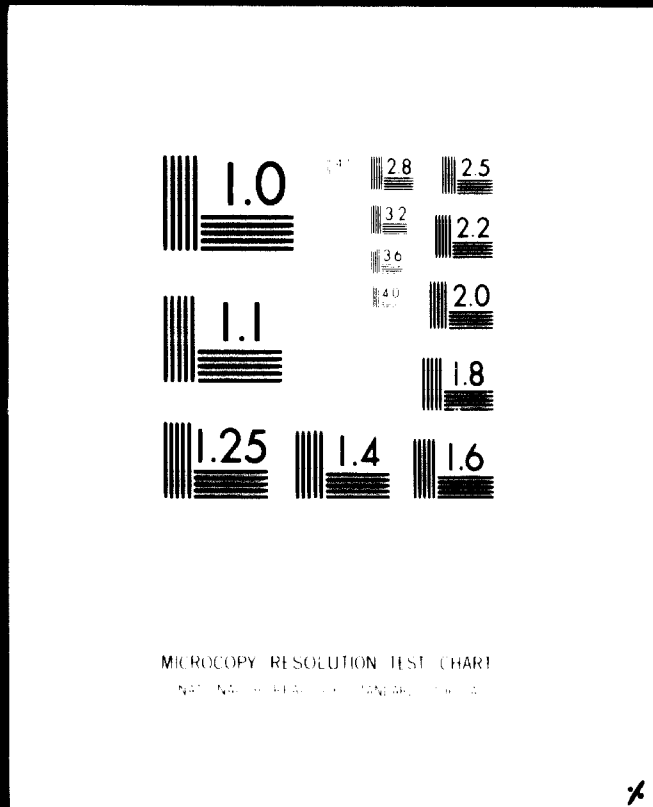
Please contact publications@unido.org for further information concerning UNIDO publications.

For more information about UNIDO, please visit us at www.unido.org

1 OF 2

02218

A



24 x
D

1D/17

02218-A



مركز التنمية الصناعية
للدول العربية

تنمية الصادرات الصناعية

Development of Industrial Exports

1970

UNIDO-1D/17

000833

صدر هذا الكتاب عن منظمة التنمية الصناعية للأمم المتحدة
(اليونيدو) عام ١٩٧٠ تحت عنوان

Development of Industrial Exports

وصدرت هذه الترجمة عن مركز التنمية الصناعية للدول العربية عام
١٩٧٣ بموافقة اليونيدو .

The Original Publication was issued by UNIDO in 1970 under
the title :

Development of Industrial Exports

CODE No. ID/17

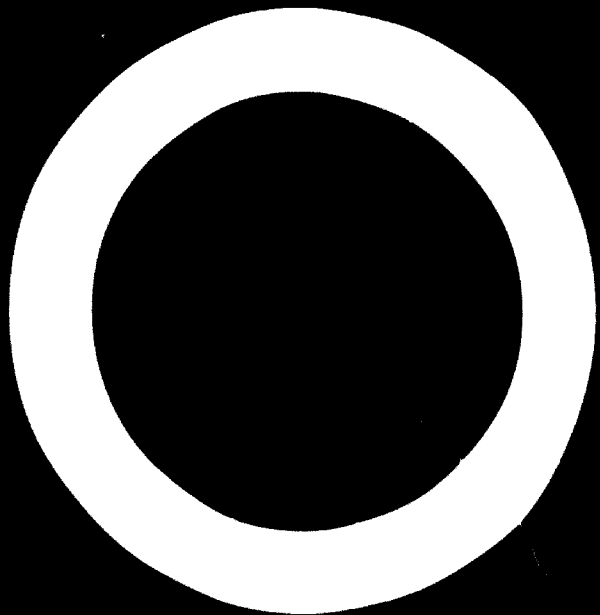
This Arabic Translation is published by IDCAS in 1973 according
to an agreement with the UNIDO.

تنمية الصادرات الصناعية

بحوث مقدمة في حلقة التدريب التي دعت اليها منظمة
الأمم المتحدة للتنمية الصناعية UNIDO والمركز التجاري
الدولي (التابع لـ UNCTAD) وذلك بالتعاون مع حكومة
جمهورية يوغوسلافيا الاشتراكية الاتحادية خلال الفترة من
٢٨ أكتوبر إلى ٦ نوفمبر ١٩٦٨ •

المحتويات

الصفحة	الموضوع
٧	تمهيد
٩	مقدمة
١٧	١ - دور الصناعة في النمو الاقتصادي للدول النامية وخاصة في مجال تنمية الصادرات .
٢٤	٢ - دور التجارة الخارجية في المنتجات المصنعة والوقود في التنمية الاقتصادية للدول النامية .
٥٩	٣ - بحوث تسويق الصادرات .
٨٦	٤ - انشاء وتشغيل اجهزة ترويج الصادرات في الدول النامية
٩٣	٥ - تمويل الصادرات في دول السوق الحرة الرأسمالية
١١٢	٦ - تنمية اسواق التصدير في دول التخطيط المركزي بأوروبا
١٣٦	٧ - تبادل التراخيص والأعمال
١٤٢	٨ - المنظمات التجارية الدولية
١٥٢	٩ - الجوانب الخاصة بانتاج للتصدير
١٧١	١٠ - اختيار الصناعات الموجهة للتصدير وتشجيعها



ملاحظات توضيحية

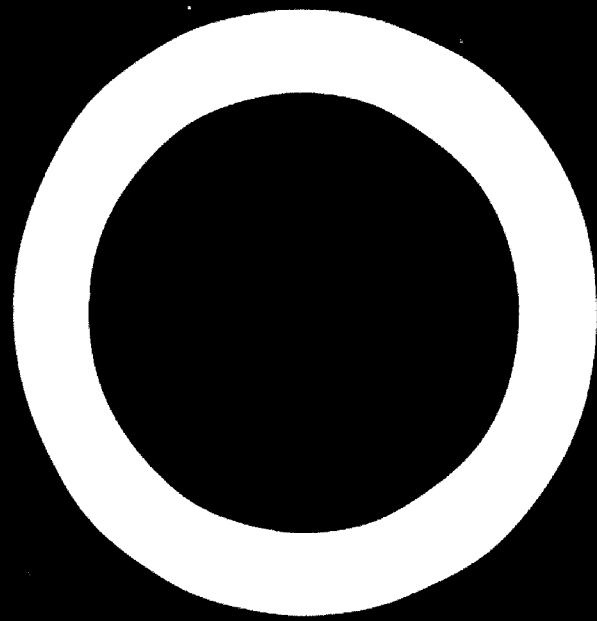
- تم تقريب كثير من الأرقام سواء في النقص أو الجداول .
- الإشارة الى العن تعنى العن المترى مالم يذكر خلاف ذلك .
- الإشارة الى الدولار تعنى دولار الولايات المتحدة الأمريكية .
- الإشارة الى الجنيه يعنى الجنيه الاسترلى .
- البليون تشير الى الف مليون .
- فترة السنة التى لا تتفق مع السنة الميلادية يشار اليها كالتالى ٦٩/٦٨
- فترة السنة او اكثر يتم ايضاحها بالصورة الآتية :
١٩٦٨ - ١٩٦٩ و ١٩٦٨ - ١٩٧٠ .. الخ .
- استخدمت المختصرات الآتية :

الأمم المتحدة

ECAFE	الجنة الاقتصادية لآسيا والشرق الاقصى
UNCTAD	مؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية
UNIDO	منظمة الامم المتحدة للتنمية الصناعية
UNDP	برنامج الامم المتحدة للتنمية
FAO	منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة
GATT	الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة

الغرى

CTT	هيئة تنمية الصادرات (ايرلندا)
EEC	السوق الأوروبية المشتركة
IDA	هيئة التنمية الصناعية (ايرلندا) .
SITC	التصنيف النمطى للتجارة الدولية



المهيد

تم عقد حلقة التدريب على تنمية الصادرات الصناعية في زغرب بيوغوسلافيا خلال الفترة من ٢٨ اكتوبر الى ٦ نوفمبر ١٩٦٨ . وقد اشتركت في تنظيم البرنامج كل من منظمة الامم المتحدة للتنمية الصناعية والمركز التجارى الدولى المتفرع من مؤتمر التجارة والتنمية ومنظمة الجات وذلك بالتعاون مع جمهورية يوغوسلافيا الاشتراكية الاتحادية . وكان الهدف من الحلقة هو العمل على زيادة كفاءة الاعضاء المشتركين من الدول النامية الذين يعملون في مجالات التوسع الصناعى وترويج الصادرات في بلادهم .

وقد كان الاشتراك مقصورا على موظفى الحكومة الذين يشغلون مراكز تتيح لهم الافادة من التدريب والذين يمدىهم القدرة لنشر وبث الاساليب الفنية التى تم بحثها في هذه الحلقة بين المصدرين المحليين . وقد اشترك في الحلقة تسعة عشر مندوبا من سبع عشرة دولة (اسماء المشتركين في الملحق المرفق) .

وقد قام مستر دراجوسلاف زدراكوفيتش من الادارة الاتحادية للتعاون الفنى والدولى وممثل الحكومة اليوغوسلافية في الحلقة بعمل مدير حلقة التدريب . كما قام كل من مستر روبرت نوريس من قسم السياسات والبرامج بمنظمة الامم المتحدة للتنمية الصناعية ، ومستر مايكل دينى رئيس قسم برامج التدريب بالمركز التجارى الدولى لمؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية ، والجات بالعمل كمديرين ممثلين للمنظمتين اللتين يتبعانها .

وكان من بين مندوبى الامم المتحدة الآخرين ثلاثة اعضاء من قسم البرامج والسياسات الصناعية بمنظمة الامم المتحدة للتنمية الصناعية وهم :

السيد/ شفيق الاخرس رئيس قسم السياسات الصناعية ، والسيد/ فرانسوا لوجاى مدير القسم ، ومستر ماي.ى. فولكون من قسم التنمية الصناعية . اما السيد/ س . دسيادى بواسيردون كبير محلى التسويق فقد كان يمثل المركز التجارى الدولى التابع لمؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية ، والجات .

وقد تم وضع برنامج الحلقة بهدف اعطاء الدارسين فكرة عملية متممة شاملة من العوامل الرئيسية للتنمية الناجحة الصادرات . كذاك غطت المحاضرات التي القاها الخبراء ذوى الشهرة المرموقة في مجالات تخصصهم عددا كبيرا من الموضوعات المتعلقة بمشاكل تنمية الصادرات الصناعية وترويجها في الأسواق الخارجية . وكانت المحاضرات تتبع بمناقشات يركز الاهتمام فيها على التطبيق العملى للأساليب الفنية التي تم بحثها وفقا لظروف واحتياجات الدول النامية بصفة عامة . وظروف الدول الأعضاء المشتركة في الحلقة بصفة خاصة .

وقد بنيت البحوث المنشورة في هذا المجلد على أساس بعض المحاضرات المختارة التي القيت في حلقة التدريب . وتعكس هذه البحوث مختلف اتجاهات ووجهات نظر الخبراء ولكنها ليست بالضرورة وجهة نظر سكرتارية أى من منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية أو المركز التجارى الدولى التابع لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية والجات . وقد صار تعديل البحوث التي تم نشرها هنا لتجنب التكرار ، بينما لم يتم نشر بعض المواد المعينة التي قدمت في الحلقة لأن الموضوعات التي تناولتها قد تمت تغطيتها في بحوث أخرى أو لأنها تخرج من مجال الفرض من هذه النشرة ، أو لأن المتحدثين قدموا وجهات نظرهم بطريقة غير رسمية .

مقدمة

المركز التجارى الدولى التابع لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية ومنظمة الجات

انشاء المركز التجارى الدولى ، ومقره جنيف ، بناء على طلب الدول النامية لمساعدتها فى تنمية تجارة صادراتها . وقد بدأ المركز أعماله فى مايو ١٩٦٤ تحت رعاية منظمة الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة « الجات » . ومنذ يناير ١٩٦٨ اشترك فى ادارته كل من مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية والجات . ويجرى تقرير برنامج العمل وأوجه نشاط المركز بواسطة أجهزة مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية والجات على أساس التوصيات التى تصدرها سنويا المجموعة الاستشارية لخبراء تنمية التجارة المشكلة من حكومات الدول الأعضاء فى كل من الوكالتين .

ويتركز عمل المركز التجارى بصفة رئيسية فى ترويج المبيعات الخارجية أى تسويق الصادرات من المنتجات من ناحية . ومن ناحية اخرى دعم الخدمات الترويجية التى يحتاجها كل من القطاعين العام والخاص فى الدول النامية لتنسيق الجهود الرامية الى بيع منتجاتها فى الخارج . وذلك فان هدف المركز هو مساعدة الدول النامية لتوسيع تجارة صادراتها عن طريق امدادها بالمعلومات الخاصة بأسواق الصادرات والتسويق . ومعاونتها فى تنمية خدمات ترويج صادراتها وتدريب الأفراد اللازمين لأداء هذه الخدمات . ويقوم المركز بخدماته بدون مقابل لكل الدول النامية .

وتنحصر المعونة التى يقدمها المركز للدول النامية فى الوقت الحالى فى اربعة انواع رئيسية من الخدمات : الخدمات الخاصة بمعلومات السوق ، برنامج النشر ، الخدمة الاستشارية لترويج التجارة ، وبرنامج التدريب .

الخدمات الخاصة بمعلومات السوق :

تقوم ادارة معلومات السوق بتقديم البيانات الخاصة بالتجارة والتسويق استجابة لاستفسارات الدول النامية فيما يتعلق بالمنتجات والأسواق ذات الأهمية بالنسبة لها . وتتناول تقارير السوق التى يعدها المركز عددا كبيرا من البنود تبدأ من السلع الأولية الى المنتجات المجهزة والسلع الصناعية .

وهي تعطى موضوعات مثل تقدير امكانيات السوق في الدول المستوردة ، تأثير قرارات السياسة التجارية على التجارة . التعليمات الصحية واللوائح الادارية التي تؤثر في التجارة . طرق التسويق ، الاساليب الفنية للتسويق والترويج . اتجاهات الاسعار وتكاليف التوزيع . ويمكن تبويب التقارير التي تعدها ادارة معلومات السوق الى ثلاث مجموعات كبيرة على النحو التالي :

(ا) يتم نشر الدراسات الشاملة التي تجرى عن اسواق المنتجات الهامة وذلك بالنسبة للمنتجات التصديرية ذات الاهمية لكثير من الدول النامية . وتتضمن الدراسات الشاملة التي تمت فعلا دراسات عن الخشب الأبلكاج وقشرة الخشب . وزيت بذرة القطن . والأخشاب الاستوائية المقطوعة . واللحوم المحفوظة . وفول شجر البلاذر . والمنيهوت والفواكه والخضراوات الطازجة . والجلود المدبوغة . وجلود الحيوانات والدخان غير المصنع . ونفطى هذه الدراسات الشاملة عددا من اهم الاسواق العالمية المحتملة لاستيراد هذه المنتجات ، كما توفر معلومات شاملة عن اسواق لها قيمتها لدى المنتجين والمصدرين في الدول النامية .

(ب) يتم تزويد الدول النامية كل على حدة بدراسات خاصة عن امكانيات الاسواق بناء على طلبات خاصة محدودة . وتندرج هذه الدراسات من التقارير المتوسطة الحجم عن الاسواق ، الى مسح شامل للسوق . ونفطى بعض هذه الدراسات عددا كبيرا من المنتجات ذات الاهمية الحالية او المحتملة بالنسبة للدول المعنية . وتهدف الى المساعدة في تكوين واتخاذ عدة تدابير قومية لترويج الصادرات فيما يتعلق بالاسواق المستهدفة المختارة .

(ج) يقدم المركز ايضا بيانات متخصصة عن نواح خاصة في التسويق بناء على استفسارات ترد اليه عن مسائل النقل او عن المعارض التي تخصص اعرض منتجات معينة مثلا او عن طرق التجارة .

برنامج النشر :

يتضمن برنامج المركز للنشر اصدار طبعات منفصلة بكل من اللغات الانجليزية والفرنسية والاسبانية من جريدته : "International Trade Forum" التي تظهر مرة كل شهرين وتوزع في جميع انحاء العالم على المؤسسات العامة والخاصة وعلى الأفراد الذين يعملون في حقل التجارة الدولية .

وتقوم جريدة (Forum) بالإعلان عن امكانيات التصدير المتاحة لدى الدول النامية مع جذب الانتباه الى فرص الاستيراد المتاحة لها في الدول المتقدمة . وتبين دور خدمات التصدير الأساسية وتسمييق الصادرات والأساليب الفنية للترويج . كما تعلن عن فرص التدريب على ترويج التجارة وتعنى بنشر التغييرات التي تطرأ على السياسات التجارية للدول كما تعكسها التعريفات الجمركية والاجراءات الأخرى التي تؤثر في التجارة .

ويصدر برنامج النشر أيضا سلاسل من الكتيبات عن أساليب ترويج التجارة ومصادر البيانات التجارية . ولقد نشر حتى الآن ما يلي :

دليل لأساليب ترويج الصادرات ، ومرجعا مختارا عن خدمات ترويج الصادرات في الدول النامية ، وكذلك دليل عنوانه اتحادات الصناعات والتجارة في ثمانية وعشرين دولة ، وخلصتين وافيتين من المصادر هما :
الاحصاءات التجارية الدولية ، واحصاءات عن السلع الأساسية . ودليل عن بحوث تسويق الصادرات الدول النامية ، ومرجع الدراسات الشاملة للأسواق حسب المنتج وحسب الدول ، وتقرير عن الندوة التي عقدها المركز عن التدريب في ترويج الصادرات ، ودليل للدول النامية عن تجميع البيانات الأساسية عن أسواق التصدير ، ودليلين تجاريين هما : مؤسسات التجارة الخارجية في يوغوسلافيا ومؤسسات التجارة الخارجية في دول أوروبا الشرقية ، وكذلك ملخص لمحاضرات ترويج الصادرات عن المركز التجاري الدولي / مؤسسة داج همرشولد السويدية - برامج التدريب ، وتنظيم البعثات التجارية - دليل للدول النامية ، ودور وكلاء الشحن في الدول النامية .

الإدارة الاستشارية لترويج التجارة :

تقوم الإدارة الاستشارية لترويج الصادرات بإيفاد المستشارين والخبراء الى الدول النامية لإنشاء أو تحسين برامج ومؤسسات وخدمات ترويج الصادرات بناء على طلب هذه الدول . وتتضمن هذه الخدمة تقديم العون فيما يتعلق بالمسائل المتصلة بالأجهزة القومية لترويج الصادرات والخدمات الأساسية لترويج الصادرات ، كذلك فيما يختص بالمشاكل الخاصة المتعلقة بتسويق الصادرات السلعية .

ولدى المركز نواة من مستشاري ترويج التجارة ذوي الخبرة الواسعة في مجال ترويج الصادرات بصفة عامة مع دراية متخصصة بالخدمات القومية لترويج الصادرات على المستوى الحكومي والمختلط .

كما يقوم المركز بإرسال بعثات لتقصي الحقائق وبعثات أخرى بناء على طلب الدول . وعلى أساس معونة قصيرة الأجل . وذلك من بين هيئة موظفيه أو من الخبراء المقيدين لدى المركز ، أو بواسطة وكالات الاتصال القومية للمركز في الدول المتقدمة . أو من الإخصائيين الذين يعينهم المركز ذاته . ويجرى تمويل بعض هذه البعثات بالكامل من التبرعات الاختيارية التي تقدمها الدول المتقدمة . وعندما تطلب إحدى الدول النامية معونة لفترة أطول يطلب منها المركز التقدم إلى برنامج الأمن المتحدة للتنمية (UNDP) لتمويل المشروع . ومع ذلك ففي كل الأحوال يقوم المركز قبل إرسال البعثة بتنفيذ كافة الأعمال التحضيرية اللازمة لتعريف الخبراء بالمهمة ، وتوفير النفقات اللازمة لهم خلال فترة قيامهم بواجبهم . ومتابعة أعمالهم .

برنامج التدريب :

يعتبر تدريب مواطني الدول النامية على ترويج التجارة والتسويق عنصراً أساسياً في وضع برامج ناجحة لترويج الصادرات . ويقدم برنامج المركز للتدريب فرصة لمواطني الدول النامية العاملين في ترويج الصادرات والتسويق لتحسين مهاراتهم ومعرفتهم بترويج التجارة وذلك عن طريق الاشتراك في الحلقات وندوات البحث . وجولات دراسة التجارة ، والتدريب الميداني . والبرامج المعدة خصيصاً في أسواق الدول المتقدمة وفي المناطق النامية .

وتتضمن الأشكال الجديدة لحلقات التدريب برامج تدريب إقليمية تعقد في مقر اللجان الاقتصادية الإقليمية . وبرامج قومية (عن دولة واحدة) تعقد في المركز التجاري الدولي ذاته . ويتم توفير تسهيلات التدريب بالتعاون مع حكومات الدول المتقدمة . والمؤسسات . ومجالس ترويج الصادرات وكذلك بواسطة المركز ذاته مباشرة . وتقوم هيئة المركز الخاصة ببرنامج التدريب بتنظيم حلقات التدريب . وتعد المناهج للحلقات وتفحص المرشحين . . الخ . بينما يتم تدبير الموارد اللازمة لمواجهة نفقات الحلقات ، ومصروفات المنح التدريبية Fellowships عن طريق الاكتتابات الاختيارية من الدول المتقدمة أو من برنامج الأمم المتحدة للتنمية (UNDP) :
ويبلغ العدد الكلي للأفراد الذين ينتفعون من كافة تسهيلات التدريب التي تتم بهذه الطريقة ما بين ٣٠٠ إلى ٤٠٠ شخص سنوياً .

وكالات الاتصال القومية للمركز :

من اهم اوجه نشاط المركز اقامة علاقات عمل مع وكالات الاتصال القومية الرسمية في كل من الدول المتقدمة والنامية . وقد كان هذا التعاون عوناً لكافة خدمات المركز وخاصة بالنسبة لمعلومات السوق ، حيث ساعدت وكالات الاتصال القومية بشكل ايجابي في جمع ونشر البيانات عن التجارة ذات الفائدة بالنسبة للدول النامية . وقد تمكن المركز أيضاً عن طريق وكالات الاتصال القومية الرسمية ان ينشئ اتصالات مثمرة مع الاجهزة القومية الاخرى في كل من القطاعين العام والخاص العاملة في مجال التجارة (الاجهزة الحكومية وشبه الحكومية وغرف التجارة واتحادات التجارة ... الخ) . وبالإضافة الى ذلك فان المساعي الحميدة التي تقوم بها وكالات الاتصال القومية في كثير من الدول المتقدمة قد وفرت للمركز امكانيات من هذه الدول دعمت الى حد كبير قدرته على خدمة الدول النامية . وقد اتخذت هذه المساهمات شكل الهبات المالية ، والحاق عدد من المتخصصين المهنيين بالمركز تدفع هذه الدول مرتباتهم بالكامل . وامداد المركز بالمستشاريين في ترويج التجارة لارسالهم في بعثات الى الدول النامية . وتزويده بالمحاضرين لللازمين لبرنامج التدريب واصدار كتيبات خاصة عن اسواق الصادرات وتسويقها . وتقوم وكالات الاتصال القومية في ثلاث دول اوروبية غربية بخدمة اعمال المركز في مشروعات الدول النامية على اساس التفرغ الكامل . وهكذا شجع نشاط المركز اجهزة اخرى ، وخاصة في الدول المتقدمة . على ان تضطلع بدور ايجابي متزايد لتشجيع صادرات الدول النامية .

منظمة الامم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO)

انشئت منظمة الامم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) في ١ يناير ١٩٦٧ للنهوض بالتنمية الصناعية والمساعدة على زيادة سرعة عجلة التصنيع في الدول النامية . وتقوم المنظمة بنوعين اساسيين من النشاط ؛ أنشطة تنفيذية تتضمن مساعدات مباشرة للدول النامية ؛ وأنشطة اخرى مساعدة تتضمن اجراء الدراسات العملية والبحوث .

وفي ظل هذه الأنشطة التنفيذية يمكن لمنظمة الامم المتحدة للتنمية الصناعية ان توفر للدول النامية عددا كبيرا للغاية من الخدمات ؛ اذ يمكنها على سبيل المثال ان تساعد في :

(١) انشاء وتشغيل وادارة المؤسسات الصناعية ، والنهوض بالاستثمارات المحلية وزيادتها .

- (ب) التمويل الخارجى لمشروعات صناعية محددة .
(ج) انشاء مؤسسات قومية قوية لإدارة الخدمات الصناعية .
(د) اعداد برنامج التنمية الصناعية وكذلك المشروعات الخاصة المحددة .
(هـ) توفير هيئة التدريب .
(و) حل المشاكل المتعلقة باستغلال واستخدام الموارد الطبيعية والموارد الخام الصناعية والمنتجات الثانوية .
(ز) نشر المعلومات المتعلقة بالتكنولوجيا الحديثة ومساعدة الدول النامية على تطبيق هذه المعلومات بطريقة فعالة .
(ح) النهوض بالعمل على المستوى القومى والدولى وعلى المستوى الاقليمى لتحقيق التصنيع السريع .

وبوصفها وكالة مشتركة فى ومنفذة لبرنامج الأمم المتحدة للتنمية UNDP فان منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية تقوم بتنفيذ مشروعات الصندوق الخاص (Special Fund) التى يحددها لها برنامج الأمم المتحدة للتنمية . وتقوم منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) لدى تنفيذها لهذه المشروعات طويلة الأجل والمهودة للاستثمار بمساعدة الحكومات الاعضاء . بناء على طلبها . فى اجراء دراسات الجدوى اللازمة لتحديد فرص الاستثمار وفى اقامة معاهد للبحوث والتدريب ، وفى تشغيل مراكز للتصميم الصناعى وفى اقامة الوحدات الارشادية والتجريبية ولما كانت هذه المشروعات قد تمت خلال فترة بلغت عدة سنوات فان كلا منها تكلف عدة ملايين من الدولارات . ويتم تمويلها بالاشتراك بين برنامج الأمم المتحدة للتنمية (UNDP) والدولة التى تتلقى المعونة . وتعتمد منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) عند تنفيذ مشروعات الصندوق الخاص على اموال برنامج الأمم المتحدة للتنمية فى توفير الخبراء والمستشارين والمعدات وكذلك المنح اللازمة للتدريب فى الخارج .

وعن طريق بند المعونة الفنية فى برنامج الأمم المتحدة للتنمية يتم توفير الخبراء للامم المتحدة للتنمية لتقديم المشورة والرأى فى المشاكل المتعلقة بالتصنيع بصفة عامة أو فى نواح معينة من العمليات الصناعية ، وتتراوح مدة هذه البعثات من بضعة شهور الى ما يزيد عن سنة .

وتقوم منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) بموجب برنامجها العادى للمعونة الفنية فى التنمية الصناعية بتوفير المشورة والنصح عن طريق خبراء يوفدون لمدة سنة أو أقل وعن طريق اعطاء منح للتدريب فى الدول الصناعية المضيقة . كما يجرى توفير الخبراء والخدمات الاستشارية

ايضا للدول النامية التي تودع أموالا لدى الأمم المتحدة لمثل هذه المشروعات بموجب ترتيبات اعتمادات الأمانة . Funds-in-trust

وفي سبيل تحقيق تنسيق فعال بين المشروعات الصناعية في الدول النامية فقد قامت منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) بالاتفاق مع برنامج الأمم المتحدة للتنمية UNDP بتعيين عدد من المستشارين في مجال التنمية الصناعية ليكونوا على اتصال مباشر بحكومات الدول الأعضاء وبالممثلين المقيمين لبرنامج الأمم المتحدة للتنمية فيما يتعلق بالمسائل الخاصة المتعلقة بالتنمية الصناعية ووضع مشروعات الطلبات الخاصة بالمعونة الفنية .

على أن جانبا جوهريا من الأنشطة العملية لمنظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية يتمثل في برنامج الخدمات الصناعية SIS . ويجرى العمل في هذا البرنامج بمقتضى اجراءات سريعة ومبسطة يجرى في ظلها ارسال خبراء اما منفردين او في شكل فريق لفترات قصيرة . وغالبا ما يكون ذلك بموجب طلب سريع نسبيا . لابداء المشورة في حل المشاكل الفنية التي تنشأ فيما يتعلق بتشغيل المصنع والآلات مثلا او تدفق المواد او رقابة الجودة ، او في قيام الصناعات بانتاج منتجات جديدة .

والقسم الثاني من نشاط منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) هو برامج الدعم التي تتضمن الدراسات والبحوث وتبادل المعلومات والتدريب . والتي تهدف كلها الى المساهمة في فعالية العمليات الميدانية ، ويفطى مجال نشاط هذا القسم تجميع وتحليل ونشر وتوزيع البيانات المتعلقة بمختلف نواحي التصنيع مثل التكنولوجيا الصناعية ، والاستثمار والتمويل والانتاج والادارة والتخطيط .

وتقوم منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) بتنظيم الاجتماعات الدولية بغية تبادل وجهات النظر في مسائل ومشاكل محددة متصلة بالتنمية الصناعية بين موظفي الحكومات او الخبراء من كل من الدول النامية والدول المتقدمة . ويتم عقد هذه الاجتماعات على شكل ندوات او حلقات دراسية او اجتماعات للخبراء . ويتم نشر نتائجها وتوصياتها على نطاق واسع . كما تقوم منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) ايضا بتنظيم برامج تدريبية في داخل المصانع يتلقى فيها المهندسون الصناعيون والفنيون من الدول النامية تدريبا عمليا في صناعات معينة مثل الحديد والصلب ، والأسمنت ، والصناعات الهندسية الكهربائية .

ونقوم ادارة المعلومات الصناعية في منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) بتقديم معونة عملية للدول النامية عن طريق الرد ، بدون مقابل ، على استفساراتها بشأن المشاكل الصناعية . ويمكن ان تقدم هذه الخدمة للموظفين والافراد الفنيين في المؤسسات العامة وشبه العامة التي تهتم بالتنمية الصناعية . وكذلك الى المؤسسات الصناعية من كل الانواع . ويمكن ان تطلب المشورة فيما يتعلق بالمعدات الصناعية والأسعار والجودة وشروط التسليم والدفع وكذلك فيما يتعلق بتحديد المواصفات وتقييم العروض والعطاءات .

وتحتفظ الادارة بسجل تقييد فيه اسماء المستشارين المتخصصين في التنمية الصناعية . ويمكن ان يقدم النصح الى الدول النامية فيما يتعلق بالمهارات والخدمات الاستشارية المتاحة . كما تحتفظ الادارة ايضا بمجموعتين من البيانات احدهما عن الامكانيات الصناعية المتاحة في الدول النامية . وتبين الاخرى المصادر الخاصة بالمعرفة الفنية والاستثمارات . وتمكن هاتان المجموعتان من تنظيم الاتصالات بين الاطراف المعنية بناء على طلبات محددة .

وتقوم منظمة الامم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) ايضا بتنفيذ برنامج لترويج الاستشارات الصناعية وذلك لمساعدة الدول النامية في زيادة تدفق كل من الموارد المحلية والاجنبية اللازمة لنموها الصناعي . وتمثل احدى الطرق المستخدمة في تنظيم لقاءات بين المستثمرين المحتملين وممثلى الدول النامية الذين يكون لديهم مشروعات محددة .

وثمة طريقة اخرى تساعد بها منظمة الامم المتحدة للتنمية الصناعية الدول الاعضاء في تعبئة رأس المال المطلوب للاستثمار تتمثل في تنظيم برامج تدريبية لموظفين من الدول النامية على الاساليب الفنية لترويج الاستثمار . وتتكون البرامج من سلسلة من المحاضرات والمناقشات والرحلات الميدانية والتدريب العملى في الدول المصدرة لرؤوس الاموال . وتشمل اسماء المحاضرين عددا من رجال الصناعة والمال البارزين وممثلين للمؤسسات الاستشارية الشهيرة وخبراء في الاستثمار من المؤسسات المالية الدولية . كما تقوم منظمة الامم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) ايضا بايفاد الخبراء ، بناء على طلب الدول المعنية ، وذلك للمساعدة في اقامة اجهزة لترويج الاستثمار او في تحسين الاجهزة القائمة .

١ - دور الصناعة في النمو الاقتصادي للدول النامية

وخاصة في مجال تنمية الصادرات

اعداد : منظمة الامم المتحدة للتنمية الصناعية

انشئت منظمة الامم المتحدة للتنمية الصناعية لمساعدة الدول النامية في الاسراع بنموها الصناعي . ويعتبر التوسع في الصادرات الصناعية لتلك الدول جزءا لا يتجزأ من برنامج عملها .

ويستدعى الامر في البداية ان نفحص باختصار مدى المشاكل الصناعية التي تواجه الدول النامية . فمن الواضح ان مستوى تصنيعها ما زال بعيدا عن ان يكون مرضيا . وهو ما يعتبر امرا شادا اذا ما قورن بمستوى التصنيع المبكر في بعض الدول المتقدمة في العالم . وبلاضافة الى ذلك . فانه عندما كان تصنيع هذه الدول ما زال في مهده في الجزء الاخير من القرن التاسع عشر فانها لم يكن لديها مزايا الثورات الحديثة في التكنولوجيا . او المؤسسات المالية الدولية الضخمة التي تنمو باستمرار . او وسائل التعليم المتقدمة .

ان احدى المشاكل التي تواجه دولة ما في اول مراحل التصنيع المبكرة هي مشكلة دخولها متأخرة في ميدان أصبح فيه للموردين والمنافسين من الدول المتقدمة مزايا فنية ومالية كبيرة . والمشكلة الأخرى هي ان المستثمر في دولة نامية قد يقرر ان مدخراته تكون أكثر أمانا اذا ما تم استثمارها في دولة متقدمة مما ينقص من مقدار رأس المال المتاح للنمو الصناعي في الدول النامية .

وقد سجل المتوسط السنوي لمعدل النمو الصناعي في الدول النامية اخيرا نسبة ٧٪ سنويا . وعلى الرغم من ان ذلك قد يبدو رقما مشجعاً الا انه يعنى القليل نسبيا اذا ما نظرنا اليه بالأرقام المجردة . ذلك ان حجم الانتاج الصناعي في الدول النامية يقل عن ٥٪ من حجم الانتاج العالمى . والى جانب ذلك فان الجزء الأكبر من سكان العالم يعيش في المناطق النامية . وكنتيجة ذلك فانه بينما اقترب متوسط نصيب الفرد من قيمة الانتاج الصناعي في الدول المتقدمة خلال السنوات الأخيرة من ٦٠٠ دولار سنويا . فان القيمة المقابلة في الدول النامية كانت حوالى ٢٠ دولارا فقط .

وتنفق الدول النامية حوالى ١١٨ دولار من متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلى الاجمالى ، الذى يبلغ ١٤٠ دولارا سنويا ، على الاستهلاك العام والخاص . بينما يخصص حوالى ٢٢ دولارا للتنمية الاقتصادية والاجتماعية ؛ يستثمر منها فى المتوسط ٤ دولارات فقط فى الصناعة ، بينما يصل ما ينفق فى الدول المتقدمة على الاستهلاك العام والخاص الى حوالى ١٢٠٠ دولار ، والاستثمار حوالى ٣٠٠ دولار يخصص منها حوالى ١٠٠ دولار للصناعة . وهكذا فان مستوى الاستهلاك فى الدول المتقدمة يبلغ عشرة امثاله فى الدول النامية . بينما يبلغ مستوى الاستثمار الصناعى ٢٥ ضعفا ومستوى الانتاج الصناعى ٣٠ ضعفا .

ويلاحظ ان المعدل البطيء للانتاج الصناعى فى الدول النامية ليس سببه انخفاض مستوى الاستثمار الراسمالي فقط ولكن يرجع ايضا الى تعقيدات اخرى مثل الطاقة الصناعية غير المستخدمة ، وضيق الاسواق ، وارتفاع التكاليف ونسالة الوفورات الخارجية ، وجمود الانتاج ، وانخفاض مستوى الادارة . وكل هذه العوامل مصحوبة بانخفاض مستوى الاستثمار فى الصناعة تفسر الثغرة الواسعة القائمة بين الدول المتقدمة وبين الدول النامية فى الصناعة .

انماط التنمية الصناعية

يتمثل الاسلوب التقليدى للتنمية الاقتصادية فى الدول النامية فى استغلال المواد الخام والمعادن المحلية فى تصنيع سلع بسيطة للغاية . بينما يمكن النظر الى ذلك كخطوة اولى فى عملية النمو الا انه لا يعتبر اساسا سليما للتنمية الاقتصادية طويلة الاجل ، فان عنصر القيمة المضافة الصغير فى مثل هذه المنتجات لن ينتج الا مكاسب محدودة من ناحية العمالة والدخل المتولد . بينما توجد عقبات كبيرة على جانب الطلب .

وينبغى على الدولة النامية التى ترغب فى تحقيق معدل نمو ثابت ومستمر ان تنظر الى ما بعد هذه المرحلة الابتدائية لكى تقوم بصناعة المنتجات الاكثر تعقيدا . وهذا يعنى ، على اية حال ، ان اولئك المسئولين عن التخطيط يواجهون قرارا هاما فيما يتعلق بتوجيه التنمية .

وتنقسم الاساليب المبكرة للتصنيع التى وضعت فى ظل المشاكل التى واجهتها الدول الكبرى (كاليهند وباكستان من ناحية والارجنتين والبرازيل من ناحية اخرى) الى مجموعتين كبيرتين : احدها هى تلك الاتجاهات التى تنظر الى زيادة متوسط الدخل او الدخل الكلى كهدف عاجل للتنمية ،

والأخرى هي التي تعطي أولوية لمواجهته مشاكل العمالة التي يحلها النمو السريع للسكان . وغالبا ما يعتبر هذان الاتجاهان مكملين لبعضهما البعض . ما لم يكونا متماثلين . وبفض النظر عن وضع أي من الهدفين قبل الآخر . فقد كان ينظر الى التصنيع بصفة عامة على اعتبار أنه موجه أساسا للسوق المحلي ، ونحو السياسات الخاصة بتوزيع الدخل . وتخصيص الموارد ، وهيكل الإنتاج . كما كان اختيار الأساليب الفنية والتنظيم الصناعي ينبع من هذه النظرة .

ان التوسع في الصادرات غالبا ما كان يعترف بضرورته ولكن كان ينظر اليه عادة في ضوء ميزان المدفوعات لا بوصفه جزءا هاما من أسس السوق اللازمة للتصنيع ، ولذا فان الصادرات نادرا ما نظر اليها على أنها أكثر من فضلة متبقية من جهود التنمية الموجهة نحو السوق المحلية .

وفي أمريكا اللاتينية التي بدأت عملية التصنيع مبكرة قبل معظم الدول النامية ، سرعان ما ظهرت القيود على التصنيع المستقر . وتزايد وضوح ان قيد النقد الأجنبي وتحديده لزيادة النمو كان أكثر شدة عما قدر اصلا ان يكون عليه .

على ان الاحلال محل الواردات والزيادة المباشرة وغير المباشرة في طلبات الاستيراد قد أدت الى تفاقم صعوبات ميزان المدفوعات بدلا من تخفيفها . ولقد تأثرت قدرة هذه الدول على استيراد المكونات الصناعية الأساسية الى حد بعيد نتيجة التقلبات الحادة في قيمة الصادرات . وقد أدى هذا بدوره الى اختلال العمليات في المنشآت الصناعية ، كما أدى ايضا الى تناقص فرص زيادة الاستثمار في الصناعات التي تنتج منتجات تحل محل الواردات بمرور الوقت ، بحيث بدأ النمو ، على طول هذا الاتجاه يدخل في نطاق العوائق المحلية ايضا .

وسرعان ما اظهرت التجربة ان امكانيات تخفيف أزمة العمالة عن طريق هذا الشكل من اشكال التصنيع كانت محدودة جدا . وحتى في ظل الظروف المواتية فان التراكم المحلي لرأس المال الصناعي قد نقص كثيرا عن القدر المطلوب لتوفير العمل للزيادة في قوة العمل ، وهذا مع اغفالنا القدر المطلوب للتغلب على البطالة السافرة والمقنعة في القطاعات التقليدية من الاقتصاد .

كما ان الانتقال من الإنتاج للسوق المحلي الى التصدير لم يكن كبيرا كما كان متوقعا . وبخلاف الاعتبار الأساسي الذي يفترض ان الصناعات التي تحميها رسوم جمركية عالية لا يمكنها ان تواجه المنافسة الحامية للأسواق

الدولية . فان توجيه صناعات التنمية ناحية السوق المحلى يؤثر تأثيرا عكسيا على هيكل الانتاج وعلى تصنيف المنتجات من ناحية تسويق الصادرات .

وتعتبر المنتجات التى تتمتع بمرونة دخلية عالية من ناحية الطلب عليها بسبب انخفاض الدخل القومى ؛ مقبولة من حيث احلالها محل الواردات . على انه يلاحظ ان سوق هذه المنتجات يميل الى التشبع فى الدول الاكثر غنى . ومن ثم فانه حتى وبعد ان تقل المرونة الدخلية للطلب على هذه المنتجات . فان السوائض التى ستتاح منها آنذاك لا يمكن ان تتحول فورا الى اسواق التصدير نظرا لاختلاف ظروف الطلب فى الخارج .

ولعل خير مثال لذلك هو صناعة عدد الآلات ، التى غالبا ما تكون ضمن الصناعات التحويلية الاولى التى تتم اقامتها . ومع ذلك فان انواع الاصناف المطلوبة والتى تقوم هذه الصناعة بإنتاجها فى اية دولة نامية غالبا ما تكون محدودة وتتركز حول انتاج المخارط . وسوق التصدير بالنسبة لمثل هذه الأنواع محدود وخاصة فى الدول المتقدمة ، التى ليس لديها صناعات خاصة بها لعدد الآلات منذ زمن بعيد فحسب . بل لأنها تطلب كذلك انواعا من العدد المعقدة لخدمة هياكلها الصناعية المتقدمة فنيا .

وثمة مشكلة اخرى هى ان المنتجات التى تنتج أصلا للسوق المحلى تكون موجهة الى سوق عادة ما تكون الطلبات فيه اقل تميزا عما هى عليه فى الدول المتقدمة . ويتطلب التنافس الناجح فى الاسواق الخارجية قدرا كبيرا من تهيئة المنتجات ويخلق هذا بدوره مشاكل خطيرة للانتاج .

وعلى مخططي التنمية ان يدركوا ان النمو الصناعى المناسب لا يمكن ان يوضع على اساس الطلب المحلى وحده . وبدلا من تكييف الهيكل الصناعى باكماله وفقا لاحتياجات الطلب المحلى مع تفضيل المنتجات التى تتمتع بمرونة عالية فى الطلب محليا . فانه يجب على المخططين او يوجهوا التصنيع الى المنتجات التى يزداد عليها الطلب كثيرا فى الخارج . اذ ان صناعات التصدير تعتبر اساسية فى اية برامج تنمية متوازنة طويلة الاجل .

ويتم تقرير المدى الذى ينبغى الوصول اليه فى التركيز على الصناعات التى تقام بغرض التصدير وفقا لمرحلة النمو الصناعى التى حققتها الدولة . ففي الفترة المبكرة للنمو يكون الميل واضحا نحو السوق المحلى ، الا انه حتى فى هذه المرحلة فانه يلزم ان يتضمن الاطار الصناعى وضع اساس لقطاع التصدير . ومع تقدم التصنيع فان هذا الاساس ينبغى ان يتوسع ، كما ينبغى ان يتحمل القطاع الصناعى مسئولية متزايدة من ناحية

اكتساب النقد الاجنبي اللازم، واجهمة احتياجاته الخاصة المتزايدة من الواردات . وفي الاجل الطويل فان الاحلال محل الواردات تصبح له قيود خطيرة .

وقد لا يكون واقعيان نعتقد ان الدول النامية بمواردها الطبيعية الخاصة من التكنولوجيا والادارة يمكنها ان تدخل الى انتاج السلع الصناعية الاكثر تعقيدا وعلى قدم المساواة مع المنافسين لها في الدول المتقدمة . الا ان افضل ما يمكن ان تتوقع الدول النامية بلوغه خلال المراحل المبكرة للنمو هو المحاكاة والتكييف بنجاح .

ان زيادة التركيز على الاحلال محل الواردات يمكن ان تؤدي غالبا الى ادخال اساليب فنية رديئة . او الى تشتيت الموارد الانتاجية بين عدد كبير من الصناعات المحدودة بالانتاج للسوق المحلي والتي تكون فرصتها في التوسع محدودة ايضا تبعا لذلك . وامام هذه القيود والعقبات لا يمكن تطبيق السياسات الاقتصادية التي تقدم على اساس الانتاج الكبير والاساليب الفنية ذات الكفاءة وما يصاحبها من التسويق على نطاق واسع .

دور الحكومة في النهوض بصناعات التصدير

لا يستطيع القطاع الصناعي الخاص في اية دولة نامية الوفاء باحتياجات سوق التصدير اذ يعوقه عن ذلك وبدرجة كبيرة نقص بيانات التسويق والموارد المالية المحدودة والمستويات التكنولوجية المنخفضة . ولذلك فانه ليس من الغريب بالنسبة لرجل الصناعة والمستثمر ان يفضل الضمان المتمثل في سوق محلية تظلمها الحماية بدلا من المخاطرة في الاسواق الدولية غير المضمونة .

وتبعا لذلك فان العبء يقع على عاتق الحكومة في وضع السياسات التي تشجع اقامة الصناعات الخاصة بالتصدير . ويجب ان تكون الحكومة مدركة لعبء الاستيراد الثقيل الذي عادة ما يصاحب عملية التصنيع ومخاطر الاعتماد كثيرا على المنتجات الاولى للحصول على النقد الاجنبي . ولذلك فان من مسئولية الحكومة ان تضع استراتيجية تقوم على اساس تصدير السلع المصنعة التي تؤدي في النهاية الى استقرار ميزان المدفوعات . وهذه الاستراتيجية يجب ان تدرك العقبات المالية الشديدة التي تواجه المنتج الذي يرغب في التصدير من احدى الدول النامية . فاذا ما كان عليه ان ينافس على قدم المساواة منافسيه من الدول المتقدمة ، فانه ينبغي على الحكومة ان تحاول تعويضه عن الصعوبات التي تفرضها الموارد المحدودة وضيق نطاق عملياته وصعوبات النقل .

على ان مشروعات حوافز التصدير التي استحدثتها الحكومات وما صاحبها من قروض التصدير والتأمين . يمكن أن يساعد الى حد كبير على خفض النفقات الى المستوى التنافسي وأن يستبعد بعض المخاطر التي تصاحب التصدير كما يتيح للمنتج ان يقدم شروطا للائتمان مماثلة لتلك التي يقدمها المنافسون من الدول المتقدمة .

وبالإضافة الى هذا . فان المنتجين الأفراد الذين يدخلون الى ميدان التصدير لأول مرة قد يعانون من نقص المعلومات عن السوق فيما يتعلق بأحدث التصميمات والأساليب الفنية للإنتاج . ولذلك فان من المستحسن أن تقيم الحكومة مؤسسات تقوم بتوفير هذه المعلومات لمصلحة قطاع التصدير . ان أهمية مثل هذه المؤسسات تتمثل في انها تكون مركز يمكنه أن يقدم النصح والمشورة الى المنتجين عن ظروف الأسواق الخارجية كما يمكنه أن يقوم بالإرشاد والتوجيه في مجال أساليب ترويج التجارة . ان مشاكل ضعف التصميم والجودة يمكن مواجهتها بإقامة مراكز للتصميم لاستحداث أنماط عالية من التصميمات ورقابة الجودة . كذلك يمكن إقامة معاهد للبحوث والتنمية تهيء للمنتج الوسيلة للحصول على أحدث الأساليب الفنية من الخارج وبهذا تشجع النمو المحلي .

دور منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO)

انشئت منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) في يناير ١٩٦٧ للنهوض والتعجيل بالتصنيع في الدول النامية ، مع التركيز بصفة خاصة على قطاع الصناعة التحويلية . وتغطي وظائف المنظمة مجالا واسعا من الأنشطة التنفيذية بهدف مساعدة الدول النامية في إقامة وتشغيل وإدارة المنشآت الصناعية بما في ذلك النهوض بالاستثمار المحلي وتعبئة المزيد من التمويل الخارجي لمشروعات صناعية محددة . وإقامة مؤسسات قومية فعالة لإدارة أجهزة الخدمات الصناعية واعداد برامج للتنمية الصناعية وكذلك اعداد مشروعات محددة ، وتدريب الموظفين ، وحل المشاكل المتعلقة باستغلال واستخدام الموارد الطبيعية والمواد الخام الصناعية والمنتجات الفرعية .

وقد انشأت منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية قسم صناعات التصدير الذي يتبع إدارة السياسات والبرامج الصناعية . ويهتم هذا القسم بصفة خاصة بإقامة وتنمية صناعات التصدير . ويتجه نشاطه الى رفع الطاقة ومعدلات الكفاية الإنتاجية للقطاعات الصناعية في الدول

النامية والتي يتوقع لها التوسع في التصدير . وتوجه هذه الأنشطة الى صناعات التصدير القائمة والى الصناعات ذات الامكانيات المحتملة للتصدير في المستقبل والى الصناعات الجديدة التي يمكنها ان تساهم في تحقيق دخل من التصدير .

وللوصول الى هذه الاهداف ، فقد نظم قسم صناعات التصدير عددا من الأنشطة التنفيذية . مثل ايفاد بعثات استكشافية الى الدول النامية لتحديد المجالات المحتملة للتوسع في التصدير ، ولتحديد المشاكل التي تواجه تنمية هذه المجالات . ويمكن ان تتبع هذه البعثات بايفاد خبراء الى الدول المعنية لتقديم المشورة في موقع العمل الى المنتجين او الى السلطات الحكومية بشأن الاجراءات الملائمة لتنمية الصادرات في كل بيئة على حدة . ولما كان القسم يضع معايير الكفاية في اعتباره ، فانه يقوم بتنظيم حلقات تدريبية ويعين الخبراء اللازمين لتقديم الارشاد العملي للدول النامية فيما يتعلق بالانتاج التصدير وطرق التنظيم .

ولما كانت عوامل العرض والطلب ترتبط ارتباطا تاما بتنمية الصادرات، لذلك فان القسم يتعاون تعاونا وثيقا مع كل من مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD والاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة (الجات) GATT واللجان الاقليمية للأمم المتحدة في جمع المعلومات عن الأسواق . لتحديد افضل الأسواق التي تستوعب الزيادة في منتجات التصدير . وبصفة خاصة فان القسم على اتصال وثيق مع مركز التجارة الدولي التابع لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية ومنظمة الجات ، والمسئول عن معاونة الدول النامية في تسويق وترويج الصادرات .

٢ - دور التجارة الخارجية في المنتجات المصنعة والوفود

في التنمية الاقتصادية للدول النامية

بقلم : انجوس هون(١) Angus Hone

سوف يدرك أهمية الصادرات من السلع المصنوعة في أنماط التجارة للدول النامية في المستقبل جميع هؤلاء الذين لاحظوا ان تنبوءات عام ١٩٧٥ التي اعدتها Bela Balassa عن قيمة الصادرات المصنعة (١٩٦٠ - ١٩٧٥) قد تحققت في عام ١٩٦٦ لا في عام ١٩٧٥ (Balassa ١٩٦٤) . فقد زادت تجارة العالم في المصنوعات (مجموعات SITC ٥ - ٨) ببطء شديد في الفترة بين عامي ١٩٥٥ - ١٩٦٠ الا ان سرعة هذا النمو قد زادت بزيادة التجارة الدولية عامة في الستينات وعندما بدأ عدد من كبار المصدرين في شرق آسيا يتغفلون بدرجة ملموسة في الأسواق العالمية . وكانت انجازات هونج كونج والصين (تايوان) مشيرة بصفة خاصة (انظر جدول ٦) وفي السنوات الثلاث الماضية حدث تحول هام في سياسات التصدير الحكومية في عدد من الدول الهامة (الأرجنتين ، البرازيل ، الهند ، المكسيك) .

ويبين الجدول رقم (١) ان الصادرات من السلع المصنوعة في الفترة من ١٩٦٠ الى ١٩٦٦ قد زادت قيمة وكمية بمعدل ١١٪ و ١٤٪ في السنة على الترتيب مقابل ٥٨٪ بالنسبة لجميع الصادرات .

ويبدو ان الأسواق الهامة لصادرات السلع المصنوعة في الدول النامية في العقد القادم ستظل بالضرورة في الدول الرأسمالية المتقدمة (انظر الجدول رقم ٢) . كما ان النمو السريع في التجارة مع دول الاقتصاد المخطط والتي حصلت على ما قيمته ٢ بليون دولار من صادرات الدول النامية عام ١٩٦٧ لا يمكن ان يقارن بتجارة بلغت قيمتها ٢٩ بليون دولار مع الدول المتقدمة

(١) معهد دراسات التنمية Stanmer House, Sussex, England

التي تتبع اقتصاد السوق . وكانت الأدلة تجمع وخاصة خلال عامي ١٩٦٧ و ١٩٦٨ على أن التجارة مع دول الاقتصاد المخطط وعمالها الرئيسيين في تجارة السلع المصنوعة (الجزائر . كوبا . الهند . ج.ع.م.) سوف تزيد في ببطء شديد في العقد القادم . ومن ثم فإن هذا البحث سوف يركز على المشاكل التي يفلب أن تواجهها الدول النامية في تنمية صادراتها الى الدول المتقدمة التي تتبع اقتصاد السوق .

وهناك اعتبار آخر فيما يتعلق بالسلع المصنوعة وهو اتساع حجم اسواق السلع كثيفة العمل وكثيفة الموارد المعروضة من الدول المتقدمة التي تتبع اقتصادالسوق . انظر جدول [٢] . ويعتبر النمو السريع في خطوط انتاج معينة ممكنا في حالة انتفاء خطر التمزق المبكر للسوق ومخاطر القيود الكمية . ان النمو الحاد في صادرات اليابان الى الولايات المتحدة وصادرات هونج كونج الى المملكة المتحدة يعتبران من الامثلة الطيبة للامكانيات المفتوحة امام الدول النامية شريطة ان تستطيع التغلغل في الاسواق ابتداء .

ويمكن ان تبين اهمية المصنوعات في المستقبل من الجدول رقم (٣) الذي قدر فيه الانكتاد (UNCTAD) من واقع ارقام ١٩٦٠ - ١٩٦٥ اتجاهات نمو الصادرات الى عام ١٩٧٥ . وقد تنبأ بزيادة صادرات السلع المصنوعة بأسرع من زيادة صادرات الوقود . ويظهر الجدول رقم (٤) انه من المتوقع ان تزيد حصة المصنوعات والوقود في الدول النامية من ٣٦ ٪ من اجمالي صادراتها الى ما يربو على ٥٠ ٪ . ولما كان معظم هذه الزيادة يتركز في الدول المنتجة للبتروول فان اهمية السلع المصنعة تتعاظم بالنسبة للدول التي تفتقر الى البتروول . ويظهر الجدول رقم (٥) الى أي مدى كان التوسع في صادرات السلع المصنوعة قاصرا على جنوب وشرق آسيا . ومن الواضح ان أي زيادة ملموسة في نسبة السلع المصنوعة من صادرات امريكا اللاتينية وافريقيا وغرب آسيا سوف تتطلب جهودا ضخمة داخل الدول وترويجا منسقا للصادرات .

جدول رقم (١)
أنماط سلع التصدير من الدول النامية الى
الدول المتقدمة ذات الاقتصاديات السوق
١٩٥٥ — ١٩٦٦

مجموعة السلع	القيمة في عام ١٩٦٦ ١ بليون دولار		التغير في القيمة (١) (% سنويا)		التغير في الحجم (١) (% سنويا)	
	١٩٦٦/٦٠	١٩٦٠/٥٥	١٩٦٦/٦٠	١٩٦٠/٥٥	١٩٦٦/٦٠	١٩٦٠/٥٥
المواد الغذائية والمشروبات والتبغ	٧٦٦	٣٠٦	٣٢٣	٣٠٦	٣٠٠	٣٠٠
المواد الخام	٦٤٤	١٠٠	٢٢٢	١٠٠	١٠٢	١٠٢
المجموع	١٤٠٠	٤٠٨	٢٢٦	٤٠٨	٢٠٢	٢٠٢
الوقود	٨٦٩	٨٠	٩٥	٨٠	٧١	٧١
السلع المصنوعة	٤٨٨	٤٠٤	١١١	٤٠٤	٢٢٧	٢٢٧
المجموع الكلي	٢٧٧٧	٢٠٩	٥٢٨	٢٠٩	١٠٥	١٠٥

(١) كل الجاميع الثوية متوسطات مرجحة .
المصدر : مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية .

جدول رقم (٢)
مصدر وجهة الصادرات العالمية
(١) صادرات عام ١٩٦٧
(بليون دولار)

المصدر	الجهة		
	الدول النامية	الدول المتقدمة ذات اقتصاديات السوق	الدول ذات الاقتصاد المخطط
الدول النامية (صادرات البترول) (الصادرات الأخرى)	٨	٢٩	٢
الدول المتقدمة ذات اقتصاديات السوق	٣٠	١١٢	٦
الدول ذات الاقتصاد المخطط	٣	٦	١٥
جميع الصادرات	٤١	١٤٧	٢٣

(ب) المتوسط السنوي لمعدل نمو الصادرات ١٩٦٧/٦٠ (بالنسبة المئوية)

الجهة				المصدر
جميع الدول	الدول ذات الاقتصاد المخطط	الدول المتقدمة ذات اقتصاديات السوق	الدول النامية	
٥٦ (٧٧)	٩٠	٥٨	٤٤	الدول النامية (صادرات البترول) (صادرات أخرى)
٨٤ (٤٧)	١١٢	٩٧	٣	الدول المتقدمة ذات اقتصاديات السوق
٧٤	٤٤	١١٣	١٥٦	الدول ذات الاقتصاد المخطط
٧٧	٦٦	٨٩	٥٨	جميع الصادرات

المصدر: A. Maizels مؤتم الأمم المتحدة للتجارة والتنمية .

جدول رقم (٣)

المعدلات المتوقعة لنمو صادرات الدول النامية حتى عام ١٩٧٥

المعدلات المركبة السنوية لنمو ١٩٧٥/١٩٦٠ (١)

معبرا عنها بنسبة مئوية (١)

الجهة		الدول النامية		الدول ذات الاقتصاد المخطط		الدول المتقدمة ذات اقتصاديات السوق		مجموعات السلع
كل الدول	الكل	أعلى	أقل	أعلى	أقل	أعلى	أقل	
٣٥	٢٨	٥٢	٤٠	١١٥	٩٤	٢٥	٢٢	المواد الغذائية
٢٣	١٦	٣٤	٢٩	٣٥	٢٤	١٦	١٠	المواد الخام الزراعية
٤٨	٤٣	٧٨	٧١	٨٧	٧٩	٤٦	٤٠	المعادن غير المستخدمة كوقود
٣٥	٢٨	٤٨	٣٩	٧٥	٥٧	٢٨	٢٤	المجموع
٩٣	٨٣	٨٤	٧٠	١٥٦	١٤٢	٩٤	٨٧	السلع المصنعة
٨٠	٧٥	٤٤	٣٩	—	—	٩٢	٨٨	الوقود
٥٦	٥٠	٥٥	٤٦	٨٢	٦٥	٥٥	٥٠	المجموع الكلي

(١) كل المجاميع متوسطات مرجحة .

المصدر: وثيقة مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية

T/D 34 الملحق رقم (١) صفحة (٢٦)

الجدول رقم (٤)
توزيع صادرات الدول النامية حسب
مجموعات السلع الرئيسية ١٩٦٠ و ١٩٧٥
(نسبة مئوية)

تقديرات ١٩٧٥		١٩٦٠	مجموعة السلع
أعلى نسبة	أقل نسبة		
٢٥	٢٥	٣٤	المواد الغذائية
١٢	١١	١٨	المواد الخام الزراعية
١٠	١١	١٢	المعادن - غير الوقود
١٥	١٤	٩	السلع المصنعة
٣٨	٣٩	٢٧	الوقود
١٠٠	١٠٠	١٠٠	المجموع العام

المصدر: وثيقة مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية رقم TD/34 الملحق رقم (١).

الجدول رقم (٥)
تكوين الصادرات السلعية من المناطق الرئيسية
١٩٦٠ و ١٩٧٥ (١)
(نسبة مئوية)

المجموعات السلعية

المنطقة	السنة	المواد الغذائية	المواد الخام الزراعية	الوقود	المعادن الأساسية	السلع المصنعة
أمريكا اللاتينية	١٩٦٠	٤٥	١١	٢٨	١٢	٣
	١٩٧٥ (أقل نسبة)	٣٨	٨	٢٨	٢٠	٦
أفريقيا	١٩٦٠	٤٣	٢٦	٥	١٩	٧
	١٩٧٥ (أقل نسبة)	٣٣	١٥	٣٠	١٣	٩
جنوب وشرق آسيا	١٩٦٠	٣١	٣٠	٧	٨	٢٤
	١٩٧٥ (أقل نسبة)	٢٧	١٨	١٠	٧	٣٨
آسيا الغربية	١٩٦٠	٥	٥	٨٥	—	٥
	١٩٧٥ (أقل نسبة)	٣	٣	٨٩	—	٥
	١٩٧٥ (أعلى نسبة)	٣	٣	٨٩	—	٥

(١) تقديرية .

المصدر: مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية .

اسباب ببطء نمو الصادرات من السلع التقليدية

ان اسباب الحاجة الملحة الى تنمية الصادرات معروفة جيدا . فقد يهبط مقدار معونة التنمية المتاح في العقد القادم الى ما دون اهداف كل من ١ ٪ من الدخل القومي و ١ ٪ من اجمالي الناتج القومي التي وضعت في مؤتمر التجارة والتنمية الاول .

وتعاني كل من انجلترا وفرنسا من صعوبات ميزان المدفوعات والتي يغلب الا تحل في الاجل القصير . وفي ذات الوقت فان اعباء سداد الدين في الدول النامية قد غدت اكثر ما تكون قسوة . ان الجزء الاكبر من المعونة الجديدة في السنوات الخمس القادمة سوف يحتاج اليه فعلا في سداد الدين وهذا يعنى ان النقد الاجنبي اللازم للاستثمار القومي لابد وان يتولد بصورة متزايدة من حصيلة صادرات العالم النامي . وعلى اية حال فان معدلات النمو في حجم وقيمة الصادرات من المواد الغذائية والمواد الخام التي لا تزال تمثل اكثر من ٥ ٪ من صادرات الدول النامية تعتبر جد بطيئة (جدول رقم « ١ ») .

وهناك اسباب هيكلية لهذا النمو البطيء (مايزلس ، ١٩٦٣) .

اولا : المرونة الداخلية للفالية العظمى من المواد الغذائية منخفضة جدا وفي ذات الوقت فان الحجم الاكبر من المواد الغذائية ذات المرونة الداخلية المرتفعة للطلب انما ينتج بصفة رئيسية في الدول المتقدمة مثل اللحوم ومنتجات الالبان والمشروبات الروحية .

ثانيا : ان تحول الدول المتقدمة ذات اقتصاديات السوق نحو انتاج السلع الراسمالية والالكترونيات والمنتجات الكيماوية قد قلل من متطلبات هذه الدول من المواد الخام .

ثالثا : ان ما تحتويه وحدة الانتاج من مادة خام قد هبط بفعل انجازات الصناعة الحديثة . وما الصناعات والعقول الالكترونية الا امثلة واضحة للصناعات المتطورة التي تستخدم كميات ضئيلة من المواد الخام لانتاج ما يساوي مليون دولار من المبيعات .

رابعا : ان عددا متزايدا من المواد الصناعية تتنافس بشدة مع المطاط ، والجوت ، والسيرال والقطن . وسوف يزداد استخدام هذه المواد في العقد القادم .

وتعنى هذه العوامل الاربعة ان نسبة المواد الغذائية والمواد الخام في تجارة الدول النامية سوف تهبط بصورة مضطربة ، وان نمو الصادرات من

المواد الغذائية والمواد الخام من حيث الحجم والقيمة ، سوف يكون بطيئا جدا . (انظر جدول ١) ويغلب أن تزيد سرعة النمو في صادرات الوقود (جدول ٣) كما يغلب الا تهدره الطاقة الذرية في العقد القادم بدرجة ملحوظة . ولكن مصدري البترول في غرب آسيا وأمريكا اللاتينية وشمال وغرب افريقيا ليسوا غير عدد محدود من الدول . كما وان عددا قليلا من الدول . من غير دول الخليج . يحتمل ان تكون قادرة على انشاء صنابير تنمية كما فعلت الكويت لمساعدة جيرانها الأقل حظا . وهذا التحليل لمجموعات السلع يوحي بأن الصادرات من السلع المصنوعة انما تقدم المجال الوحيد لغالبية الدول النامية للتوسع بدرجة ملحوظة في حصيلتها من النقد الأجنبي . ويلاحظ ان اية سياسة تجارية تستهدف تشجيع الصادرات من السلع المصنعة في المراحل المبكرة من التصنيع لها مشاكلها الكثيرة ولكن لها في ذات الوقت مزاياها العظيمة . وسوف نتعرض في بقية هذا البحث لمناقشة هذه المشكلات والحلول المناسبة لها .

اثر نمو الصادرات على كفاءة الاقتصاد المحلي

اوضح كيزينج Keesing سنة ١٩٦٧ ان لتنمية الصادرات عددا من الآثار الطيبة على الهيكل الاقتصادي للدول وهي :

اولا : يجعل تنمية الصادرات من الضروري بالنسبة للحكومة ولأصحاب المصانع أن يوجهوا مزيدا من العناية الى تدريب العمال والمديرين . ان هدف سياسة الحكومة اذا كان نجاح التصدير هو الغاية ، يجب ان يتمثل في ضمان تخفيض الكلفة عن طريق زيادة الانتاجية لكل من رأس المال والعمل وبالمثل التحسن المستمر في الانتاج لتمكين الصناعة المحلية من انتاج سلع على درجة عالية من النوعية والأداء حتى يمكن بيعها في اسواق الدول المتقدمة . وحتى الفشل في تصدير هذه السلع ما هو الا اختبار له قيمته لقياس درجة التنافس العالمية لمنتجات الصناعة المحلية .

ثانيا : وعلى صناعات التصدير ان تستخدم التكنولوجيا الحديثة وكذلك الأساليب الفنية الحديثة للإدارة . ويصدق هذا بوضوح على المنتجات العالمية الكثيفة العمل والتي تتطلب مستوى عاليا من التفشي والمراجعة . وقد تقدمت الدول النامية بنجاح في هذا المجال كما نجحت في الدخول الى اسواق التجهيزات الإلكترونية النمطية والأدوات العلمية والكيمائيات الخاصة (انظر الجدول رقم ١٥) .

ثالثا : وقد تجد الدول النامية انها تستطيع ان تحد من دائرة منتجات الصناعة ذات التكلفة المرتفعة والتي تكون دون مستوى الحجم الامثل ، وذلك عن طريق التخطيط وخاصة داخل اطار التعاون الاقليمي بأنشاء مشروعات ذات حجم امثل تحقق وفورات الحجم المعروفة . وفي ذات الوقت وفي خلال السنوات المبكرة فهي تستطيع تصدير الرصيد المتبقى بعد سد حاجة الأسواق الاقليمية . وعلى أية حال فانه يجب التركيز على ان تدرك الدول التي تنتهج مثل هذه السياسة ان المنافسة في السوق العالمي غالبا ما تتسم بالقوة .

رابعا : ان الاقتصاد الذي يركز على نمو الصادرات يكون له مجال اوسع في الوصول الى البيانات الخاصة بظروف السوق العالمية ، ورأس المال ، والتسويق والخبرة الاستشارية . وفي البداية تكون عملية الحصول على البيانات مرتفعة التكاليف وذلك بالنظر الى قلة اجمالي الصادرات من السلع المصنوعة ، ولكن مع نمو حجم الصادرات وظهور منتجات جديدة تبدأ فوائدها في الظهور . ويصبح المصدرون اكثر حساسية للأسعار ، والتنوعية وتواريخ التسليم . والخدمة المطلوبة بعد البيع في أسواق التصدير .

وأخيرا فان التركيز على عدد محدود من الصناعات ذات الكفاية بقصد تنمية الصادرات انما يروج التنمية ويحافظ على الموارد النادرة بطريقة اكثر فعالية من قطاعات الصناعة الواسعة والعريضة التي تتسم بضعف الكفاية والتي تحميها رسوم جمركية عالية والتي أنشأتها كثير من الدول النامية في الخمسينات وأوائل الستينات . ان سياسة تنمية الصادرات في مرحلة مبكرة لا تزيد امكانية الحصول على النقد الأجنبي لاية دولة فحسب بل تسمح أيضا للحكومة بأن تحسب تكلفة برنامج تصنيعها على اساس اسعار السوق العالمي .

العواجز التي تقف في وجه تجارة

السلع الصناعية او المصنوعة

غير انه توجد مجموعتان من العوائق التي لا بد من التغلب عليهما قبل أن تستطيع الدول النامية أن تبدأ في تصدير كميات ملموسة من المصنوعات والتي تمثل في الوقت الحاضر فقط ١٥٪ من اجمالي الصادرات . وعلى الرغم من أن صادرات الدول النامية تزداد بسرعة الا أنها تتركز بشدة:

المجموع رقم (٦١)

ما تستخدم الدول المنظمة ذات الصلة بالسلع المصدرة من السلع المصدرة من الدول المتقدمة حسب دول المنشأ الرئيسية

دولة المنشأ	١٩٦٥		١٩٦٤		١٩٦١		ملاحظات
	القيمة مليون دولار	المساحة %	القيمة مليون دولار	المساحة %	القيمة مليون دولار	المساحة %	
متوسط العالم							
السلوى							
لبنان	١٩٦٥ - ١٩٦١	٧	٧	٧	٧	٧	
٢٤٤٦	١٠٠٤	٧٢٧,٤٦	٩٧	٢٢,٠٠	٣١١,٤٦	٣١١,٤٦	موزمبيق
٩٥	٨٧	٦١٩,٤٢	٨٦	٥٥٨,٥٥	٤٢,٥٥	٤٢,٥٥	موزمبيق
٤٥٢	٦٧	٤٧٥,٥١	٧,٠٠	٤٥١,٤٦	٨٢	٤,٠٢	الهند
١٤٤٩	٦٥	٤٥٧,٥٠	٦١	٣٩٢,٤٦	٥٤	٦١٤,٤٦	فيليبين
٨٤٤	٥١	٣١,٥٧	٤٥	٢٨٩,٤٢	٥٤	٣١١,٤٦	ماليزيا
١٤٥٥	٤٠	٢٧٩,٧٨	٢٧	٢٤٥,٥٥	٢٤	١٦٢,٥٨	بنغلاديش
١,٤١	٢٧	٢٥٧,٤٢	٢٧	٢٤٢,٤٦	٤٩	٢٢٨,٥٨	الهند (الجزء المتبق من الهند)
١,٥٥	٢٦	٢٥١,٤٦	٢٦	٢٢,٠١	٢٥	١٦٨,٥٨	الباكستان
٦,٤١	٢٨	٢٠,٥٧	٢٥	١٩٤,٤٤	٢٢	١٥٢,٤٦	زيمبابوي ونيبال
٨٦١ -	٢٦	١٨٥,٤١	٢٤	١٥١,٤١	٢٧	١٢١,٤١	بنغلاديش
٨,٤١	٢٦	١٨٢,٤٦	٢٤	٢١٧,٤١	٥٢	٢٥٧,٤٤	الهند
١,٦٧	٢٥	١٧٢,٤٦	٢١	١٢٨,٤٦	١,٤١	٩٢,٤٧	الهند (بالتفصيل)
٤,٥٢	٢١	١٤٥,٤١	١,٧	١١٢,٥٠	٧	٣٧,٤٨	الهند (بالتفصيل)
١,٤٤	١,٤١	١٢,٥٥	١,٥	٩٧,٤١	١,٤٦	٧٨,٤٢	الهند (بالتفصيل)
-	١,٤٤	١,١,٤٦	١,٤١	١٢١,٤٧	٢,٤٦	١,١,٤٧	الهند (بالتفصيل)
١,٥٠	٢٤,٤١	٤٥٤,٤٦	٢٤,٤١	٤,٧,٤٢	٢٤,٤٦	٢١,٥٠	المجموع
٩,٤١	١,٠٠٠	٧,١٤,٥٥	١,٠٠٠	٢٤,٦٢,٤١	١,٠٠٠	٤٨٢,٤٦	(الدول المتقدمة عدا)

United Nations, Commodity Trade Statistics, Series D and Organization for Economic Co-operation and Development, Foreign Trade by Commodity, Series C.

أولاً : حسب المنتج : من المنسوجات ومختلف السلع الخفيفة المصنوعة أساساً .

ثانياً : حسب جهة الوصول : فإن القدر الأكبر من صادرات السلع المصنوعة يذهب إلى الولايات المتحدة والمملكة المتحدة .

ثالثاً : حسب الدولة المصدرة : انظر الجدول (٦) .

والمجموعة الأولى من العوائق هي التعريفات الجمركية التي تفرضها الدول المتقدمة والتي وصفت بالكامل في مكان آخر (جونسون ١٩٦٧ Johnson 1967). والمجموعة الثانية هي العوائق غير الجمركية والتي لها بالمثل وزن كبير سواء بالنسبة لبعض الدول أو بالنسبة لكثير من المنتجات .

الحواجز الجمركية :

لا تبدو الحواجز الجمركية لأول وهلة جسيمة جداً ، إلا أن الفئات « الاسمية » لا تمثل بالضبط حقيقة الصعوبات بالنسبة للدول النامية . والفيصل هو « الفئة الحقيقية » سواء أكانت تقيس القيمة المضافة للعمل أو القيمة المضافة للعمل ورأس المال معاً. وهذا المفهوم مسألة حيوية وذلك لأن التعريفات التي تفرضها الدول التي تتبع اقتصاد السوق تزيد عادة حسب مرحلة الانتاج (انظر جدول ٧ لعينة حسب التفصيل عن اثر الفئات الحقيقية) .

وقد جرت المادة إلا تفرض رسوم جمركية على المواد الخام أو إذا فرضت فتكون منخفضة نسبياً . أما الرسوم على السلع نصف المصنوعة والتامة الصنع فإنها تزيد من مرحلة إلى أخرى . ويوفر هذا التصعيد مزيداً من الحماية الفعالة للسلع الاستهلاكية أكثر منها للسلع الرأسمالية « وبالتالي فإن هذه الهياكل التعريفية تضع عوائق بالغة الصعوبة بصفة خاصة في وجه السلع التي تكون الدول الأقل تقدماً أقدر على إنتاجها للتصدير وهي السلع الاستهلاكية كثيفة العمل نسبياً والتي تستخدم

تكنولوجيا بسيطة نسبيا » . (جونسون ١٩٦٧ ص ٩٦ Johnson 1967)

على ان الفئات الحقيقية للحماية تكون في كل الحالات تقريبا اعلى من
الفئات الاسمية ، كما يتضح من الجدول (٨) .

كما ان الفئات الحقيقية لعدد من السلع التي يمكن تصديرها الى الدول
الكبرى مرتفعة جدا ويمكن تبين ذلك من جدول (٩) .

وهذه التعريفات جوهرية ، الا ان ما هو اكثر من ذلك استرعاء للنظر
هي حسابات بازيقي ١٩٦٦ Basevi 1966 عن الحماية الحقيقية للقيمة التي
يضيفها العمل في الولايات المتحدة (انظر جدول ٩) . وقد توحى هذه
الحواجز الجمركية بمستقبل قاتم الا ان النمو السريع للغاية في الصادرات
من السلع المصنوعة منذ ١٩٦٠ (جدول ١) يظهر ان الجهود المصممة
تستطيع التغلب على الفئات الحقيقية للحماية .

وقد نوقشت في مؤتمر التجارة والتنمية الثاني فكرة وضع مشروع
عام للتفضيلات لصادرات الدول النامية من السلع المصنوعة الى اسواق
الدول المتقدمة . وسوف تناقش لجنة التفضيلات المدى الذي تذهب اليه
التفضيلات التي تمنح واية حدود ترغب في فرضها الدول المتقدمة على
الحجم او القيمة او اية مجموعة من السلع .

ان المنافع التي تعود من المشروع العام للتفضيلات في حالة تنفيذه قد
تحد منها القيود النسبية على منتجات الدول النامية في اسواق الدول
المتقدمة وكذلك السلع التي تستبعد كل دولة متقدمة على حدة من
القائمة التي يتم الموافقة عليها . وعلى اية حال فربما كانت القيمة الرئيسية
لاية تنازلات تقرها لجنة التفضيلات هي التغلب على حواجز غير جمركية
معينة وعلى عوائق التسويق (جونسون ١٩٦٧ ص ١٠٥ الى ١٠٩
109 — Johnson 1967 pp. 105) ، على الرغم من ان الجانب الاكبر من
هذه المكاسب قد يفيد عددا قليلا من الدول . على ان الاعفاءات المحدودة
من الرسوم الجمركية انما يتيح للدول تنفيذ اوامر التصدير الاولى ، كما
انها تجعل - بالتاكيد - تصدير منتجات معينة اكثر ربحا .

الجدول رقم (٧)

المتوسطات المرجحة لمعدلات التعريفية الاسمية والفعلية
موزعة حسب مرحلة التصنيع في الدول المتقدمة ذات
اقتصاديات السوق (ا) وواراداتها من دول الكومنولث النامية ١٩٦٤
اجمالي الواردات من دول الكومنولث النامية (ب)

مرحلة التصنيع	المتوسط المرجح للتعريفية في الدول المتقدمة ذات اقتصاديات السوق		الواردات من دول الكومنولث النامية %	واردات المملكة المتحدة من دول الكومنولث النامية %
	المعدل الاسمي %	المعدل الفعلي %		
اشتغال خام (ج)	٤٦	—	٧١٢	٤٧٨
تجهيز بسيط (د)	٧٩	٢٢٦	٢٣٨	٢٥٦
مرحلة متقدمة في التجهيز (هـ)	١٦٢	٢٩٧	٢٩	١٠١
تامة الصنع (و)	٢٢٢	٣٨٤	٢١	٦٥
الاجمالي القبة ١٩٦٤ بالمليون دولار	—	—	١٠٠٠ (٨٦٢٦)	١٠٠٠ (٨٩٠)

المصدر : بيلا بلاز Bela Balassa هيكل الحماية في الدول الصناعية وآثاره على الصادرات من السلع المجهزة من الدول النامية ، وثيقة مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية TD/B/C.2/6.

(ا) السوق الأوروبية المشتركة ، اليابان ، السويد ، المملكة المتحدة والولايات المتحدة .

(ب) باستبعاد المملكة المتحدة .

(ج) اللحوم والأسماك المجمدة والطازجة ، الخضروات والفواكه الطازجة ، الكاكاو ، جلود الحيوانات ، الفول السوداني ، زيت جوز الهند ، لباب جوز الهند المجفف ، لب النخيل ، المطاط الطبيعي ، الخشب الخام ، لب الخشب ، الصوف الخام ، القطن الخام ، الجوت الخام ، السيزال والهنكن ، الحديد الخام ، البوكسيت ، النحاس ، الرصاص ، الزنك والمواد الخام المركزة .

الجدول رقم (٨)

معدلات التعريف الاسمية والفعلية (١)

في عدد من الدول المتقدمة

(بالنسبة المئوية)

الدولة	المعدل الاسمي	المعدل الفعلي
المملكة المتحدة	١٥٥	٢٧٨
الولايات المتحدة	١١٦	٢٠٠
السوق الأوروبية المشتركة	١١٩	١٨٦
السويد	٦٨	١٢٥

(١) المتوسطات المرجحة (كل السلع)

المصدر : H.G. Gohson (١٩٦٧) السياسات الاقتصادية تجاه الدول

التخلفة اقتصاديا .

Brookings Institution, Washington D.C., ٩٨ صفحة

(د) اللحوم والأسماك المجهزة ، الفواكه والخضروات المحفوظة ، بودرة وزبدة الكاكاو ، الجلود ، زيت الفول السوداني ، زيت جوز الهند ، زيت لب النخيل ، منتجات المطاط ، الخشب البسيط التصنيع ، الخشب الأبلكاش والقشرة ، لب الخشب ، غزل الصوف ، غزل القطن ، الجوت المنسوج ، حبال السفن ، كتل الحديد ، السبائك الحديدية ، النحاس غير المطروق ، الالمنيوم والزنك والرصاص غير المطروق .

(هـ) الشيكولاته ، المصنوعات الجلدية بما في ذلك الأحذية ، الصناعات الخشبية ، الورق ومصنوعاته ، مصنوعات الصوف المنسوج ، مصنوعات القطن المنسوج ، الخردوات ، الذكائب والاكياس المصنوعة من الجوت ، سبائك الصلب ، النحاس المطروق ، الرصاص ، الزنك ، الالمنيوم غير المطروق .

(و) الملابس القطنية ، منتجات مصانع الدرفلة منتجات الصلب الخاص ، والالمنيوم المطروق .

الجدول رقم (٩)
تقدير معدلات الحماية الفعلية للقيمة المضافة
لخمسة منتجات في دول مختارة سنة ١٩٦٢

(%)

اليابان	السوق الأوربية المشتركة	المملكة المتحدة	الولايات المتحدة	المنتجات
١٤	٣٦	٢٧٩	٣١٨	الخيوط والفضة
٤٨٨	٤٤٤	٤٢٢	٥٠٦	مصنوعات المنسوجات
٥٩٠	١٨٣	٢٤٣	٢٥٧	الجلود
٣٥٥	٣٠٠	٣٠١	٢٧٠	اللداين (البلاستيك)
٤٥٠	٣٩٧	٣٩٢	٢٦١	الدراجات والموتوسيكلات

المصدر : H.G. Johnson (سنة ١٩٦٧) السياسات الاقتصادية تجاه الدول
المتخلفة اقتصاديا صفحة ٩٩ Brookings Institution Washington, D.C

الجدول رقم (١٠)
تقدير معدلات الحماية الاسمية والفعلية على اساس
القيمة المضافة لقوة العمل في الولايات المتحدة

(%)

المعدل الفعلي على القيمة المضافة بواسطة العمل	المعدل الفعلي على كل القيمة المضافة	الفرق النسبي	المنتجات
٦٧٠	٣٤٠	١٧٥	دراجات
٧٠٠	٣٦٦	٢٦٧	ماكينات - آلات - ملحقاتها
٥١٩	٢٠٢	١٢٥	راديوها

المصدر : G. Bassivi عام ١٩٦٦ هيكل التعريف في الولايات المتحدة .
تقديرات المعدلات الحقيقية لحماية الصناعات والعمل الصناعي في
الولايات المتحدة Review of Economics and Statistics
مايو صفحة ١٤٧ - ١٩٦٠ .

الحواجز غير الجمركية :

لا حاجة الى مناقشة الحواجز غير الجمركية تفصيلا (فقد لخصها الجات وأعيد طبعها في كتاب جونسون ١٩٦٧ : ص ١٠٤ - ١٠٥ Johnson 1967. pp. 104 - 105.—

ان اهم التهديدات التي تواجه المصدرين الناجحين هي اما قيود الحصص او حدود الصادرات التي يتم التفاوض بشأنها . الا انه بالإضافة الى ذلك تعوق المصدرين القواعد والنظم الجمركية التي يصعب تفسيرها او اللوائح المتعلقة بالصحة والامان التي تؤثر على سلع الدول النامية . وتوجد عوائق اخرى متوارية للمنافسة الجديدة (Bain 1956 بين ١٩٥٦) والتي سوف تناقش تفصيلا فيما بعد في القسم الخاص بسياسات ترويج الصادرات . غير انه يلزم ابتداء تحليل التجارة في المنتجات الصناعية التي ظهرت فعلا .

التجارة الفعلية في المنتجات المصنوعة

تبين الجداول من ١١ الى ١٥ حجم الاسواق المنتظرة والمتاحة للدول النامية . ولو ان الكثيرين قد يختلفون مع تعريف (لارى ١٩٦٨ Lary 1968) للسلع المصنوعة كثيفة العمل . وكان من النادر مناقشة احتمال نجاح الدول النامية في تصدير المنتجات كثيفة رأس المال أو السلع الرأسمالية . وقد يؤخذ تصنيف لارى باعتباره نقطة بداية لها قيمتها لمزيد من البحوث . وقد اخذت الاحصاءات الآتية من الجدول (١١) . ففي عام ١٩٦٥ وردت الدول النامية من المنسوجات والملابس وملحقاتها ما يساوي ٢٨٦ مليون دولار فقط من ما يساوي ١.٥٢ مليون دولار من واردات الولايات المتحدة و ١٠٪ فقط من واردات الدول المتقدمة الأخرى من المنسوجات . وبالنسبة للمصنوعات الخفيفة ، باستثناء المواد الغذائية ، بلغت قيمة اجمالي واردات الدول المتقدمة ٢٠ بليون دولار وردت منها الدول النامية ما قيمته ٥٢٠ مليون دولار فقط . وكانت الأحذية وحدها تمثل من هذا الاجمالي حوالي ١٠٠ مليون دولار واطقم المجوهرات حوالي ١٥٠ مليون دولار . والموقف ابعث على الرضى فيما يتعلق بالمواد الغذائية المصنعة كثيفة العمل (٤٩٢ مليون دولار من ٢ بليون دولار) والمواد الصناعية كثيفة العمل (٧٤٨ مليون دولار من ٤٦ بليون دولار) . وعلى اية حال فانه من اجمالي قدره ٢٣ بليون دولار في اسواق الدول المتقدمة من السلع المصنعة كثيفة العمل فازت الدول النامية بنحو ٢٥٨ بليون دولار اي حوالي ٨٪ فقط (Lary 1968 لارى ١٩٦٨) .

ان نقاط الضعف في القدرة التنافسية لغالبية الدول النامية قد ظهرت بوضوح في تحليل حديث لواردات المملكة المتحدة من السلع المصنوعة

Morgan 1968) مورجان ١٩٦٨ .

ويبين الجدول (١٢) كيف استحوذت هنج كونج والصين (تايوان) وحدهما على حصة كبيرة من واردات السلع المصنوعة في المملكة المتحدة . ونسيطر الهند والباكستان وهما الموردتان التقليديتان على بقية المنتجات . ويوضح الجدول (١٣) ضعف التلفل في الاسواق . ومما يثير الدهشة ان الجلد غير المدبوغ ومصنوعات الجوت والقماش الرمادى وأغطية الارضية ولعب الاطفال والملابس هي مجموعة المنتجات الوحيدة التى امدت فيها الدول النامية ما يزيد على ٣٠٪ من حاجة السوق في المملكة المتحدة . وعلاوة على ذلك فان حصة الدول النامية بالنسبة لعدد من السلع قد هبطت بالفعل خلال الفترة ١٩٥٤ - ١٩٦٦ . انظر جدول (١٤) .

وفي كثير من الحالات واجهت الدول النامية منافسة حادة من جانب الدول الصناعية الحديثة الاكثر تقدما . وقد يكون هذا هو اخطر تهديد للتنمية في العقد القادم .

وتوجد مجموعتان من المنتجات المختارة ، تقليدية وجديدة التى صنفتها « الانكتاد UNCTAD » على أنها منتجات دينمية . وينبغى على الدول النامية تركيز جهود ترويج صادراتها على هذه المنتجات ، وعلى اية ساع جديدة قد تكشف عنها دراسات السوق الجديدة . وعلى اية حال فانه ينبغى على الدول النامية ان تستكشف ايضا فرصا للتوسع خارج هذه المجالات وخاصة فى الالكترونيات والتعاقد من الباطن فى الهندسة الميكانيكية . وينبغى عليها ان تفعل كل ما فى وسعها لحث الدول المتقدمة على تخفيض مستوى التعريفات الجمركية على السلع المجهزة او نصف المصنوعة . وفى اغلب الحالات ان تسفر عمليات التجهيز الاضافية فى الدول النامية عن مشاكل خطيرة بالنسبة للبطالة فى الدول المتقدمة .

جدول
انتاج الولايات المتحدة

بيان ملخص بالصناعات كثيفة العمل :

انتاج الولايات المتحدة

مجموعة المنتجات والمجموعات الفرعية

القيمة التي
تصنيفها الصناعة الصادرات

(مليون دولار)

١٢٨٢١٩	٧١٤١٦
٨٦٩١٩	٤١٥٠٢
٢١٣٢٣	١٣٥٨١
٢٤٠٥	٨٦٥
٤٢١٩	١٩٦٧
٤٨٦٢	١٨٦٦
٤٦٣٥	١٩١٠
٣٣١	١٣٣
١٤٨٧١	٦٨٤٠
٨٦٠٧٦	٤٨٤٢٤
٥٨١٣	٣١٦٩
١٩٦٢	١٣٠٧
٥٩٢٣	٣٠٥١
٦٥٦٩	٣٩٥٤
٢٩٤١	١٥٦٣
٩٧١	٥٠٠
١٠٥٩٧	٤٩٦٦
٢٠٦٢	١٢٨٩
٦٣٤١	٣٥٠٧
٢٤١٠٠	١٤٦٦٦
١٨٧٩٧	١٠٤٥٢
٦٦٧٤	٢٧٤٨
٥٧٤	٢٢١
٣٣٣٢	١٣٠٣
٢٧٦٨	١٢٢٤
١٤١٤٦	٦٦٦٣
٤٠٦	١٤٢
٨٩٢	٣٦٣
٨٩٤٨	٣٨٠٢
٣٩٠٠	٢٣٥٦

جميع المصنوعات التي تتطلب عملا مكثفا
الاجمالي باستثناء البنود الحديدية (ج)
١ - المنسوجات والملابس وملحقاتها :
الغزل والخيوط
المنسوجات القطنية والمفرولة
المنسوجات الأخرى المفرولة عدا منتجات الجوت
منسوجات البضائع الصغيرة والخصوصيات
السجاد واطية الأرضيات الأخرى
الملابس والملحقات عدا الجلود والمطاط واللدائن
٢ - المصنوعات الخفيفة الأخرى عدا الأغذية :
الأحذية وغيرها من منتجات الجلود والمطاط واللدائن
الأواني الزجاجية والصينية والفخارية
الأثاث
الكتب والمطبوعات الأخرى
اللعب والدمى والأدوات الرياضية والآلات الموسيقية
المجوهرات والفضيات
أطقم المجوهرات والأدوات الصغيرة
المعدات البصرية ، آلات التصوير ، الساعات والآلات (ج)
أدوات التقطيع : أواني الطهو وغيرها (ج)
الأجهزة والمعدات الكهربائية (ج)
الآلات والمعدات غير الكهربائية (ج)
٣ - المصنوعات الغذائية التي تتطلب عملا مكثفا :
السماك ومنتجاته
الفواكه والخضروات
المنتجات الغذائية المتنوعة والسيجار
٤ - المواد الصناعية التي تتطلب عملا مكثفا :
منتجات الجوت وغيرها من الألياف الخشنة
الجلود والفراء المدبوغة أو المجهزة
الكتل الخشبية والخشب القشرة وغيرها
مواد البناء من الطفل والحجر . . الخ

المصدر : H.B. Lary (1968) Import of Manufactures from Less Developed Countries
Appendix C, National Bureau of Economic Research, Columbia University

رقم (١١)
و واردتها وكذلك واردات الدول المتقدمة الأخرى سنة ١٩٦٥

قيمة الواردات في سنة ١٩٦٥ (مليون دولار)		في سنة ١٩٦٥		القيمة التي يضيفها كل مشتغل	رقم قياسي (١)
الدول المتقدمة الأخرى	الولايات المتحدة	من الدول الأقل تقدما	الاجمالي		
من الدول الأقل تقدما (ب)	الاجمالي	من الدول الأقل تقدما	الاجمالي		
سيف		فروب			
١٥٧١ر٨	٢٧٥٥٨ر٩	١٠٠٩ر٨	٥٦٩٦ر٦	٧٥ر٦	
١٥١٧ر٠	١٤٣٩٢ر٨	٩٤٢ر٥	٣٦٥٥ر٠	٦٥ر٥	
٥٣٤ر٠	٥٣١٦ر٥	٢٨٦ر٣	١٠٥٢ر٨	٥٤ر١	
٣١ر١	١٠٣٥ر١	٥ر٩	٦٣ر٦	٦٠ر٠	
١٢٢ر٢	٦٤٢ر٠	٦١ر٥	١٣٤ر٥	٦١ر٢	
١٢ر٤	١٢٤٤ر٨	٩ر٢	٢٣٦ر٠	٧١ر٩	
٣٥ر٨	٥٦٣ر٧	١٢ر٩	٦٧ر٣	٦١ر٢	
١٢٠ر٧	٤١٥ر١	١٥ر٧	٥٤ر٣	٧٤ر٤	
٢١١ر٧	١٤١٥ر٨	١٨١ر١	٤٩٧ر١	٤٧ر٠	
٢٥٠ر٩	١٦٨٤٥ر٨	٢٦٩ر٣	٣٢٨١ر٨	٨٦ر٢	
٤٣ر٥	٩١٣ر٧	٥٤ر٢	٣٣٧ر٢	٥٧ر٦	
٢ر٠	٣٢٤ر٦	٣ر١	١١١ر٧	٨١ر٤	
٤ر١	٣٣٨ر١	٦ر٨	٥٩ر٩	٦٤ر٣	
٢ر٧	٤٣٦ر٨	٤ر٢	٥٨ر٥	٧٨ر٥	
٤٠ر٩	٦٥٠ر٣	٢٥ر٨	٣٦٨ر٥	٧٧ر٦	
٤٢ر٢	٢٣٣ر٠	١٧ر٦	٦١ر٨	٨١ر٦	
٦٠ر٧	٧٨٣ر٢	٩٠ر٣	٢٤٢ر٦	٧٩ر٣	
٥ر٨	٦٥٨ر٩	٣ر٠	٢٠٠ر٩	٩٢ر٩	
١٢ر١	١٤٦٦ر٣	١٤ر١	٣٤٠ر٤	٩١ر٣	
٢٧ر٠	٣٦٠٠ر١	٤٦ر٣	٧٠٣ر٥	٩١ر٥	
٩ر٩	٧٤٤٠ر٨	٣ر٩	٧٩٦ر٨	١٠٢ر٠	
٢٨٠ر٠	١٧٧٣ر٢	١١٢ر٤	٢٦٨ر٣	٨٩ر٧	
١٩٣ر٤	٧٠٥ر٥	٤٤ر٦	١٢٤ر٤	٩٥ر٥	
١٧٥ر٠	٨٨٤ر٥	٦٥ر٣	١١٧ر٤	٩٠ر٥	
١١ر٥	١٨٢ر٢	٢ر٥	٢٦ر٥	٨٧ر٨	
٤٠٧ر٠	٣٦٢٣ر٦	٣٤١ر٧	١٠٩٣ر٧	٦٦ر٤	
١٢٢ر٠	٢٢٨ر٢	١٩٤ر٦	٢٣٨ر٢	٥٨ر٥	
٧٧ر٧	٥٣٩ر٠	٢٠ر٥	٧٨ر٧	٨٠ر٦	
٢٠٤ر٤	٢٠١٩ر٩	١١٥ر٨	٦٤٨ر٨	٥٨ر٣	
٢ر٩	٨٣٦ر٤	١٠ر٨	١٢٨ر٠	٨٣ر٨	

(١) كل صناعات الولايات المتحدة = ١٠٠

- (ب) منضممة واردات كندا واستراليا على أساس فروب .
(ج) الاصناف الهامشية فيما يتعلق بدرجة تكثيف العمل .

جدول رقم (١٢)

واردات الطاقة المتصدة من السلع المنوعة من الدول الصناعية الجديدة والدول النامية الأخرى ١٩٥٤ - ١٩٦٦ (مليون جنيه استرليني)

الواردون الرئيسيون في ١٩٦٦	١٩٦٦	١٩٦٣	١٩٥٨	١٩٥٤	من الدول الصناعية الجديدة
البرتغال ٧٠١٦ ايرلندة ٣٧٧٨	١٦٨٨٧	١٢٥٥٣	٤٠٠٣	٢٦١٣	جميع النسوجات الأخرى (١)
اليابان ٣٥٤ ايرلندة ٢٠٥	١٤٦٨	٦١٢٤	٢٥٥١	٢٥٥١	جميع الكيماويات الأخرى (ب)
اليابان ٦٨٣ ايرلندة ٢٢٨					اللايس
جنوب أفريقيا ١٨٠ ايرلندة ١٦٥					
رومانيا ٨١. جنوب أفريقيا ٦١.					
البرتغال ٥٦.					
ايرلندة ٤٠. اليابان ١٠٠١	١٠٠١٦	٧٦٠	٢٢٠	٥٨٤	
البرتغال ٣٧					
اليابان ٤٦٩ ايرلندة ٣٢٠	٨٤٦١	٥٥٩	٥٨٠	٥٢٨	الالات الكهربائية
اليابان ١٩٥ ايرلندة ١٩٣	٧٩٤	٢٥٥	٥٧٩	٢٧	الالات الغير كهربائية
ايرلندة ٣٠٤ اليابان ١٩١	٦٤٥	٢٨٦	٥٧	٢٤	مصنوعات معدنية
اليابان ٥٤٥	٥٧٥	٢٨٢	٢٤	٧	الأجهزة الملمية وممتلكاتها
جنوب أفريقيا ٣٩٧ اليابان ٣٢	١٦٤	٢٢٤	١٥٤	٢٧	كل الحديد والسبائك الحديدية
اليابان ٣٩					
ايرلندة ٣٢٢ اليابان ١١١	٥٥٢	٢٤٢	١٥٢	٦٧	المنتجات المعدنية الأخرى (ج)
البرتغال ٦١.					

الخشب الابلاكاش والقشرة	٢١٦٦	٢٧٧٧	٢٦١٧	٥٢٠	١٢١٨
الاحذية	٠٠٠	١٠٠١	٢٥٥٨	٤٧٧٨	١٧١٨
ممنوعات متنوعة اخرى	٠٠٠	٠٠٠	٢١١١	٤١٦٢	١٥٢٠
القماش القطن الرمادي	٢١٦١	٢٠٠٥	٤٢٣٨	٤٠٠٦	١٣٥٠
انواع اخرى من الحديد والصلب	—	٠٠٠	٢٥٥٢	٢٧٧٧	١٠٧٠
الجلد اللدبوع	٠٠٠	١٥٥١	٢٢٠٠	٢١١٨	١٠٧٠
الورق	١١٠٠	١٤٢٦	٢١١١	٢٥٨٥	١٤٢٠
ممنوعات الاخشاب	٠٠٠	١١٠٠	٢٠٠٥	٢١٦١	١٠٧٠
الكيمائيات الطبيعية الاخرى	١٤٢٢	٢١١٤	٢٠٠٧	٢١٦٣	١٠٧٠
المركات	—	٠٠٠	٢٥٥٧	٢٤٢٦	١٠٧٠
المطبخيات	٠٠٠	٠٠٠	١٤٢٣	٢١٢٣	١٠٧٠
فضاء الارضيات	٠٠٠	٠٠٠	١١١١	٢١٢١	١٠٧٠
باقى البنود	٨١١٢	٨٥٨٦	١٤٥٨٠	١٩٢١	١٠٧٠
الاجموع	٢١٠٠٢	٤٢٤٤٤	٨٩٠٠٦	١٤٢٣١١	١٠٧٠

اليابان ١٧٠٧ ، رومانيا ١٢١٨
 البرتغال ١٠٠١ ، ايرلندة ٨٤٢٠
 ايرلندة ٢٠٠٧ ، اليابان ١٥٢٠
 اليابان ٢٤٢٢ ، ايرلندة ٨١٠٠
 ايرلندة ١٧٧٤ ، البرتغال ١٣٥٠
 اليابان ٧٨٠٠
 اليابان ٥٥٥٠ ، اسبانيا ١٠٧٠
 ايرلندة ٩١٠٠
 ايرلندة ٤٢٢٠
 جنوب افريقيا ١٤٢١ ، ايرلندة ١٠٠٨
 اسبانيا ١٩٨٠ ، البرتغال ٧٢٠٠
 اليابان ٥٦٠٠
 اسبانيا ١٣٢٩ ، البرتغال ٨٤٢٠
 اليابان ٤٢٠١
 ايرلندة ١٥٦٠
 ايرلندة ١٥٨٦

(مليون جنيه استرليني)

(تابع) جدول رقم ١٢

من البترول النفطية الاخرى	١٩٥٤	١٩٥٨	١٩٦٢	١٩٦٦	الوردون الرئيسيون ١٩٦٦ (د)	(مليون جنيه استرليني)
اللابيس	٢٤٣٩	٧٥١٦	٢١٦٧١	٢٢٣٧٩	منح كوتنج ٣٠٠٠ ، دول اخرى ١٦٢	
القماش القطنى الرمادى	٧٧٧٤	١٦٧٧٢	٢١٤٤٣	٢١٤٠٠	منح كوتنج ٨٤٠ الهند ٧٥٨	
جميع المنسوجات الاخرى (ه)	٢٥٨٨	٧٥٠٧	١٣٩١٧	١٦٤٤٨	الباكستان ٢٥٢ الصين (تيوان)	
جميع الكيماويات الاخرى (و)	١٢٢٤	٢٦٦٨	٦٧٧٤	١٢٩١٤	١٦١٧	
الجلد غير المدبوغ	١٢٥٦	٩٢١١	١٠٥٠٥	١٢٥٥١	منح كوتنج ١٢٠ الهند ٤٥٨ دول اخرى ١٥١ الصين (تيوان) ٧١	
فضاء الارضيات	٥٥٠	٥٨٢	٨٩١١	٨٢٣٨	دول اخرى ١٦١ الهند ١٢٠ باكستان ١٨٣ دول اخرى ١٤٦	
لب الاطفال	٠٠٣٧	١٢٣١	٤٤٤١	٨١١١	دول اخرى ٤٥٨ الهند ١٧٧ باكستان ١٠٠١ الصين (تيوان) ١٤	
ممنوعات الجوت	١١٦١٢	٦١٠٩	٦٧٧٩	٧٥٥٤	منح كوتنج ٧٥٨٧	
الاحذية	٢١٣٤	٣٢٢٣	٥٢٢٣	٦١٠٠	الهند . اره ، باكستان ٢٤٣	
ممنوعات متنوعة اخرى	١٢٤٤	١٧٧١	٤٥٠٠	٤١١٢	منح كوتنج ١٩٤ ، الهند ٥٠	
الخشب الابلاكاش والقشرة	٢٠٠٣	١٩١٥	٢٣٩١	٤٥٠٧	منح كوتنج ٢٥٨٢ الصين (تيوان) ٤٥٠	
الالات الكهربائية . . الخ	٠٠٠٧	٠٢٠	٢٣٢٩	٣٢٣٣	دول مختلفة ٣٧٥	
المصنوعات المعدنية	٠٠٣٩	٠٣٣٨	١٢٢١	٢٥٨١	منح كوتنج ٣١	
الزيوت المطرية	٢٥٠٥	١٩١٢	٢٥٥٦	٢٢٢٨	منح كوتنج ٤٢٣ الهند ٧٢	
الكيماويات الطبيعية الاخرى	٥٦٧	٢٢٢٩	٢٥٥٩	٢٢٢٣	دول اخرى ١٤٢ الصين (تيوان) ٥٧	
باقى البنود	٢١٦	٤٨٢	٩٨١	١١٠٢	دول اخرى ٤٥٤ الصين (تيوان) ١٢	
الجموع	٦٢٤٥	٧٢٥٦	١٣٦٦١	١٥٦٦١		

- (أ) منسوجات متنوعة عام ١٩٥٨ : ١٩١٤ ، عام ١٩٦٢ : ٤٧٢ ، عام ١٩٦٦ : ٦٠٢ ، غزل ونسيج القطن ما عدا القماش الرمادي عام ١٩٥٨ : ٤٤٩ ، عام ١٩٦٣ : ١١٤٣ ، عام ١٩٦٦ : ١٩٠٨ ، غزل ونسيج الألياف الصناعية عام ١٩٨٥ : ١٩١٢ ، عام ١٩٦٢ : ١٩٢٠ ، عام ١٩٦٦ : ٢١٥ ، غزل ونسيج الصوف عام ١٩٥٨ : ١٩٢٨ ، عام ١٩٦٢ : ٢١٨ ، عام ١٩٦٦ : ٢٨٣ .
- (ب) العناصر والركبات الكيماوية عام ١٩٥٨ : ١٩٦٦ ، عام ١٩٦٢ : ١٩٩٤ ، عام ١٩٦٦ : ١٩٦٤ مواد البلاستيك عام ١٩٥٨ : ٣٢٨ ، عام ١٩٦٢ : ١٣٥ ، عام ١٩٦٦ : ٣٧٨ .
- (ج) مواد البناء عام ١٩٥٨ : ٤٤٨ ، عام ١٩٦٢ : ١٢٨ ، عام ١٩٦٦ : ٢٢٠ ، الأواني الزجاجية عام ١٩٥٨ : ٧٥ ، عام ١٩٦٢ : ١٩٦ ، عام ١٩٦٦ : ١٠٧ .
- (د) الدول الأخرى تشير إلى كل الدول النامية ما عدا الهند، هونغ كونج ، باكستان والصين (تايوان) .
- (هـ) غزل ونسيج القطن ما عدا الرمادي عام ١٩٥٨ : ١٩٠ ، عام ١٩٦٣ : ٧٥٢ ، عام ١٩٦٦ : ١٩٦٠ ، منسوجات متنوعة عام ١٩٥٨ : ٣٨٩ ، عام ١٩٦٢ : ٦٢٧ ، عام ١٩٦٦ : ٧٧١ .
- (و) العناصر والركبات الكيماوية عام ١٩٥٨ : ٦٦ ، عام ١٩٦٢ : ٤٤٠ ، عام ١٩٦٦ : ٨٧٣ ، كيماويات متنوعة عام ١٩٥٨ : ١٦٤ ، عام ١٩٦٢ : ٢٤٠ ، عام ١٩٦٦ : ٢٠٧ .

المصدر :

A. Morgan (1968) «U.K. Imports of Manufactures From Developing and New Industrial Countries : 1954 - 1966» National Institute Economic Review May, Table 2, p. 35.

جدول رقم (١٢)

حصة السول المنعمية الجيمنية والسول التلمية الاخرى

في ولادات الملكة لائحة من المنتجات المنعمية على حسب السلسلة : (١) ١٩٦٦

السول التلمية الاخرى

السورة المنعمية الجيمنية

المصحة
Z

المنوعات الخشبية ، مواد البناء ، الآلات الكهربائية
المطبوعات ، الآلات ، الحديد المطاوع ، المسانين
غير الحديدية ، الاواني الزجاجية ، الاجهزة الملحية
النخ ، غزل ومنسوجات الخيوط المناعية ، غزل
ونسجج الصوف ، الزجاج ، الاسمدة ، الآلات
الورستيقية . . . الخ ، مصنوعات متنوعة معدنية
لا فلزية ، مواد الللاء والصباغة .

الزجاج ، المركبات ، المرادائفجرة ، الزبوت المطرية ،
الجلد غير المدبوغ ، الورق ، الآلات غير الكهربائية ،
كياويات متنوعة ، مواد الللاء والصباغة ،
مستحضرات الزينة . . . الخ .

١ الى

١
١
١

مستحضرات الصباغة والديباغة ، الفخار ، المناصر
الاجماوية . . . الخ ، كيمويات من قطران الفحم ،
الادوية ، الاثرية الخشبية . . . الخ كيمويات
متنوعة ، صناعات معدنية ، جلد مدبوغ ، صناعات
المطاط .

لعب الاطفال ، الآلات الورستيقية الخ ، المطبوعات ،
الحديد المطاوع والمادن غير الحديدية ، الفراء ،
الخيومات ، المناعات المعدنية الالافلزية ، الادوية
الاجهزة الملحية . . . الخ ، المناصر الاجماوية الخ ،
مواد البلاستيك ، الاسمدة ، منتجات الحديد
والصلب الاخرى ، الآلات الكهربائية ، غزل
ومنسوجات الالياف الصناعية .

١٠ الى

المنتجات الجلدية ، منتجات البلاستيك ، والأدوات
الصحية الخ .

الأحذية ، مسوجات متنوعة ، المنتجات المتنوعة
الأخرى ، أمتعة السفر ، الزيوت العطرية ،
الجوهرات ، الفرو ، الكيماويات الطبيعية الأخرى ،
غزل القطن والقماش غير الرمادي .

الجلد الغير مذبوغ ، منتجات الجوت ، القماش
الرمادي ، غطاء ، الأرضيات ، الألبس .

١٠ الى ١٥ : القماش الرمادي ، الأدوات الصحية . الخ صناعات
المطاط ، صناعات الجوت ، صناعات المسان ،
منتجات البلاستيك ، القشرة الخشبية . الخ .

١٥ الى ٢٠ : أمتعة السفر ، غزل ونسج الصوف ، الكيماويات
الطبيعية الأخرى ، كل الحديد . الخ ، الفخار ،
مسوجات متنوعة ، منتجات الورق ، منتجات
صناعية أخرى ، غزل القطن والقماش غير الرمادي ،
الأحذية ، الأثاث ، الألبس ، الأواني الزجاجية ، غطاء
الأرضيات ، المواد الصمالية والمواد المقاومة للمهر
(الحرارية) الصناعات الخشبية .

٢٠ فأكثر : صناعات الفلين ، مواد البناء ، صناعات الخلود ،
الجلد المذبوغ ، مستخرجات الصبغة والديباغة .

المصدر :

A. Morgan (1968) «U.K. Imports of Manufactures from Developing and New Industrial Countries : 1964
1966: National Institute Economic Review, May, Table 4.

(١) لا تشمل الأصناف التي تكون فيها حصة السوق أقل من ١٪ . وهذه الأصناف بالنسبة للدول النامية هي :
صناعات الفلين ، الورق ، ومنتجات الورق ، كل الحديد . الخ وغير ذلك من الآلات الحديدية والصلبة والآلات غير الكهرونائية
والركبات ومستحضرات الزينة . الخ والسواد المنخفضة والمواد البلاستيك والمواد الصمالية والمواد المقاومة للمهر
(الحرارية) وبالنسبة للدول المتنامية كيماويات قطران الفحم .

جدول رقم (١٤)
حصة الدول النامية النسبية في واردات المملكة المتحدة
من البنود الرئيسية في سنوات مختارة

(%)

الصف	١٩٥٤	١٩٥٨	١٩٦٣	١٩٦٦
الملابس	٢٧٩	٣٥٩	٤٩٠	٤٧٧
القماش القطنى الرمادى	٥٨٣	٨١٩	٧٦٣	٧٨٣
النسوجات الأخرى	١٠٨	١٤٤	١٤٧	١٥٣
الجلد غير المدبوغ	٩٤٠	٩٧٣	٩٥١	٩٥٠
غطاء الأرضيات	٦١٩	٦٤٤	٦٢٤	٥٧٥
صناعة الجوت	٩١٦	٩١٨	٩٣٢	٨٥٢
الكيمائيات الأخرى	١٦	٢٧	٣٦	٤٧
الأحذية (١)	٥٢١	٣٥٤	٢٦٨	٢٩٥
لعب الأطفال	٢٨٥	٥٤٠	٥٩٩	٦٤٩
مصنوعات متنوعة أخرى (١)	٢٠٥	١٦٠	١٩٣	١٥٨
الخشب الأبلكاش والقشرة	٦٩	٥٨	٩٨	٨٢
الألات الكهربائية	٠٥	٠٨	٤٠	٢٥
الكيمائيات الطبيعية الأخرى (١)	٤٢٢	٢٩٤	٢٣٩	١٧٩
الزيوت العطرية (١)	٣١٥	٢٩٨	٣٠٦	٢٣٥
المصنوعات المعدنية (١)	٦٠	٢٥	٣٨	٥٥

المصدر : نفس مصدر الجدول رقم ١٣ : Table 5 p. 38

١ - هبطت الحصة فعلا .

وتتمتع قائمة المنتجات الدينامية الجديدة بمكانة متميزة . ولكن قيمتها الاجمالية لم تكن تزيد في عام ١٩٦٥ الا بقدر طفيف عن ٤٥٠ مليون دولار بينما بلغت القيمة الاجمالية للسلعة التقليدية الدينامية ١٥٠ مليون دولار . وعلى الرغم من ضآلة حصيلة غالبية الصادرات من السلع الجديدة الى حد كبير ، فان التوسع المستمر فيها بمعدل يتراوح بين ١٠٪ - ٢٠٪ سنويا يمكن ان يؤدي الى زيادة اجمالى حصيلة صادرات الدول النامية من السلع الصناعية بنحو ٢٨٠ مليون دولار في عام ١٩٧٨ - ١٩٨٠ . ولما كانت القيمة الاجمالية للمنتجات الصناعية قد بلغت ٤٨٠ مليون دولار في عام ١٩٦٦ فانه يصبح من الضروري العمل على تحقيق معدل للنمو بواقع ٥٪ في المتوسط سنويا حتى يمكن مضاعفة القيمة الاجمالية للصادرات الصناعية بحلول عام ١٩٨٠ . كما ان ارتفاع معدل النمو بما يتراوح بين ٩٪ - ١٠٪ انما يؤدي بالتالى الى زيادة حصيلتها السنوية الى ١٧٠ مليون دولار في عام ١٩٨٠ . وثمة ميزة اخرى للصادرات الصناعية تتمثل في امكان استفادة كافة دول العالم منها اذا ما هي طبقت عددا من السياسات الخاصة . ويكاد ينعدم تماما وجود أية مقومات مشتركة فيما يتعلق بالموارد بين الدول النامية الرائدة في مجال الصادرات الصناعية عام ١٩٦٧ وهى شيلي وهونج كونج والهند وماليزيا والباكستان وفرنزويلا(١) . على ان الهند قد بدأت في التصدير ولديها قاعدة صناعية اكثر تقدما من الدول الأخرى غير ان صادراتها الصناعية ارتفعت بمعدلات ابطأ كثيرا من مثيلاتها من الدول التى طبقت السياسات الخاصة بتنمية الصادرات . ولم تتخذ الهند الا اجراءات قليلة للغاية لتشجيع المصدرين حتى بعد تخفيض قيمة عملتها في يونيو ١٩٦٦ . وتدعونا الانجازات المختلفة التى حققتها الدول النامية الرائدة في تصدير المنتجات الصناعية خلال العقد الماضى الى القول بأنه يمكن احراز توسع مرموق في هذا المجال خلال السبعينات على الرغم من الحواجز الجمركية وغير الجمركية .

(١) تتمتع كل من ماليزيا وفرنزويلا بميزة خاصة في هذا المجال بسبب صادرات الدولتين من المواد الخام المجهزة او المكررة .

سياسات ترويج الصادرات للتغلب على الحواجز غير الجمركية وعقبات التسويق

لا يمكن التأثير على الحواجز الجمركية مباشرة عن طريق اجراءات تتخذها الدول النامية منفردة . ومع ان بعض الامتيازات قد تنبثق من المفاوضات الحالية فان اية دولة نامية تعتبر ابعد ما تكون عن الحكمة لو انها بنت سياسة تنمية صادراتها على احتمال تقرير مزايا ضخمة لها في مؤتمر التجارة والتنمية الثاني . وعلى اية حال فان اية دولة نامية تستطيع ان تقدم حوافزا تشجع بها جهود مصدريها وتعمل على اضعاف الحواجز غير الجمركية وذلك لدخول الاسواق . وهذه تتضمن :

- (ا) تكاليف النقل .
- (ب) تفاضل المنتجات .
- (ج) نفقة الاعلان .
- (د) تكاليف تنمية السوق والتغلغل في السوق .
- (هـ) براءات الاختراع وقوانين الترخيص .
- (و) الافتقار الى قدر كاف من التسهيلات الائتمانية .
- (ز) الافتقار الى قدر كاف من غطاء التأمين .
- (ح) تحسين المنتج ونفقات التطويق .
- (ط) الاستمرار في البحوث وجهود التنمية .
- (ك) بحوث السوق - بحوث المستهلك ونفقات المشورة .
- (ل) مصاريف الحزم والعرض .
- (م) الافتقار الى اعانة اولية للتغلغل في السوق .

ويرى (Lender) (لندر ١٩٦٦) ان هذه الحواجز غير الجمركية تعتبر اشد اثرا من التعريفات او قيود الحصص . غير انه يعتقد ايضا انه يمكن التأثير عليها عن طريق السياسات التي تتبناها كل دولة .

جدول رقم (١٥)
المتوسط السنوي لمعدل نمو الصادرات التقليدية والصادرات
الجديدة الدينامية من الدول النامية ١٩٥٥ - ١٩٦٥

(%)

المنتجات التقليدية الدينامية	المتوسط السنوي لمعدل النمو	المنتجات الجديدة الدينامية	المتوسط السنوي لمعدل النمو
الملابس	٢٨ر٨	الإيمينيوم	٤٨ر٩
الخشب الإبلكاش والقشرة	٢١ر٠	الآلات الموسيقية	٤٣ر٢
صناعات متنوعة	١٩ر٧	الساعات اليدوية وساعات الحائط	٢٣ر٥
الاقمشة القطنية	١٨ر٥	لب ونفايات الورق	٢١ر١
المسوجات	١٨ر٢	أدوات السباكة الصحية	٣٠ر٢
غطاء الأرضيات الأحذية	١٢ر٥	أمتعة السفر	٢٩ر٠
خيوط وغزل المسوجات	١٢ر٢	الزجاجيات	٢٩ر٠
تجهيز الفواكه الكيماويات غير العضوية	١١ر٧	عربات الأطفال والعرائس واللعب	٢٩ر٠
الفضة والبلاتنيوم	١٠ر٩	المعدات البصرية والطبية والعلمية	٢٨ر٢
تجهيز الخضروات	١٠ر٧	تجهيز الأغذية	٢٧ر٦
		الجلد المشفول	٢٦ر٢
		المخصبات	٢٣ر٩
		المجوهرات	٢٢ر٧
		المصنوعات المعدنية	٢١ر٠
		الزجاج	٢٠ر٥
		الفخار	١٨ر٦
		المطبوعات	١٨ر٦
		الأثاث	١٨ر٤
		الصناعات الخشبية	١٨ر٣
		التل والدنتلة	١٨ر٠
		المنتجات الطبية	١٧ر١
		أدوات من المطاط	١٦ر٥
		الحديد والصلب	١٦ر٥
		الجير والاسمنت	١٦ر٤
		الصناعات المعدنية	١٥ر٥
		الكيماويات الخام	١٤ر٠

المصدر: وثيقة مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية. TD/B/C.2/47.
وقد صدرت بعد ذلك نسخة معدلة تلخص تجارة السلع الصناعية وهي متوافرة الآن (TD/B/C. 2/51)

تكاليف النقل :

كثيرا ما يغالى في اثر تكاليف النقل وفئات الشحن التي قد تحد من تصدير السلع ذات الوزن الثقيل والقيمة المنخفضة الا انها لا تحول في الغالب دون شحن كثير من صادرات السلع المصنوعة . وعلى أية حال قد تضطر الحكومات الى القيام بضغط في مؤتمرات الشحن املا في تقرير فئات نقل تنافسية للصادرات غير التقليدية (ماركس ١٩٦٧ Marx 1967)

تفاضل المنتج والتفعل في السوق :

تعتبر مشكلة تفاضل المنتج أكثر خطورة اذ انها تؤثر على المنتجات الجديدة التي تنتجها كل من الدول النامية والمتقدمة . ويخلص بين (Bain) الى النتيجة الآتية :

«ان الحواجز الكبيرة في وجه دخول الاسواق كثيرا ما تعزى الى تفاضل المنتج أكثر منها الى وفورات الحجم في الانتاج والتوزيع (Bain 1956 P.P. 142 - 143 بين ١٩٥٦ ص ١٤٢ الى ١٤٣) .»

وأكثر ما تكون هذه المشاكل حدة في اسواق المواد الغذائية المجهزة والسلع الأخرى مثل السلع الاستهلاكية الممطرة التي يشتريها المستهلكون النهائيون . واذا رغبت دولة ما في تصدير سلع كى تباع في اسواق مختلفة تتسم بالمنافسة الشرسة فأفضل الحلول هو التخطيط طويل الأجل للتفعل في اسواق الدول المتقدمة والابتداء بالاستثمار الوفير في الاعلانات وبحوث التسويق والبحوث التفصيلية عن المستهلك . وينبغي ان يكون تخطيط الحملة عن طريق معاونة أفضل وكالات التسويق والاعلان في الدول المتقدمة . ويتعين ان تتضمن الحملة في السنوات الأولى تجنيد المكلفين بعمليات التوزيع وتمويلهم وتوفير ، عندما يكون ذلك مناسباً ، عدد كاف من وكالات الخدمة مزودة بالخبرة الكافية وقطع الفيار كى تقدم للعميل خدمة مستمرة وعلى مستوى عال . ان التفعل في الاسواق المختلفة مكلف ويجب تخطيطه بوصفه عملية متكاملة طويلة الأجل . قد تضطر الحكومات الى اعانتها اذا افتقر مصدرها الى الموارد الكافية . وقد كانت أكثر العمليات نجاحاً بالنسبة لحملة متكاملة من المبيعات وترويج الصادرات هي حملة التصدير الى الولايات المتحدة التي قامت بها فولكس فاجن (Volkswagen) والتي اعتمدت على شبكة فولكس فاجن من الموزعين ووكلاء الخدمة . وقد قلد اليابانيون نمط صادرات فولكس فاجن في السيارة والدراجة البخارية والتليفزيون

والراديو وكانت النتيجة هي تثبيت صورة من الثقة وخدمة العميل تولد عنها مبيعات كبيرة .

أن الدروس المستمدة من سوق المنتج التفاضلي يمكن تطبيقها بوجه عام على سوق الصادرات من السلع المصنوعة . وبمجرد اتخاذ قرار التصدير فانه ينبغي أن ينظر الى التصدير على انه عملية طويلة الأجل كما ينبغي انفاق قدر كاف من النقود على الاعلان وتنمية السوق وكذلك توفير قدر كاف من الائتمان الحكومي للتوسع في التسهيلات التي تمنح للصناعة في حالة تصدير المنتجات بنجاح . وينبغي أيضا بذل عناية فائقة للحفاظ على النوعية والتسوية المبكرة لاية مطالب من جانب المستورد وتسليم المنتجات في التواريخ المتفق عليها . وكثيرا ما توجد سلسلة من الشكاوى من أن الدول النامية لا يمكنها أن تضمن انتظام التسليم لنوعية ثابتة من المصنوعات ومن ثم تفقد أسواقا حيوية تخليها للموردين الآخرين الذين لا يستطيعون المجاراة في مجال السعر أو الجودة ولكنهم يستطيعون تزويد المستورد بشحنات منتظمة موثوق بوصولها . وهذه المشكلة هي نتيجة للرغبة من جانب اصحاب المصانع في الدول النامية للبيع في الخارج فقط خلال فترات الركود المحلي وعدم رغبة الحكومات في تقديم قدر كاف من الائتمان للصادرات الناجحة حتى يتسنى لها تصعيد قدراتها الصناعية والتصدير على اساس منتظم .

قوانين براءات الاختراع والتراخيص :

قد تتضمن قوانين براءات الاختراع واتفاقات التراخيص قيودا على أسواق التصدير تمتد عدة سنوات . ولكن ينبغي على الحكومات التي ترغب في تشجيع صادراتها أن تعطى كل معونة من شأنها توفير النقد الاجنبي اللازم اما لشراء التكنولوجيا من الخارج أو تمكين المصانع من شراء حق الاعفاء من براءة الاختراع الاصلية ومن القيود المفروضة على التسويق بمقتضى التراخيص وذلك قبل انقضاء أجلها . وينبغي أن يتوفر هذا الائتمان فقط في الحالات التي تنتج فيها المصانع سلعا لها ميزة واضحة في الكلفة في أسواق التصدير .

الائتمان :

تتسم مسألة الائتمان المتاح بالخطورة في أية محاولة لتنمية سوق الصادرات .

ويقوم الائتمان بأدوار ثلاثة في النهوض بالصادرات :

(أ) التمكين من قيام المنشأة الاصلية والتوسع فيها .

(ب) تمويل تكاليف التغافل في السوق « بحوث السوق ونفقات المشورة والإعلان وتنمية السوق » .

(جـ) تمكين المصدرين من مجاراة شروط الائتمان التصدير المقدمة من المنافسين الرئيسيين .

والنقطة الثالثة على جانب كبير من الأهمية عندما تبدأ الدول النامية مثل البرازيل والهند والمكسيك ، في تصدير معدات رأسمالية وآلات . وقد انشأت كثير من الدول النامية صناعات لإنتاج بدائل للواردات وسمحت لهذه الصناعات بالائتمان ضخيم بشروط ميسرة تتسم بالتنازلات . إلا أنها لم تهتم بالهوض بالصادرات وكثيراً ما أخفقت في توفير الائتمان العاجل للتوسع في مشروعات التصدير . وهناك عدم رغبة واضحة . ولكنها غير رشيدة من جانب الحكومات في تقديم الأموال لمقابلة تكاليف تنمية السوق باعتبار أنها غير ملموسة . وبينما ترغب كثير من الحكومات في تمويل مشروعات أسوأ ما تكون من ناحية الدراسة ويمكن أن تعتبر كارثة من الناحية المالية بما في ذلك المصانع فهي تعزف عن توفير الائتمان . وليس الإعانة ، للإعلان أو بحوث المستهلك مهما بلغت حيويتها والعناية بأعدادها . ومع ذلك فإن التصدير الناجح للسلع المصنوعة إنما يتوقف بدرجة خطيرة على هذه البحوث وعلى جهود التسويق . ومن ثم فإنه يجب إتاحة الائتمان لتمويلها . وبالمثل ينبغي أن تكون الحكومات راغبة في أن تجارى شروط ائتمان التصدير التي لدى المنافسين وذلك إذا ما اتخذت قراراً بتصدير طائفة من المنتجات تخضع للتنوع في شروط الائتمان حتى ولو اهتمت بأنها تقدم إعانات مستترة . وينبغي على كل حكومة أن تنشئ نظاماً ملائماً لتأمين ائتمان التصدير (انظر فانييل 1968. Faniel 1968. ص 11 الى 13. Page 11 - 13)

التأمين :

من الواضح أن المصدر الصغير في الدولة النامية يغب أن يكون أقل مقدرة على تحمل الخسائر من المصدر الكبير في الدول المتقدمة . ومع ذلك لا تزال كثير من الدول النامية تفتقر الى مشروعات تأمين ملائمة هي التي تمنح وحدها بعض المصدرين الشجاعة والثقة المالية للبدء بالتصدير الى اسواق جديدة . ويشير كثير من رجال الصناعة - وهم مصيبيون في ذلك - الى عدم التناسب بين الأخطار التي ينطوي عليها البيع في الاسواق المحلية والبيع في اسواق التصدير . ويلاحظ بالنسبة لمعظم السلع المصنوعة ان ارتفاع

الأرباح محليا وانخفاضها في اسواق التصدير انما يعزز عزوف رجال الصناعة عن تحمل هذه الأخطار .

ادخال تحسينات في المنتج والبحوث والتطوير :

ينبغي ان تكون الحكومة راغبة في توفير الائتمان لهؤلاء المصدرين الذين يريدون تحسين نوعية منتج ما او تكييف سلعة مصنوعة محليا لجعلها قابلة للتصدير . وفي كثير من الحالات يمكن تقديم منحة فورية لاجراء بحوث السوق التي تكشف عن امكانية الوصول الى السوق بعد التحسن او التكييف . وتستطيع الحكومات ايضا توفير البحوث والتسهيلات بفرض تحسين المنتج . وذلك دون مقابل او مقابل رسوم اسمية ، وخاصة تلك التي يتعذر على رجال الصناعة تحملها .

بحوث السوق والمستهلك :

واخيرا فانه ينبغي على حكومات جميع الدول النامية ومصدرى السلع المصنوعة ان يتبعوا اسلوبا على مستوى اعلى من الناحية العلمية وذلك حتى يمكن ان تصل منتجاتهم الى الاسواق .

ان البحوث المتعاقبة بالسوق الرئيسية والمستهلك يجب القيام بها قبل ان يصل المنتج الى مرحلة السلع المصنوعة ومرحلة تنمية السوق . وينبغي ان تكون الحكومة راغبة في ان تعمل ، بالنسبة للمشروعات التي تمت الموافقة عليها ، جميع مصاريف المشورة الخاصة بالمنتج ومصاريف المسح الخاصة بالمشروع وكذلك تكلفة اعداد التقارير عن المشروع وتنمية اسواقه . وينبغي ان تكون هناك بحوثا مفصلة تسبق اية عملية للتسويق طويل الاجل كما ينبغي اختبار تغلفة المنتجات والعناية بمظهرها استجابة لطلب المستهلكين . ان تسويق منتجات الصناعة في اسواق الدول المتقدمة التي تتبع اقتصاد السوق مهمة على جانب كبير من الصعوبة لان هذه الاسواق على درجة عالية من المنافسة . غير انه ينبغي ان تكون جهود الدول النامية اكثر فعالية اذا ما بذلت عناية فائقة بالنقط السابق ذكرها . وينبغي ان تركز هذه الدول بصفة خاصة على تخطيط طويل الاجل لتصدير السلع المصنوعة وعلى النهوض بتكامل استراتيجيات التصنيع والتسويق التي تركز بدورها على الوفاء بحاجات المستهلكين وتقديم منتجات على مستوى جيد من النوعية .

اعانات التصدير :

عمد هذا البحث الى الايجاز بشأن الحاجة الى تقديم اعانات تصدير

طويلة الأجل ولو انه اعترف بمزاياها واوصى بان تقدم الحكومة انتمانا ماموسا يتسم بالتنازلات وان تقدم ايضا اعانات معينة قصيرة الأجل خلال الفترة المبكرة لدخول الأسواق عندما يواجه المصدر عوائق غير جمركية وتكاليف باهظة لتنمية السوق . واسباب هذا الاغفال واضحة اذ انه في غاية الصعوبة ان نتحدث بصفة عامة عن الاعانات طويلة الأجل . ان كل اعانة تصدير طويلة الأجل ينبغي ان تقبل او ترفض على اساس الاعتبارات الخاصة بكل حالة على حدة . وينبغي ان يؤخذ في الاعتبار التكاليف القومية للانتاج ، العوائق الجمركية وقيمة النقد الأجنبي . ويجب على كل دولة ان تحدد حجم اعانات التصدير في الأجل الطويل ، كما ينبغي ان تكون حريصة على الا تسيء توزيع موارد نادرة كان من الأفضل انفاقها على تنمية منتج بديل للتصدير او سوق بديل للتصدير .

الغائمة

يؤكد هذا البحث الدور الحيوى للسلع المصنوعة في مكونات صادرات الدول النامية في المستقبل . ان الصادرات التقليدية من المواد الغذائية والمواد الخام لا يتوقع لها ان تنمو الا في بطء شديد . وسوف تزيد سرعة الصادرات من البترول ولكن يغلب الاتساع في حصيلة الصادرات الا بالنسبة لعدد محدود من الدول . وتمثل منتجات الصناعة الفرصة الوحيدة ، بالنسبة لغالبية الدول النامية . لزيادة حصيلة الصادرات من النقد الأجنبي بدرجة ملحوظة في الفترة القادمة التي تمتد حتى عام ١٩٨٠ . ان معدل نمو المنتجات الصناعية كان سريعا جدا في الماضي . وفي نفس الوقت فان كثيرا من منتجات الصناعة للدول النامية لم تدخل اسواق الدول المتقدمة الا بنسب ضئيلة جدا . ولا تستطيع حكومات الدول النامية ان تسيطر على العوائق الجمركية للتجارة في منتجات الصناعة ، غير انه عن طريق التخطيط بقصد التغلب على العوائق غير الجمركية ، وعن طريق انتهاز سياسات ملائمة تجاه المصدرين والاعتماد على بحوث التسويق العلمية وتكامل الأسواق فانها تستطيع ان تزيد صادراتها من منتجات الصناعة بدرجة كبيرة . ومن المحتمل ان تصل هذه الصادرات بحول عام ١٩٨٠ الى ما قيمته ١٧ بليون دولار في السنة . ان اي نظام للتفضيلات العامة لمنتجات الصناعة تمنحها دول اقتصاد السوق المتقدمة الى الدول النامية سوف تجعل المهمة ايسر ، ولكن المسؤولية الكبرى في انتهاز السياسات السليمة لترويج الصادرات من منتجات الصناعة ستظل تقع على عاتق حكومات الدول النامية .

المراجع

- BAIN, J.S. (1956) **Barriers to New Competition**, Harvard University Press, Cambridge, Mass.
- BALASSA, B. (1964) **Trade Prospects for Developing Countries**, Economic Growth Centre, Yale University, New Haven, Conn.
- BASEVI, G. (1966) «The United States Tariff structure : estimate of effective rates of protection of United States industries and industrial Labour», **Review of Economics and Statistics**, May pp. 147 — 160.
- FANIEL, R.H. (1968) «How to plan export credit insurance» **International Trade Forum** 4 (May), pp. 11 — 13.
- HIRSCH, S. (1967) **Location of Industry and International Competitiveness**, Oxford University Press, London.
- JOHNSON, H.G. (1967) **Economic Policies Toward Less Developed Countries**, Brookings Institution Washington, D.C., pp. 94 — 104.
- KEESING, D.B. (1967) «Export of manufactured goods in the early stage of industrialization» **Economic Journal** (Cambridge, England) June.
- LARY, H.B. (1968) **Imports of Manufactures from Less Developed Countries**, National Bureau of Economic Research, Columbia University, New York, N.Y.
- LINDER, S. (1966) **Trade Policy for Development**, Praeger, London.
- LITTLE, I.M.D. (1966) «Regional International Companies» **Journal of Common Market Studies** December.
- MAIZELS, A. (1963) «World trade trends and problems of the 1960's» in **Woolwich Economic Papers** No. 7, London, pp. 8 — 10.

**MARX, D. (1967) «Regulation of international liner shipping»
and «Freedom of the seas», *Journal of Industrial Economics*,
November, pp. 51 — 53.**

**MORGAN, A. (1968) «U.K. imports of manufactures from
developing and new industrial Countries : 1954 — 1966»
National Economic Review, May.**

**Organization for Economic Co-operation and Development (1968)
«Development Assistance : Changing Needs and Problems»
OECD Observer, October, pp. 1 — 24.**

٢ - بحوث تسويق الصادرات

اعداد: المركز التجارى الدولى

« التابع لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية ومنظمة الجات »

في الدول النامية تمثل الصادرات في الناتج القومى الاجمالى نسبة اعلى من تلك التى تمثلها في الدول المتقدمة . وكما يتضح من الملحق رقم (١) فان الدول الثلاثين التى تمثل صادراتها اعلى نسبة من الناتج القومى الاجمالى من بينها اربع دول فقط متقدمة (بلجيكا . ايسلندا . ايرلندا ، هولندا) . وقد اختلفت الحصة النسبية للصادرات في اجمالى الناتج القومى من ٢٤٪ الى ٧٠٪ في عام ١٩٦٦ ومن ثم فانه من الضرورى ان تكون الدول النامية على اتصال وثيق بأسواق التصدير .

وقد يكون من الضرورى ايضا تنوع هيكل الصادرات طالما ان الصادرات غير التقليدية والصادرات من السلع المصنوعة هي المجال الاول لنمو الصادرات . وفي كل من الولايات المتحدة والسوق الاوربية المشتركة كانت المنتجات المستوردة التى لها اعلى معدل نمو هي بعض السلع المصنوعة والمستوردة من الدول النامية . فمثلا في الولايات المتحدة زادت حصة الدول النامية في اسواق المعادن الخسيسة والادوات المنزلية وآلات النسيج وآلات المصنوعات المعدنية ومعدات وسائل الاتصال . ويبين هذا الاتجاه بوضوح انه توجد امكانيات لتنوع الصادرات والتقليل من التركيز على الصادرات والأسواق التقليدية .

وتأثر بحوث السوق على دوائر الاعمال بطرق كثيرة هامة كما أشار منذ عشرير عاما (Lyndon O Broun) . ليندن اوبرون وفيما يلى اعادة ملخصه (١) (وهو كلاسيكى في هذا المجال) .

« ان بحوث أنشطة التسويق والتوزيع تزيد من نجاح الأعمال بعدة طرق معينة .

- (أ) تصور مشاكل التسويق الهامة الخاصة بدوائر الأعمال .
- (ب) تجعل دوائر الأعمال على اتصال بالاسواق .
- (ج) تقلل الضياع في وسائل التسويق .

(١) Lyndon O. Brown (1949) Marketing and Distribution Research, Ronald Press, New York.

- (د) تخلق موارد جديدة للربح عن طريق اكتشاف اسواق جديدة ومنتجات جديدة واستخدمات جديدة للمنتجات .
- (هـ) توضح الطريق امام دوائر الاعمال .
- (و) يمكن ان تستخدم لاغراض ترويج وتنمية المبيعات .
- (ز) تستطيع تخفيض تكاليف الانتاج والنققات الادارية الاخرى .
- (ح) تزكى الحماس في تنظيم دوائر الأعمال ، اذ لو علم ان شركة ما ترسي أنشطة تسويقها على معرفة علمية بالسوق فانها تخلق الثقة لدى العاملين وتشعل حماسهم . كما يدرك المنفذون انهم يعملون بذكاء وانهم يتبعون الطريق السديد « .

ان التعمق في الدراسات الهامة للسوق كثير الكلفة . بل ان التقارير القصيرة الخاطفة تتطلب ايضا كثيرا من الوقت والنقود وتعاوننا وثيقا بين هيئة الباحثين المقيمين بالوطن وبالخارج . والسبب في ذلك هو ان المحلل الذي يقيم بالخارج هو افضل شخص لمعالجة الموضوع بلغة الدولة المستهدفة وذلك طالما ان المصدرين المحليين كثيرا ما يعجزون عن التعامل مع عملائهم الاجانب بلفتهم .

- واذا كان هناك حاجة لاجراء مسح دلالي للسوق فقد يكتبى بقرير خاطف . وعلى اية حال اذا كان الامر يتعلق باعادة توجيه مؤسسة للترويج او يتعلق بالتفكير في استثمار راس مال كبير فالدراسة المتعلقة مطلوبة ، وفي اى من الحالتين يجب ان توفر الدراسة المعومات اللازمة في المجالات التالية ،
- (ا) معلومات اساسية عن الدولة المستهدفة مثل اقتصادها وحاجاتها ومتطلباتها وخطتها الاقتصادية والنقود المتاحة لشراء السلع المعنية .
- (ب) تحليل العرض .
- (ج) تحليل الطلب والاستخدام النهائي .
- (د) تنبؤات الطلب .
- (هـ) معلومات عن الاسعار .
- (و) شروط الوصول الى السوق .
- (ز) الممارسة التجارية (الاحجام ، التعبئة ، مسالك التجارة ، شروط الدفع ، الاختناقات المختلفة) .
- (ح) ترويج المبيعات (صورة المنتج ، الصورة التنافسية للمصدر ، فرص الترويج .. الخ) .
- (ط) التوثيق والعناوين النافعة .
- (ك) ملخص التقدم والتوقعات والتوصيات بشأن تنفيذ عمل معين .

المعلومات الأساسية

ينبغي أن تتضمن المعلومات الأساسية عن الدول المستهدفة إشارة خاصة إلى الموضوعات الآتية:

- (أ) معدلات نمو السكان ، قوة العمل ، والناتج القومي الإجمالي .
 - (ب) الميزان التجاري .
 - (ج) الصادرات والواردات .
 - (د) الانفاق الاستهلاكي .
 - (هـ) تكوين رأس المال الثابت في الانشاءات والمعدات .
- ومن السهل نسبياً جمع البيانات عن الموضوعات السابق ذكرها . وعلاوة على ذلك فإنه إذا ماتم تجميع هذه البيانات فإنه يمكن استخدام غالبيتها في جميع التقارير اللاحقة وذلك لأنها مستقلة عن المنتجات التي يجري تحليلها .
- وعندما تقترن هذه البيانات بملاحظات الباحثين الميدانية عن نوعية الإسكان والتوظيف أو البطالة المستترة وتوقعات المستهلكين فإنه يمكن عادة الإجابة على الأسئلة التي توضع تحت عنوان « معلومات أساسية » . وتوجد غالبية البيانات المطلوبة في المصادر الآتية :

- (تشير الأرقام بين الأقواس إلى حواشي بيبولوجرافية مختارة عن المعلومات الأساسية للسوق والتي ترد بالملحق رقم [٢]) .
- بحوث تسويق الصادرات للدول النامية (٣٩) .
 - موجز المصادر : الإحصاءات السلعية الأساسية (٢) (١٥) .
 - مجموعة المعلومات الأساسية عن أسواق التصدير (٤٣) .
 - الإحصاءات المالية الدولية (١) .
 - المؤشرات الاقتصادية الرئيسية (٥) .
 - الكتب السنوية للدول المعنية .

تحليل العرض

عندما يجري تحليل العرض فيجب دراسة كل من المنافسة الخارجية (الأجنبية) والمنافسة الداخلية (أي من المنتجين في السوق

(٢) انظر ملحق رقم (٢) الذي يشتمل قائمة المنتجات الواردة في هذا البحث .

المستهدف ، ويمكن التأكد من المنافسه الخارجية بتحليل احصاءات الاستيراد والتي تكون متاحة من المصادر الآتية :

الكتاب السنوى للتجارة العالمية (٨) .

الفهارس السلعية للتصنيف النمطى للتجارة الدولية (٧) .

تجارة السلع : ملخصات السوق (١٢) .

وعادة يظهر تحليل الواردات ما يأتى :

(١) تدفقات الواردات خلال الخمس سنوات السابقة حسب كبرى الدول الموردة وبالكمية وبالقيمة ، معبرا عنها بعملة واحدة هي اعادة الدولارات الأمريكية حتى يمكن عمل المقارنات الدولية) .

(ب) النسبة المئوية لنمو الواردات خلال السنوات موضوع الدراسة .

على أن مصادر المعلومات عن المنافسه الداخلية هي المصادر الاحصائية القومية للدولة المستهدفة . وللوصول الى هذه المصادر فانه من المفيد الرجوع الى :

موجز المصادر : الاحصاءات السلعية الأساسية (١٥) .

كتاب التجارة السنوى (١٣) .

وبمجرد تكوين ارقام الصادرات والواردات فانه يمكن عمل حساب تقريبي لاجمالى العرض « الاستهلاك الظاهرى » ويكون من السهل حينئذ حساب المكون الاستيرادى للاستهلاك . ومعادلة اجمالى حساب العرض هي :

اجمالى العرض = (الانتاج المحلى - الصادرات) + الواردات .

وتستخدم هنا عبارة الاستهلاك الظاهرى لان رقم اجمالى العرض لا يتضمن حركة المخزون السلمى . وفي النسخ الخاطفة لا يتسع الوقت عادة لمعالجة بعض المشاكل مثل حجم ومواطن المخزون السلمى ، بالإضافة الى انه يندر أن يرغب المستوردون فى الادلاء بمعلومات عن مخزونهم السلمى بل يدعى كثير منهم انهم متخمون بالمخزون .

وبالنسبة للمصدرين فيهمهم أن يكونوا على علم بنصيب الواردات فى اجمالى الاستهلاك الظاهرى . فاذا كان هذا النصيب فى ازدياد فهذا مؤشر بأن السوق يزداد اتساعا للواردات أما اذا كان يزداد باضطراد سنة بعد اخرى فمن المحتمل انه يمكن التغلغل فى السوق بسهولة .

تحليل الطلب والاستخدام النهائي

تحليل الاستخدام النهائي هو دراسة لمختلف أنواع المستهلكين الرئيسيين لمنتج معين وذلك لاكتشاف مواضع النمو . ومن ثم يجب الحصول على البيانات الآتية :

- (أ) القطاعات الاقتصادية التي تستخدم المنتج .
- (ب) نصيب كل قطاع من اجمالي الاستهلاك .
- (ج) نمط النمو لكل قطاع من هذه القطاعات .
- (د) خطط ونبؤات النمو في المستقبل لكل قطاع من القطاعات الكبرى والقطاعات التابعة له (طلب ثانوى في المستقبل) .

ومن هذه النقطة فصاعدا فان جزءا كبيرا من مسح الطلب يجب ان يتم بواسطة الباحث المقيم بالخارج ، اذ يتعين عليه ان يتحقق من الحصة التقريبية لاجمالي الواردات لكل قطاع . وعادة ما يكون قادرا فقط على الحصول على تقديرات تقوم باعدادها رابطات التجارة او هيئات البحوث المهتمة بالمنتج موضوع البحث . وعلى اية حال فان نصيب اى قطاع من اجمالى الواردات انما تحدده فقط الاستعلامات في موقع العمل . واذا لم يوجد الباحث المتخصص المقيم بالخارج للقيام بهذا العمل فان بعض الأرقام التي تتعلق بنمو القطاع قد توجد في كتاب الاحصاء السنوى للدولة او في التقارير التي تنشرها رابطات التجارة . وعلى اية حال فبينما تساعد مثل هذه الاحصاءات على تحديد التوقعات العامة للنمو فان التنبؤات التجارية النافعة لا يمكن اعدادها منها .

ولتحديد القطاعات الخاصة بدراسات المنتج الصناعى قد يرجع المحلل المقيم في الخارج الى :

The McGraw - Hill Encyclopedia of science and Technology (22)
Materials Handbook (23).

التنبؤات بالطلب

- عندما يجرى تنبؤ عن الطلب فانه ينبغي تركيز الجهود على التوقعات متوسطة الأجل (اى من خمس الى عشر سنوات) ومن المهم في هذا الصدد :
- (أ) النظر الى الاتجاهات طويلة الأجل مع عدم اغفال النمط الدورى المرتبط بالتنمية الصناعية .
 - (ب) الا يغيب عن البال قابلية بعض السلع للاحلال .

(ج) تجاهل أى تنبؤات قصيرة الاجل للنشاط الاقتصادى طالما ان الحوادث الجارية تستطيع أن تجعل التفكير متحيزا .

(د) العناية بفحص الخطط القومية .

(هـ) العناية بالاستماع الى دليل شفوى وتفسيره بدكاء (على سبيل المثال سؤال المنتج عن منافسه لا عن نفسه) .

المعلومات الخاصة بالاسعار

تساعد دراسة احصاءات اسعار السلع الباحث فى تحديد اسعار الوحدة فى اوقات معينة . وقد يشير استقرار النتائج المستخلصة فى فترة خمس سنوات الى الاتجاه الذى تتحرك فيه الاسعار . ويمكن ان تزود الاستعلامات المحلية المنتج بالاسعار F.O.B. . اما فى الدولة المستهدفة فتظهر الاستعلامات الاسعار C.I.F. وتكاليف التوزيع . وبعض المصادر هى :

مصادر اسعار السلع (٢٨) .

المرجع المفسر عن مسح الأسواق حسب المنتجات والدول (٤٠) .

النشرات الخاصة بأسعار سلع مختارة :

Merrill Lynch, Pierce, Fenner and Smith.

مطبوعات منظمة الاغذية والزراعة F.A.O. عن اسعار السلع الزراعية .

الاسعار المعلنة فى سوق السلع .

جرائد التجارة للمنتجات الصناعية .

كتالوجات مخازن بيع السلع الاستهلاكية بالتجزئة .

شروط الوصول الى السوق

التعريفات الجمركية :

تتوافر قوائم التعريفات فى كل دولة باللغة أو اللغات القومية . وينشر المكتب الدولى للتعريفات الجمركية فى بروكسل ترجمات لهذه المجموعات من القوائم بالانجليزية والفرنسية والالمانية والاسبانية . ولما كانت هذه المطبوعات كثيرا ما تصبح قديمة فان مكتب التعريفات يصدر الجريدة الجمركية الدولية (٢٢) ويمكن الاستفسار منه عن احدث المعلومات . وثمة مصدر آخر مفيد للمعلومات عن التعريفات هو : **Deutsches Handels - Archiv (33)**

وأذا كان الباحث المحلى يستطيع الحصول على مجموعة قواعد التعريفات الجمركية للدولة المستهدفة فسوف يكون قادرا على أن يستخرج منها البيانات المطلوبة ؛ والا فإنه يتعين على الباحث المقيم بالخارج أن يحصل على هذه البيانات من المصادر المحلية . وفى كل من الحالتين فإنه ينبغى دراسة النقط الآتية على أساس أحدث البيانات المتاحة .

(١) رقم المنتج (S.I.T.C) - مجموعة بروكسل للتعريفات (B.T.N.)
أو أى نظام آخر للتصنيف متعارف عليه .

(ب) وصف المنتج .

(ج) المعدل العام فى ظل التعريفات الجمركية .

(د) معدلات التعريفات الجمركية الخاصة أو التفضيلية .

(هـ) الأسس التى تفرض عليها الرسوم الجمركية (نوعية - قيمة - أخرى) .

رسوم الاستيراد :

يستطيع الباحث المحلى أن يجد معلومات عامة عن متطلبات التوثيق والشروط العامة والقيود المطبقة على الواردات فى « وثائق التصدير (٣٧) » .

وبسبب احتمال وقوع تغيرات مفاجئة فى سياسات الاستيراد والرسوم فإنه على الباحث المقيم بالخارج أن يراجع جميع الأرقام التى حصل عليها الباحث المقيم بالوطن عن طريق البحث المكتبى . وهو يستطيع ذلك بالاتصال بالمستوردين وموظفى الجمارك فى الدولة المستهدفة . واكبر رسوم الاستيراد تتضمن عادة الضريبة على حجم المبيعات والضريبة على القيمة المضافة والرسوم التعويضية ، أما رسوم الاستيراد الأخرى مثل رسوم التمغة ورسوم الميناء ورسوم البحث فهى رسوم صغيرة نسبيا . وعند مستوى المسح الخاطف فإنه يكتفى بذكر الرسوم الكبرى ومجرد قائمة بررد الرسوم الصغيرة المتعددة .

العوائق غير الجمركية :

تتكون العوائق غير الجمركية للتجارة من حصص الاستيراد والقيود الكمية الأخرى . ويمكن الحصول على المعلومات الخاصة بحصص الاستيراد بواسطة الباحث المقيم بالخارج . ومن الأفضل الحصول عليها مباشرة من الوزارة المختصة فى الدولة المستوردة . وينبغى على الباحث المحلى أن يجعل الحصص المخصصة لدولته تسمى مع الكميات التى يتم تصديرها فعلا . وينبغى إخطار المصدرين مباشرة عن أى حصص استيراد لم تنفذ بالكامل .

لوائح الاستيراد؛

يجب تجميع المعلومات في مواقعها عن أية معاملة خاصة للواردات من منتجات معينة بواسطة المحلل المحلي . وللحصول على بيانات دقيقة فيتعين عليه أن يتصل بغرف التجارة المحلية أو وكالات المعلومات المالية . وتوجد قائمة بهذه الوكالات في مرجع

Corner's Reference Book for World Traders (35)

وثمة مصدر قيم آخر هو مجلة International Commerce الاسبوعية مع طبعاتها المادة (٣٤) .

ويمكن أن تختلف لوائح الاستيراد النوعية ابتداء من القواعد الصحية (كما هو الحال بالنسبة للمواد الغذائية والمواد الطبية) ولوائح الحريق (فيما يتعلق بالخشب) الى قواعد الامان والتي تتعلق بتداول وتسويق مواد كيميائية معينة . ولما كانت لوائح استيراد المنتج قد تصدر عن الحكومة أو السلطات المحلية أو حتى عن هيئات خاصة مثل اتحادات المنتجين والجماعات المهنية فانه يجب على المحلل المقيم بالخارج أن يتعرف عليها وذلك باستشارة المستوردين ووكلاء النقل الدوليين الذين تقتضى أعمالهم المعرفة التامة بكل جديد يتعلق بهذه اللوائح ، ولا حاجة لتأكيد أهمية هذه البيانات لانه يتوقف عليها احتمالات التصدير .

الأساليب التجارية

يتعين على المحلل المقيم بالخارج في العادة أن يتصل بالمستوردين أو الرابطات المهنية وذلك كي يحصل على معلومات موثوق بها فيما يتعلق بالأساليب التجارية في المناطق المستهدفة عما يلي :

- (أ) احجام ودرجات السلع التي يكثر عليها الطلب .
- (ب) الأشكال المفضلة للتعبئة والطريقة التي يعرض بها المنتج .
- (ج) أكثر النوعيات انتشارا وتشكيلات السلع .
- (د) التمييز على المستوى الدولي أو القومي .
- (هـ) المسالك العادية للتجارة من المستورد واليه .
- (و) شروط الدفع (وسائل الدفع - فترة التسوية - شروط الائتمان الخ) .
- (ز) مشاكل النقل من المستورد واليه .
- (ح) شروط التأمين .

وبعد زيارة يقوم بها المحلل المقيم بالخارج لبعض المستوردين المهتمين في الدولة المستهدفة ينبغي عليه أن يكون قادرا على وضع تقرير مختصر وكامل عن كل من المسائل السابق ذكرها . وعلاوة على ذلك ينبغي أن يحصل

على عينات من المنتجات التي سوف تنافس تلك التي يعنى بها اذا ما سمحت طبيعة المنتج .

ترويج المبيعات

وفيما يلي الاسئلة الرئيسية المتعلقة بترويج المبيعات :

(أ) ما هو الهدف من المقابلة ؟ وما ينبى أن تكون عليه خطة رسالة المبيعات ؟

(ب) متى واين وكيف ينبى تسليم رسالة المبيعات هذه ؟

(ج) ما هي وسائل الدعاية المتاحة ؟ (الصحف ، المجلات الدورية ، الراديو ، التلفزيون) .

(د) ما هي مطبوعات التجارة التي تتداول في السوق المستهدفة ؟ من هم قراؤها ؟

(هـ) ما هي تكاليف وسائل الدعاية المختلفة بالنسبة لكل اعلان وبالنسبة لكل زبون متوقع ؟

(و) ما هي نقاط القوة والضعف في المنافسين الحاليين والمتوقعين ؟

(ز) ما هي اساليب التسويق التي كانت فعالة في الماضي ؟

(ح) متى واين ستقام اسواق التجارة والمعارض وما هي شروط الاشتراك فيها ؟ وما هي قطاعات المستهلكين النهائيين الذين سيحضرونها ؟

ويمكن ان نجد كثيرا من الاجابات على هذه الاسئلة وغيرها في مرجعين هامين هما :

International Advertising Standards and Practices (38)

Ulrich's International Periodical Directory (42).

التوثيق والعناوين النافعة

ينبى على المحلل المقيم بالخارج ان يقوم بتجميع كل المستندات التي تتعلق بالمنتج موضوع الدراسة . وينبى ان تتضمن هذه المادة الدراسات المنشورة عن السوق والدوريات التجارية المتخصصة والكتيبات الفنية والتجارية ، ومختلف الاحصاءات التي تصدرها عادة الرابطات المهنية المتخصصة والتي تتداول في شكل رسائل . ويتعين ان ترسل كل هذه المواد الى المحلل المقيم بالوطن . وبمجرد ان تتوافر لديه نسخة من كل هذه المستندات فسيكون قادرا على اعداد مرجع ببليوجرافي يمكن المصدرين من الاختيار

والاشتراك في المطبوعات التي تهتمهم . وينبغي أن يوضح المرجع الببليوجرافي البيانات الآتية عن كل بند :

- المؤلف (اسم المؤلف أو الهيئة الأصلية) .
- العنوان والعناوين الفرعية ان وجدت .
- اسم وعنوان الناشر .
- سنة النشر أو دوريتها .
- ثمن شراء النسخة أو قيمة الاشتراك .
- اللغة أو اللغات التي تصدر بها المطبوعات .
- عدد الصفحات .
- نبذة مختصرة عن المحتويات .

وتتضمن مختلف الكتب الصناعية والتجارية السنوية أسماء وعناوين المستوردين ، الوكلاء ، العملاء : الرباطات المهنية ورجال الصناعة .. الخ . وهناك قائمة بهذه الكتب السنوية في

Trade Directories of the World (21).

ولو أن هذه الأعمال نافعة للباحثين في مرحلة تخطيط المسح فانها اقل نفعا بالنسبة للمصدرين طالما انها لا تميز عادة بين الشركات الكبيرة والمتوسطة والصغيرة كما انها لا تبين نقاط الضعف والقوة في الشركات المذكورة . ولذلك يتعين على المحلل المقيم بالخارج أن يحدد الافراد والهيئات المعنية بصفة أصلية بالدراسات الخاصة بمنتج معين مع ذكر أسماء وعناوين ومجالات نشاط كبار المستوردين والوكالات والمنتجين وجماعات المشترين ومخازن التجزئة ورباطات التجارة .

وينبغي عليه أيضا التعرف على اية مؤسسات رئيسية اخرى قد تكون مفيدة للمصدرين فيما يتعلق بإنشاء علاقات تجارية في السوق موضع البحث . ومن بعض الأمثلة مراكز المعلومات المتخصصة ، معاهد البحوث وسكرتاريات أسواق التجارة والمعارض . ويكفي ذكر عنوانين أو ثلاثة في المتوسط لكل من الفئات المذكورة آنفا كخطوة أولى .

وكل هذه البيانات الببليوجرافية والعناوين النافعة التي يجمعها المحلل المقيم بالخارج يجب أن يتضمنها التقرير الذي يضعه المحلل المقيم بالوطن بعد أن يستكمل تحليله عن السوق .

وقبل أن يقال ان مسحا للتسويق قد أصبح مستكملا في الواقع فلا بد وأن تكون بياناته قد نظمت في شكل قابل للبيع . ومالم تباع نتائج هذا العمل الى المصدرين فان المهمة لا تكون قد استكملت بعد .

ملحق رقم (١)
تصنيف الدول وفقا للنسبة المئوية لصادراتها في اجمالي الناتج القومي
لسام ١٩٦٦

النسبة المئوية	الدولة
(١) ١١٩٩	سنغافورة
(١) ١٠٨٥	المملكة العربية السعودية
٦٨٥	هونج كونج
٦٧٦	ليبيريا
٦٥٣	ليبيا
٦٣٤	زامبيا
٥٨٤	الكويت
٥٨٤	ترينداد وتوباغو
٥٠٧	جابون
٤٧٨	السلفادور
٤٦٦	ماليزيا
٤١٨	العراق
٣٩١	موريتانيا
٣٨٣	جمهورية الكونجو الشعبية
٣٧٩	بلجيكا
٣٦٠	ساحل العاج
٣٢٤	هولندا (الأراضي المنخفضة)
٣١٩	جمهورية تانزانيا المتحدة
٣١٣	فنزويلا
٢٨١	هندوراس
٢٧٦	اوغنده
٢٧٢	ايسلنده
٢٧١	روديسيا
٢٦٩	مالاوى
٢٦٧	غينيا
٢٥١	الجزائر
٢٤٥	بلقاريا
٢٤١	جمهورية افريقيا الوسطى
٢٣٨	ايرلنده
٢٣٦	نيكاراجوا

(١) تتضمن اعادة التصدير

المعلق رقم (٢)

بيان تفصيلي بالمراجع المختارة للمعلومات الأساسية عن السوق

بعوث الاقتصاديات الكلية :

١ - الإحصاءات المالية الدولية : International Financial Statistics

دورية النشر : شهريا

الناشر : صندوق النقد الدولي (I.M.F.) ١٩ شارع H. Streets N.W.,

واشنطن : ٢٠٤٣١ D.C 20431

الثن : ١٠ دولار سنويا (بما فيها الملحق السنوي) .

٢ - الكتاب السنوي لإحصاءات الحسابات القومية :

Yearbook of National Accounts Statistics

دورية النشر : سنويا

الناشر : الأمم المتحدة ، نيويورك

الثن : ٧ دولار (١٩٦٦)

تقديرات مفصلة للدخل القومي وما يتعلق بها من اجراءات اقتصادية
لحوالي ١٠٠ دولة . ومن الموضوعات التي يناقشها : الانفاق على اجمالي
النتائج القومي ، توزيع الدخل القومي ، مكونات الانفاق الاستهلاكي الخاص ،
الايراد العام والانفاق العام للحكومة والمعاملات الخارجية . نشر منذ سنة
١٩٥٨ ومتاح للطلاب الجارى .

٣ - الحسابات القومية لدول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ١٩٥٨ -

National Accounts of OECD Countries 1956-1967 : ١٩٦٧

Comptes Nationaux des pays de l'OCDE, 384 pp.

تاريخ النشر : ١٩٦٩

الناشر : منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية - ٢ شارع اندريه باسكال

2, rue André Pascal Paris, 16 e

باريس ١٦

الثن : ٦٥ دولار

الجداول الاحصائية لكل دولة من دول منظمة التعاون الاقتصادي
والتنمية بما فيها فنلندا وكذلك لكل دول منظمة التعاون الاقتصادي
والتنمية ، لمنظمة التعاون الاقتصادي والتا الأوربية والسوق الأوربية
المشتركة والتي تبين اهم الاحصاءات الاجمالية للحسابات القومية . كما تشمل
جداول خاصة تغطي ثلاثيات التنمية ، الأرقام القياسية للسعر والحجم ،
والنسب بين اجماليات مختارة .

٤ - الحسابات القومية للدول الأقل تقدما ١٩٥٠/١٩٦٦ :
National Accounts of Less Developed Countries 1950-1966
Comptes nationaux des pays moins développés 216 pp.

تاريخ النشر : سنة ١٩٦٨
الناشر : منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD ٢ شارع اندريه
باسكال باريس ١٦
التمن : ٢٥ دولار
الجزء الأول : بيانات الناتج الحقيقي ، السكان ، متوسط نصيب الفرد من
الناتج الحقيقي .
الجزء الثاني : بيانات عن نمو القيمة المضافة موزعة على القطاعات الصناعية
الرئيسية .
الجزء الثالث : جداول الحسابات القومية لسبعة عشرة من الدول الأقل
تقدما مختارة لدورها الاقتصادي .

٥ - المؤشرات الاقتصادية الرئيسية : Main Economic Indicators

دورية النشر : شهريا
الناشر : منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) ٢ شارع اندريه
باسكال ١٦ باريس 2, rue André Pascal Paris 16
التمن : ١٨٠ دولار لكل نسخة . ١٩٥٠ دولار في السنة (بما في ذلك
الملاحق) .
مصدر رئيسي للاحصائيات لمن يدرس الدورة التجارية العالمية ، وتقدم
صورة لاحدث التغييرات في اقتصاد الدول الاعضاء بمنظمة التعاون الاقتصادي
والتنمية ، الى جانب مجموعة من الاحصائيات الدولية المتعلقة بالتنمية
الاقتصادية التي اثرت على منطقة منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في
السنوات القليلة الماضية .

البحوث الخاصة باحصاءات التجارة الدولية :

٦ - خلاصة المصادر : احصاءات التجارة الدولية :
Compendium of Sources : International Trade Statistics, 150 pp.

تاريخ النشر : ١٩٦٧
الناشر : المركز التجاري الدولي (مؤتمر التجارة والتنمية/الجات)
Palais des Nations CH -- 1211 Geneva 10
التمن : ٥٠ دولار ومجانا للدول النامية .
قوائم باحصاءات الانتاج لـ ١٦٣ دولة واقليم .

٧ - الفهارس السامية وفقا للتصنيف الموحد للتجارة الدولية :

Commodity Indexes for the Standard International Trade Classification, Revised,

طبعة جديدة معدلة - المجلدين ٢٠١ (نشرات احصائية ، سلسلة M رقم ٣٨) عدد الصفحات : ٤٦٣ ، ٣٩٢ للمجلدين على التوالي .

تاريخ النشر : ١٩٦٣

الناشر : الامم المتحدة ، نيويورك

رقم : 46. XVII.2, 64. XVII.3 مبيعات الامم المتحدة

التمن : مجلد رقم (١) . ٥٠٠٠ دولار - مجلد رقم (٢) . ٥٠٠ دولار
يضم المجلدان الفهارس الاصلية وفقا لحدث البيانات ويوبان حوالى ٣٠٠٠٠ صنف تجارى . المجلد رقم (١) يتكون من فهرس يبين كل بند من التبويب القياسى للتجارة الدولية والاصناف الرئيسية التى تدخل فى هذا البند . يبدأ المجلد رقم (٢) بالتبويب القياسى للتجارة الدولية المنقح يتبعه فهرس أبجدى يتضمن نتيجة تقسيم كل المواد حسب الحروف الابجدية مع جميع المواد الجديدة الناجمة عن اعادة ترتيب وتعديل مسميات المواد الرئيسية حسبما دعت الحاجة والتي تصل الى حوالى ٥٠٠٠ مادة وبمجرد التعرف على المنتج فى هذا الكتاب يستطيع المرء الرجوع الى الكتاب السنوى للتجارة الدولية (البند رقم ٨ أدناه) .

٨ - الكتاب السنوى للتجارة الدولية : **World Trade Annual**

المجلدات ١ - ٤ أعدده مكتب الامم المتحدة للاحصاء .

دورية النشر : سنويا

الناشر : والكر وشركاه ٧٢٠ الشارع الخامس بنيويورك

Walker and Company, 720 fifth Avenue, New York N.Y. 10019.

التمن : ٢٥٠٠ دولار للمجلد ، ١٠٠ دولار للمجموعة

وهذا المؤلف يعطى بيانات عن ٩٠٪ من التجارة الدولية . وحتى يمكن استخدامه فانه من الضرورى الاطلاع على فهارس السلع للتبويب القياسى للتجارة الدولية (انظر البند ٧) وتحتوى المجلدات الاربعة على احصاءات مفصلة للتصدير والاستيراد لاربعة وعشرين دولة متقدمة : استراليا ، النمسا ، بلجيكا - لكسمبورج ، كندا ، الدنمارك ، جمهورية المانيا الاتحادية ، فنلندا ، فرنسا ، اليونان ، ايسلنده ، ايرلنده ، ايطاليا ، اليابان ، هولندا ، نيوزيلنده ، النرويج ، البرتغال ، اسبانيا ، السويد ، سويسرا ، تركيا ، المملكة المتحدة ، الولايات المتحدة ويوغوسلافيا .

٩ - ملحق الكتاب السنوي للتجارة الدولية :
Supplement to the World Trade Annual

المجلدات رقم ١ - ٥ التي اعدتها المكتب الاحصائي للأمم المتحدة .
الناشر: والكر وشركاه ٧٢٠ الشارع الخامس . نيويورك .
Walker and Company 720 fifth Avenu, New York, N.Y. 10019.

الثلث : ٥٠ دولار للمجلد ، ٢٥٠ دولار للمجموعة .
ويبين كل مجلد تجارة الأربعة وعشرين دولة المتقدمة مع المناطق الأخرى:
أوروبا الشرقية ، أمريكا اللاتينية ، أفريقيا ، الشرق الأقصى . وبالرغم من أن
هذه النشرة مرتفعة الثمن فإنه يجب على كل سفارة وكل مجلس للتجارة أن
يشتريها وبهذا يساعد المصدرين على أن يجدوا أسواقا جديدة .

١٠ - السلاسل التجارية للسلع :
Commodity Trade Series

(نشرات احصائية ، مسلسل د)
دورية النشر : حوالي ٢٥ نشرة كل سنة
الناشر : الأمم المتحدة ، نيويورك
الثلث : ١٥٠ دولار للنشرة و ٢٥٠ دولار سنويا .

تصدر في كراسات كل منها في حوالي ٢٠٠ صفحة عندما تتوفر البيانات
كل ثلاثة أشهر . وتحتوي هذه السلسلة على جداول دولية للسلع طبقا
للتبويب القياسي للتجارة الدولية المعدل ، وهي تبين صادرات وواردات
الدول التي تأخذ بهذا التبويب (وتغطي صادرات وواردات هذه الدول ، ككل
وبدون ازدواج ، حوالي ٩٠٪ من التجارة العالمية) وهي تحلل التجارة
السلعية حسب الدولة والمنطقة والجهة ، وأرقامها بالدولار الأمريكي والكميات
بالوحدات المترية .

١١ - الكتاب السنوي لاصصائيات التجارة الدولية :
Yearbook of International Trade Statistics

دورية النشر : سنويا
الناشر : الأمم المتحدة ، نيويورك
الثلث : ١١٥٠ دولار (١٩٦٤) .

مجموعة من الجداول القومية تبين الأرقام السنوية لعديد من السنين
لاكثر من ١٢٨ دولة وملخصات للتجارة حسب المجموعات الرئيسية للسلع
وحسب المناطق الرئيسية والدول - بدأ نشره منذ ١٩٥١ ولا زال متوفرا
تحت الطلب .

١٢ - التجارة موزعة حسب السلع : ملخص عن سوق كل سلعة :

(احصاءات التجارة الخارجية ، المسلسل ج) .

Trade by Commodities : Market Summaries / Exchanges par produits. Resumé par Marché (Foreign Trade Statistics, Series "c").

دورية النشر : كل نصف سنة .

الناشر : منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) ، شارع
أندريه باسكال باريس رقم ١٦ . 2, Rue André Pascal, Paris 16 e .

التمن : ١٩٥٥ دولار سنويا .

يضم معلومات مفصلة عن تجارة دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بحسب السلع (محددة طبقا للتبويب القياسي للتجارة الدولية) والدول الأخرى . ويعرض بيانات بالقيمة والكمية في جداول مجمعة بحيث تظهر معا الدول التي يتوافر فيها سوق للسلع المعنية وكذا منافذها ومصادرها . وقد نشرت هذه السلسلة منذ عام ١٩٥٩ وهي الآن في ٣ مجلدات : مجلد عام وآخر للواردات وثالث للصادرات . ومع أن بيانات هذا المؤلف أقل تفصيلا عن الكتاب السنوي للتجارة الدولية (انظر بند ٦) فهو أكثر تكلفة الى حد ما .

١٣ - الكتاب السنوي للتجارة : **Trade Yearbook**

دورية النشر : سنوي

الناشر : منظمة الأمم المتحدة للأغذية والزراعة (الفاو) .
(FAO), Via delle Terme di Caracalla, Rome.

التمن : ٦٠٠ دولار

ويغطي الكتاب حوالي ٢٠٠ سلعة زراعية من جميع أنحاء العالم .

١٤ - التجارة الخارجية جداول تحليلية (الصادرات ، الواردات - الماني وفرنسي) :

Foreign Trade : Analytical Table (Imports, Exports) (German and French).

دورية النشر : مجلدان كل ربع سنة .

الناشر : المكتب الإحصائي للسوق الأوروبية المشتركة . ١٧ شارع
لا لوا بروكسل ٤ 170, Rue de la Loi Brussels 4

التمن : ٨٥٠ فرنك بلجيكي في السنة .

البحوث الخاصة باحصائيات الانتاج :

١٥ - موجز المصادر : الاحصاءات السلعية الأساسية (١) (٢٢٢ صفحة) :

Compendium of Sources : Basic Commodity Statistics.

تاريخ النشر : ١٩٦٧

الناشر : المركز التجارى الدولى - مؤتمر التجارة والتنمية/الجات .

باليه دى ناسيون ١٢١١ - CH (I.T.C.) جنيف ١٠.

Palais des Nations, CH — 1211 Geneva 10

الثن : ٠٠٠٠ دولار - ومجانا للدول النامية .

١٦ - **الكتاب السنوى للانتاج : Production Yearbook**

دورية النشر : سنويا

الناشر : منظمة الأمم المتحدة للأغذية والزراعة .

الثن : ٩٠٠٠ دولار . (FAO), Via della Terme di Carcalla, Rome.

١٧ - **الكتاب السنوى للسلع : Commodity Yearbook**

دورية النشر : سنويا

الناشر : مكتب بحوث السلع ٨٢ شارع بيفر . نيويورك .

82 Beaver Street, New York, N.Y. 10005.

الثن : ١٤٠٠ دولار

البحوث الخاصة بالجمعيات التجارية :

١٨ - **الجمعيات التجارية والصناعية في ٢٨ دولة :**

Manufacturing and Trading Associations in Twenty-Eight Countries

(باللغات الثلاث الانجليزية ، الفرنسية ، الاسبانية - ٩٣ صفحة) .

تاريخ النشر : ١٩٦٦

الناشر : المركز التجارى الدولى : مؤتمر التجارة والتنمية / الجات .

باليه دى ناسيون . CH 1211 جنيف ١٠.

Palais des Nations, CH — 1211 Geneva 10.

الثن : مجاناً للدول النامية .

(١) يوجد بيان تفصيلى بالسلع الواردة بهذا المرجع فى الملحق رقم (٢) .

١٩ - الكتاب السنوي لأوروبا : المجلد رقم (١) المنظمات الدولية وأوروبا:

المجلد رقم (٢) آسيا والأمريكتان وأفريقيا وأستراليا .

Europa Yearbook

١٣١٦ صفحة و ١٦٦٤ صفحة للمجلدين على الترتيب .

دورية النشر : سنويا

الناشر : الشركة الأوروبية المساهمة للنشر ١٨ ميدان بدفورد - لندن .
18 Bedford Square, London W.C.1.

التمن : ١٣ جنيه استرليني .

٢٠ - الشركات الأوروبية : دليل مصادر المعلومات (الطبعة الثانية)

European Companies, a Guide to Sources of Information.

قام بالتجميع والتحرير : G.P. Henderson .

تاريخ النشر : ١٩٦٦

الناشر : المملكة المتحدة .

CBD Research Ltd., 114 High Street, Bekenham, Kent U.K.

التمن : ١٣ر٥٠ دولار .

٢١ - الدليل الأبجدي للتجارة الدولية :

Trade Directories of the World,

تأليف : U.H.E. Croner

دورية النشر : نشر في عام ١٩٥٢ وتصدر له تعديلات شهرية .

الناشر :

**Croner Publications Inc., 211 — 03 Jamaica Avenue, Queens
Village, N.Y. 11428.**

التمن : ٢٠ دولار (بما في ذلك التعديلات السنوية) في شكل أوراق
منفصلة بالتعديلات الشهرية .

البحوث المكتبية الخاصة بالطلب

٢٢ - دائرة المعارف للعلوم والتكنولوجيا ١٥ مجلد .

Mc Graw-Hill Encyclopedia of Science and Technology.

تاريخ النشر : ١٩٦٦

الناشر :

Mc Graw. Hill Book Co., Inc. 330 West
42 nd Street, New York. N.Y. — 10035.

التمن : ٣٧.٠ دولار .

٢٣ - كتاب مختصر عن المواد ، دائرة معارف لوكلاء الشراء ، المهندسين ،

والمديرين ورؤساء العمال By G.S. Brady ٩٦٨ صفحة . الطبعة ١٩

**Materials Handbook, an Encyclopedia for Purchasing Agents,
Engineers, Executive and Foremen.**

تاريخ النشر : ١٩٦٣

الناشر : Mc Graw. Hill Book Co. 330 West 42nd

Street, New York N.Y. — 10036..

التمن : ١٩.٥٠ دولار .

٢٤ - الكتاب السنوي لمسلم السكان : **Demographic Yearbook.**

(باللغتين : الانجليزية والفرنسية) .

دورية النشر : سنويا .

الناشر : الامم المتحدة ، نيويورك .

التمن : ١١.٠٠ دولار (١٩٦٧)

احصاءات سكانية عالية لاكثر من ٢٥٠ دولة ومنطقة . بيانات اساسية
من ، المنطقة ، كثافة السكان ، معدلات نمو السكان ، المواليد والوفيات :
تقديرات الاعمار ، الزواج والطلاق . وتحتوى كل نسخة ايضا على بيانات
مطولة عن موضوع سكاني خاص . ينشر منذ ١٩٤٩ ومتاح للطلب الجارى .

٢٥ - الكتاب الاحصائي السنوي **Statistical Yearbook**

(باللغتين الانجليزية والفرنسية) .

دورية النشر : سنويا .

الناشر : الامم المتحدة ، نيويورك .

الثن : ١٥٠٠ دولار (غلاف قماش) ١١٠٠ دولار (غلاف ورق)
مجلد ١٩٦٥ .

بيانات احصائية سنوية لاكثر من ٢٧ دولة ومنطقة ، تغطي نطاقا واسعا
من الموضوعات الاجتماعية والاقتصادية بما فيها : السكان ، الزراعة ،
الصناعة : التشييد ، النقل ، التجارة ، ميزان المدفوعات ، الدخل القومي ،
التعليم والثقافة . ينشر منذ ١٩٤٩ ومتاح لطلب الجارى .

٢٦ - مصادر الاحصاءات لبحوث السوق

Sources Statistiques des études de marchés

توجيهات اعدتها : C. Kapferer. (باللغتين الانجليزية والفرنسية)

المجلد رقم (١) **اجهزة الراديو - ١٩٦١** الثمن ٦٠٠ دولار .

المجلد رقم (٢) **الاخذية - ١٩٦٢** اوربا وامريكا الشمالية - الثمن ١٠٠٠
دولار .

المجلد رقم (٣) **احصاءات عامة - ١٩٦٤**

فرنسا ، جمهورية المانيا الاتحادية ، ايطاليا .
الثن : ٢٥٠ دولار .

المجلد رقم (٤) **الاجهزة المنزلية - ١٩٦٣**

اوروبا ، امريكا الشمالية . الثمن : ٦٥٠ دولار .

المجلد رقم (٥) **ادوات الماكينات - ١٩٦٣** اوروبا ، وامريكا الشمالية
الثن : ٣٠٠ دولار .

المجلد رقم (٦) **الادوية - ١٩٦٣** اوروبا وامريكا الشمالية الثمن :
٦٥٠ دولار .

الناشر : منظمة التعاون الاقتصادى والتنمية (OECD)

2, Rue André Pascal, Paris 16 e.

٢٧ - **احصاءات اجتماعية : مسلسلات خاصة للحسابات الاقتصادية :**

Social Statistics : Special Series of Economic Accounts,

(باللغتين : الفرنسية والالمانية او الهولندية والاطالية) .

دورية النشر : ٤ - ٦ أعداد سنوية ،
الناشر : المكتب الاحصائي للسوق الاوروبية المشتركة ١٧ شارع
لا لوا بروكسل ٤ 170 Ave de la loi, Brussels 4.
الثن : كل المسلسلة ١٢٠٠ فرنك بلجيكي - ٢٠٠ فرنك بلجيكي لكل
عدد .
٧ نشرات : واحدة لكل دولة من دول السوق الاوروبية المشتركة ومسح
عام .

المعلومات المتعلقة بالاسعار :

٢٨ - مصادر اسعار السلع Sources of Commodity Prices

تجميع P. Wasserman ١٧. صفحة .
تاريخ النشر : ١٩٥٩
الناشر : رابطة المكتبات الخاصة ٣١ ايست تenth ستريت نيويورك
31 East Tenth Street, New York 5, N.Y.
الثن : ..ر دولار .

هذا المؤلف قاصر على الصحف الامريكية والكنديية . والمؤلف
عبارة عن قائمة بالسلع مترتبة حسب الحروف الابجدية وتحت كل سلعة
نجد المعلومات التالية :

اسم السلعة ، عنوان المجلة الدورية التي تنشر السعر ، السوق او
الاسواق التي يسرى فيها السعر ، وعدد المرات التي تظهر فيها الاسعار في
النشرة الدورية . ويتضمن الملحق قائمة ابجدية للنشرات الدورية الواردة
بالجزء الرئيسي من الكتاب ، مع اسم الناشر ، عنوان الناشر ، ودورية النشر .

٢٩ - الاحصاءات الزراعية Agricultural Statistics

(باللغتين : الالمانية / الفرنسية) .
دورية النشر : ٨ نشرات سنويا على الاقل .
الناشر : المكتب الاحصائي للسوق الاوروبية المشتركة ١٧ شارع
لا لوا بروكسل ٤ 170 Rue de la Loi, Brussels 4.
الثن : ٤٥٠ فرنك بلجيكي كل سنة ، ٧٥ فرنك بلجيكي لكل نشرة .
وكل نسخة مقسمة الى ثلاثة اجزاء : التكاليف الزراعية : الاسعار
الزراعية ، والارقام القياسية للاسعار .

٣٠ - جريدة وول ستريت : Wall Street Journal

دورية النشر : يوميا .

الناشر :
Dow Jones and Co., 30 Broad Street,
New York, N.Y. — 10004.

الثن : ٣٠ دولار سنويا .

وهذه هي كبرى الصحف المالية امريكية .

٣١ - مراسل البنترول والطلاء والمفاقر Oil, Paint and Drug Reporter

دورية النشر : اسبوعيا .

الناشر :
Schnell Publishing Co., 100 Chuch St.
New York, N.Y. - 10007.

الثن ١٥٠٠ دولار سنويا

٣٢ - صحيفة الرسوم الجمركية الدولية :

International Customs Journal

دورية النشر : غير منتظمة .

الناشر : مكتب التعريفات الجمركية العالمى - ٣٨ شارع الاسوسياشن -
بروكسل .
38, Rue de l'Association B - 1000
Brussels.

الثن : متاح فقط لدى الادارات القومية المختصة (المالية - الجمارك
.. الخ) للدول الاعضاء . السعر يختلف . تحتوى على جداول تعريفات
حديثة كاملة للدول المختارة .

٣٣ - ارشيف التجارة الالمانى Deutsches Handelsarchiv

دورية النشر : مرتان فى الشهر .

الناشر :
Bundesministerium Fur Wirtschaft
بون . جمهورية المانيا الاتحادية .

الثن : ١١٠ مارك المانى فى السنة .

يضم احدث المعلومات عن التعريفات وقواعد تنظيم التجارة والاتفاقات
التجارية فى جميع انحاء العالم .

٢٤ - التجارة الدولية International Commerce : تمدها وزارة
التجارة الأمريكية .

دورية النشر : اسبوعيا .

الناشر : مكتب الحكومة الأمريكية للطباعة واشنطن D.C. 20402.
الثن : ١٦ر.٠٠ دولار سنويا بالاضافة الى .٠٠ره دولار للبريد الاجنبي .
ويغطي عامود خاص اجراءات الحكومات الاجنبية فيما يتعلق بالتغيرات
في التعريفات ولوائح التجارة في جميع انحاء العالم .

وقد صدرت عن هذه الموسوعة :

World - Wide Tariff Guide

دليل التعريفات العالمي

« « Customs Data

البيانات الجمركية العالمية

« « Import Rates

معدلات الاستيراد العالمية

٢٥ - مرجع كرونر للتجارة العالمية

Croner's Reference Book for World Traders

اعداد : B.K. Bridges . . . صفحة .

تاريخ النشر : ١٩٦٦

الناشر : مطبوعات كرونر ٢١١ - ٢ . جاميكا افنيو كوينز فيليج

Croner Publications, 211 — 03 Jamaica

Avenue, Queen's Village. N.Y.

الثن : ٢٥ر.٠٠ دولار بما فيها ملاحق التعديلات .

صفحات منفصلة لكتاب مختصر تضاف اليه تعديلات شهرية تغطي
جميع دول العالم : يحتوي على معلومات اساسية . متطلبات التوثيق ،
التعبئة . ووضع العلامة الخاصة . مختلف الشهادات المطلوبة .
الرقابة المفروضة على النقد الاجنبي . والاستيراد . النقل والتأمين .

٢٦ - دائرة معارف المصدرين : ٨٣ صفحة : **Exporter's Encyclopedia**

تاريخ النشر : ١٩٦٩

Dun and Bradstreet Publications

الناشر : مؤسسة

سندوق بريد ٣٠٨٨ .

Grand Central Station, New York. N.Y. 10017.

الثن : ٥ر.٠٠ دولار بما في ذلك الملاحق الحديثة .

لوائح التبادل التجاري والنقد . معلومات عامة عن قانون التصدير ،
شروط التصدير والرقابة . الشحن . التعبئة : اعطاء علامة المنشأ وقواعد
اخرى على أساس كل دولة على حدة تغطي ٢٢ سوق عالمية .

٢٧ - وثائق التصدير ٢ مجلدات Export Documentation

تاريخ النشر : ١٩٦٧ وتصدر ملحقات حديثة سنويا .

الناشر : الفرقة المتحدة لأصحاب المصانع في استراليا - دار
الصناعة . كانبرا .

Associated Chambers of Manufacturers of
Australia, Industry House, Canberra.

الـثمن : ٢٠ دولار كل مجلد . . ٦٠٠ للملحقات السنوية .

اوراق منفصلة لكتاب مختصر مع تعديلات منتظمة . يغطي كل الدول
ويسجل كل متطلباتها من المستندات والرقابة على الاستيراد والنقد . التعريف
الجمركية ، التعبئة . التغليف . وضع العلامات الخاصة ، الشهادة الصحية
وغيرها من الشهادات المطلوبة .

٢٨ - انماط الاعلان العالمى ووسائله :

International Advertising Standards and Practices

الناشر : رابطة الاعلان العالمية .

International Advertising Association,
475 Fifth Avenue, New York N.Y. 10017.

ويحتوى على معلومات عامة عن الاعلان في ٦٠ دولة .

مصادر متنوعة اخرى :

٢٩ - بحوث تسويق الصادرات للدول النامية

Export Marketing Research for Developing Countries

تاريخ النشر : ١٩٦٧

الناشر : المركز التجارى الدولى (ITC) (مؤتمر التجارة والتنمية/
الجات) .

Palais des Nations CH-1211 Geneva 10.

الـثمن : ٠٠٠ دولار ، ومجانا للدول النامية .

٤٠ - المرجع المفسر عن مسح الأسواق طبعا للسلع والدول :

An Annotated Bibliography of Market Surveys by Products and Countries.

تاريخ النشر : ١٩٦٩

الناشر : المركز التجارى الدولى (ITC) مؤتمر التجارة والتنمية /
الجات .

Palais des Nations CH-1211 Geneva 10.

التمن : ٠.٠٠٥ دولار . ومجانا للدول النامية .

٤١ - ملخص عن التبادل الدولى للمطبوعات :

Handbook on the International Exchange of Publications

الطبعة الثالثة - المعدلة .

(باربع لغات الانجليزية ، الفرنسية ، الروسية ، الاسبانية) ٧٦٧
صفحة .

تاريخ النشر : ١٩٦٤

الناشر : منظمة الامم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو) .
Place de Fontenoy, 75 Paris 7e

التمن : ٠.٨٥٠ دولار

فصول عن مختلف انواع التبادل . تنظيم خدمات التبادل على
المستويين القومى والدولى . الاتفاقات الخاصة بتبادل المطبوعات ، النقل
ورسوم الجمارك . قائمة بعروض التبادل التى تقدمها المنظمات العالمية
... الخ . قائمة مختارة بما هو متداول من المراجع العالمية كما تقدم ايضا
فهرس بالموضوعات وفهرس بالدول .

٤٢ - دليل Ulrich الدولى ، دليل مصنف للدوريات انجليزية الاجنبية
والمحلية :

**Ulrich's International Periodical Directory, a Classified Guide to
Current Periodicals, Foreign and Domestic.**

الطبعة الرابعة عشرة (مجلدين) .

دورية النشر : سنويا .

الناشر :
R. R. Bowker Co, 1180 Avenue of the
Americas New York, N.Y. 10036.

التمن : ٣.٠٠٠ دولار .

ويمكن استخدام هذا الدليل للتعرف على المجلات الدورية التي تتناول
منتجات معينة .

٤٣ - مجموعة المعلومات الأساسية عن أسواق التصدير :

Compilation of Basic Information on Export Markets

تاريخ النشر : ١٩٦٨

الناشر : المركز التجاري الدولي - (مؤتمر التجارة والتنمية /
والجات) .

Palais des Nations CH - 1211 Geneva 10.

الثن : .. ره دولار ، ومجانا للدول النامية .

ويمكن الحصول على مزيد من المعلومات العامة من المطبوعات
الخاصة بأسعار السلع المختارة عن :

Merril Lynch Pierce, Fenner and Smith Inc.

70 Pine Stree.

New York, N.Y. — 10005.

ومطبوعات منظمة الأمم المتحدة للأغذية والزراعة عن أسعار السلع
الزراعية .

وكتالوجات مكاتب الأوامر البريدية لأسعار السلع الاستهلاكية .
والصحف التجارية المتنوعة للمنتجات الصناعية .

الملحق رقم (٢)

المنتجات الوارد ذكرها في موجز المصادر : الإحصاءات السلعية الأساسية (١) :
Compendium of Sources : Basic Commodity Statistics.

(أ) السلع الزراعية :

- ١ - الكاكاو ، البن والمواد التي تعطى النكهة والتوابل والشاي .
- ٢ - منتجات الألبان والبيض والدواجن .
- ٣ - الشحوم والزيوت .
- ٤ - الألياف .
- ٥ - الأسماك .
- ٦ - الفواكه ، الخضروات ، المستحضرات ، المكسرات ، الخمور والمشروبات الروحية .
- ٧ - الحبوب والمواد الغذائية .
- ٨ - الجلود والفراء ، جلود الحيوانات .
- ٩ - اللحوم ومنتجاتها .
- ١٠ - المطاط ومنتجاته .
- ١١ - السكر .
- ١٢ - الأخشاب ومنتجاتها .
- ١٣ - الطباق .

(ب) المعادن والفلزات :

- ١ - الفحم ، الحديد والصلب .
- ٢ - النحاس ، الرصاص ، الصفيح والزنك .
- ٣ - المعادن والأحجار النفيسة .
- ٤ - معادن وفلزات أخرى .
- ٥ - البترول .

(١) انظر ملحق (٢) البند (١٥)

٤ - انشاء وتشغيل اجهزة ترويج الصادرات

في الدول النامية

اعداد

مركز التجارة الدولي التابع للاكتاد والجات : UNCTAD / GATT

مبادئ واهداف ترويج الصادرات

يتمثل ترويج الصادرات على المستوى القومى - فى الاجل القصير - فى مجموعة من البرامج توضع لتنمية التجارة فى اطار الظروف القائمة وذلك باستخدام وسائل نشأت فى ظل أنظمة مختلفة مثل اساليب الادارة ، تكييف المنتج والتسويق . وينبغى ان يكون لبرنامج ترويج الصادرات اهداف محددة . ويمكن تجميع الأنشطة المستهدفة - على سبيل المثال - تحت العناوين الآتية :

(ا) اسداء النصح للصناعة والحكومة فى الأمور التى تتعلق بالتصدير .

(ب) ترويج ومساعدة وتنمية الصادرات بكافة الطرق الممكنة .

(ج) مساعدة المصدرين على تحسين نوعية سلمهم وشكلها .

ان وجهة النظر الصناعية التى كثيرا ما رسخت فى اذهان الدول الصناعية هى ان ترويج الصادرات يعتبر وسيلة لتقديم خدمات معينة الى الصناعة (معلومات عن التمريرة الجمركية ، ولوائح التجارة وظروف السوق واسداء النصح فيما يتعلق بتنظيم اسواق التجارة والاعلان) وذلك بغض النظر عن القيمة الفعلية التى تقدمها هذه الخدمات الى دوائر الأعمال . وفى اغلب الدول النامية لا يحدث توسع سريع فى الصادرات ولا يكفى مجرد اقامة هيئة لتوفير المعلومات بطريقة سلبية .

ويتعين على أى منظمة لترويج الصادرات فى أية دولة نامية ان تحقق النشاط فى حركة التصدير كما ينبغى عليها ان تحاول التأثير على الجو الاجتماعى والاقتصادى للدولة والحد من العقبات التى تمنع الشركات من التصدير أو التوسع فى صادراتها . ولذلك يجب عليها المساعدة على ايجاد المنظمين وانشاء مشروعات قادرة على المنافسة فى الاسواق العالمية .

ولن يكون لاية سياسة لترويج الصادرات فاعليتها الحقيقية الا اذا كانت تعكس وجود حاجة حقيقية . ولذلك فان احدى الاهداف الكبرى لمنظمة ترويج

الصادرات هي تحديد احتياجات الترويج لكل من دوائر الأعمال والحكومة .
وبصفة عامة فانه لا يمكن لاية دولة نامية ان تنقل نظام ترويج الصادرات
السائد في دولة نامية اخرى طالما ان الظروف الاجتماعية والاقتصادية تختلف
اختلافا كبيرا من اقليم الى اقليم . ولذلك يتخذ ترويج الصادرات اشكالا
مختلفة في مختلف الدول . وعلى سبيل المثال فان دولة لديها عدد محدود
من منتجات التصدير تديرها مجالس التسويق لا يكون لها نفس الاحتياجات
التي لدولة ذات عدد كبير نسبيا من الشركات تنتج طائفة كبيرة من السلع
المصنوعة ونصف المصنوعة .

خدمات ترويج الصادرات في الدول النامية

تنظيم وكالات تنمية الصادرات وواجه نشاطها :

ينبغي ان يعكس تنظيم وواجه نشاط وكالات تنمية الصادرات المستويين
الذين تلتقى عندهما كافة جهود ترويج الصادرات . وفي المقام الاول ينبغي ان
تتجه الوكالة نحو مساعدة الحكومة على ابتكار وتنفيذ سياسات ترويج
الصادرات التي تستكمل وتعزز جهود دوائر الأعمال (سواء كانت هيئات
تجارية قومية ، مجالس تسويقية او مصدرين من القطاع الخاص) . كما
يجب ان يتجه نشاطها ثانية الى مناطق تكون موضع الاهتمام المباشر من
جانب دوائر الأعمال .

وفيما يتعلق بالعمل عند المستوى الحكومي فانه على وكالة ترويج
الصادرات القيام بثلاث مهام كبرى : -

(ا) تنسيق الأنشطة الحكومية القائمة في مجال ترويج الصادرات كي
تتجنب ازدواج الجهود وتحقق التكامل المشترك في المناطق التي توجد
فيها وكالتان او ادارتان حكوميتان او اكثر لتقديم خدمات تكميلية .

(ب) توفير الخدمات الأساسية وخاصة تدريب موظفي الحكومة على ترويج
الصادرات بحيث يعاد تزويد مختلف الهيئات الحكومية المعنية بترويج
الصادرات بسرعة بحاجاتها من هؤلاء .

(ج) تقدير كل من امكانية الصناعة على سد حاجة اسواق التصدير
والخدمات اللازمة لترويج الصادرات التي تتطلبها الصناعة وذلك
بهدف التأكيد من ان اجراءات الحكومة لترويج الصادرات ترتبط
مباشرة بهذه الاحتياجات .

وبالنسبة لدوائر الأعمال فان وكالة ترويج الصادرات ينبغي أن تكون قادرة على توفير خدمات معينة مثل بحوث تسويق الصادرات والمشورة والمعلومات التجارية وتدريب المصدرين المحليين على أعمال التصدير . ولتأكيد اتفاق جميع هذه الأنشطة مع مصالح وحاجات الحكومة ودوائر الأعمال فانه ينبغي أن يشترك ممثلون عن الجهتين في تطوير برامج تنمية الصادرات .

تدريب موظفي الحكومة على ترويج الصادرات :

أصبح ترويج الصادرات أقرب ما يكون الى الميدان التخصصي . والواقع ان أكبر ما يعوق الدول النامية عن التقدم في هذا المجال هو افتقارها الى المواطنين المدربين تدريباً كاملاً على ترويج الصادرات . وينبغي أن يكون خلق هذه الكوادر من الأهداف الرئيسية لاجهزة تنمية الصادرات .

خدمات مباشرة للمصدرين لترويج الصادرات :

يتعين على وكالات ترويج الصادرات تقديم خدمات مباشرة للمصدرين بهدف مساعدتهم على أن يصبحوا أكثر قدرة على المنافسة في الأسواق العالمية .

وبفض النظر عن الوضع التنظيمي لوكالات ترويج الصادرات فانه يمكن تقسيم هذه الخدمات منطقياً الى أربع فئات :

- (أ) خدمات فنية توضع لتحسين الوسائل الفنية للتصدير .
- (ب) خدمات ترويجية لمساعدة المصدرين المحليين على ترويج منتجاتهم في الأسواق الأجنبية .
- (ج) خدمات تمويلية ، ومنها على سبيل المثال مساعدة المصدرين الذين يعوزهم رأس المال وتحسين شروط الائتمان التي يمنحونها للمستوردين الأجانب .
- (د) خدمات تدريبية بقصد تعريف المصدرين المحليين بوسائل التصدير الحديثة .

النواحي الفنية

تتضمن الخدمات الفنية التي توفرها هيئات ترويج الصادرات :

- (أ) مساعدة المصدرين على القيام ببحوث تسويق الصادرات فيما يختص بمنتجات معينة في الأسواق الخارجية مستخدمة لهذا الغرض أعضاء الهيئة أو مستشاريين آخرين .

(ب) مساعدة المصدرين على تحسين منتجاتهم التصديرية وتكييفها وفقا لمتطلبات الأسواق الأجنبية عن طريق بحوث الانتاج وتطوير المنتج والرقابة النوعية وتطوير التصميم او التعبئة والعلامات المسجلة .. الخ .

(ج) مساعدة المصدرين على زيادة كفاءة التوزيع في الخارج .

وتهدف الخدمات الفنية التي تقدمها مؤسسات تنمية الصادرات الى زيادة منافسة المنتجات المحلية في الأسواق الأجنبية بصورة مطردة . كما تساعد ايضا في تنويع الصادرات المحلية بتشجيع المصدرين على التخصص في السلع التي يبشر مستقبلها التصديرى بالخير . وذلك فضلا عن ايجاد علاقات تصدير جديدة وفقا للطلب الخارجى . ولما كانت هذه الخدمات تستهدف الوفاء باحتياجات بيوت التصدير الصغيرة والمتوسطة ، فانه يصبح لزاما على مؤسسات الترويج ان تدعم قطاع المشروعات الصغيرة الذى يضم حوالى ثلاثة ارباع المنشآت الصناعية في الدول النامية .

اشكال الترويج

تتضمن خدمات ترويج الصادرات ما يلى :

(١) مساعدة المصدرين بتنظيم ايفاد بعثات للمبيعات الى الخارج بهدف انشاء علاقات مباشرة وشخصية مع العملاء الأجانب الذين يتوقع زيادة مشترياتهم .

اب) مساعدة المصدرين على الاعلان عن منتجاتهم بالخارج وذلك بتقديم المشورة عن طرق الاعلان وتوصيلهم بمستشارى الاعلان الأجانب وتنسيق حملات الاعلان التي يقوم بها المصدرون مع السياسة الاعلانية للحكومة .

(ج) افادة المصدرين بالوسائل الاخرى لترويج الصادرات مثل نشر كتالوجات التصدير . اقامة اجنحة بالمعارض الأجنبية . والترتيبات الخاصة باشتراكهم في أسواق التجارة الأجنبية .

وتبدو أهمية مثل هذه الخدمات الترويجية في تنمية صادرات اية دولة - بوصفها استكمالا لخدمات الفنية المشار اليها آنفا - واضحة تماما : ويتطلب ترويج الصادرات في الخارج معرفة دقيقة بظروف الأسواق الأجنبية والتي كثيرا ما تنقص المصدر . ولذلك فانها مهمة طبيعية اهمة ترويج الصادرات ان تزود المصدر بهذا النوع من المساعدة والمشورة والتعليمات .

النواحى المالية

يمثل تمويل التصدير مركز القلب في ترويج الصادرات . ومن المهام الرئيسية لو كالة ترويج الصادرات ان تنمى بالتعاون مع السلطات القومية بعض مشروعات معينة مثل حوافز التصدير . وذلك من الناحية التمويلية اولا وان كان ذلك لا يعنى ان نهمل السياسات المالية والنقدية . وتزداد الحاجة الى مثل هذه الحوافز لتشجيع انواع معينة من الانشطة التى تمكن المنتج المحلى من بيع سلعة في الاسواق الاجنبية . وقد تشمل مثل هذه الحوافز تمويل بحوث التسويق وتكييف الانتاج (مثل تحسين تصميم المنتج) ونشر مطبوعات عن المبيعات باللغات الاجنبية والمشاركة في اسواق التجارة بالخارج . . . الخ .

وتستطيع وكالة ترويج الصادرات التعاون ايضا مع السلطات المالية القومية بفرض توفير قدر كاف من التسهيلات الائتمانية لقطاع التصدير بما في ذلك تقديم شروط ائتمان تنافسية الى العملاء الاجانب .

ويتصور ان يركز اى برنامج للمساعدات المالية للمصدرين الى حد بعيد على دعم قدراتهم على المنافسة في الاسواق العالمية .

ولا جدال في ان كلفة التصدير مرتفعة وخاصة خلال المرحلة الاولى للتغلغل في الاسواق الاجنبية . ويتحمل المصدر في الدول النامية نفقات باهظة للانتاج من اجل التصدير والترويج في الاسواق الاجنبية . ولا يمكن علاج هذه الحالة الا اذا بذلت الحكومات جهودا لتقديم معونة مالية منظمة الى المصدر المحلى على ان يترك الامر لو كالة ترويج الصادرات لاتخاذ المبادرات البناءة في هذا الاتجاه .

خدمات التدريب للمصدرين المحليين

بالاضافة الى خدمات التدريب التى يطلب من هيئات ترويج الصادرات تنظيمها لموظفى الحكومة المشتغلين بانشطة التصدير فانه يتعين عليها ان تقدم قدرا معيننا من التدريب للمصدرين المحليين . ويمكن ان يتخذ هذا التدريب شكل دراسة عامة او متخصصة لفترة تطول او تقصر وفقا لنوعية ومستوى المتدربين .

ويعتبر تدريب المصدرين المحليين مهمة شاقة الى حد ما وذلك بسبب ضخامة حجم هذا القطاع (اذ قد يصل عدد المصدرين المنتظر تدريبهم في اية دولة الى عدة آلاف) اذا ما قورن بالتنافر من اعضاء هيئة التدريس . ومهما يكن الامر فان تجربة كثير من هيئات ترويج الصادرات تشير الى ان برنامجا

من هذا النوع يمثل جانبا جوهريا من أى جهود تبذل لتنمية قطاع التصدير القومى .

تنسيق أنشطة ترويج الصادرات :

لا يكون انشاء وكالة مركزية لترويج الصادرات محديا الا فى دولة يقل فيها أوجه نشاط ترويج الصادرات أو فى الدول التى تأخذ بنظام الحكومات المركزية الى حد كبير .

والبديل للمركزية الصارمة هو انشاء هيئة سكرتارية لتنسيق خدمات ترويج صادرات الدولة . ولهذه السياسة مزايا عدة منها :

(أ) تستبعد إعادة التنظيم الهيكلى جوهريا اذا كان بالدولة فعلا عدة وكالات تختص بجوانب مختلفة لترويج الصادرات .

(ب) تقلل التكلفة .

(ج) من الناحية السياسية قد يكون من الأفضل العمل على التنسيق بدلا من اللجوء - على نطاق واسع - الى تعديل أوجه نشاط وسلطات الهيئات الحكومية المختصة بترويج الصادرات . كما تساعد أيضا على تقليل المخاوف العادية التى يثيرها خلق جهاز تموله الخزانة العامة .

(د) تهيء الفرصة اللازمة لتكوين كادر من الأفراد يصبح نواة لمنظمة مركزية لترويج الصادرات .

ومن ثم فان التنسيق كبديل للمركزية يمكن ان يخدم الغرض المذكور :

(أ) تحقيق قدر معين من المركزية بينما يحافظ على تقسيم فعال نسبيا للعمل بين الحكومة ومؤسسات القطاع الخاص .

(ب) تمهيد الطريق لتركيز خدمات ترويج الصادرات نهائيا فى هيئة وحيدة عندما تتطلب احتياجات الدولة الحقيقية من هذه الخدمات مثل هذا الاجراء .

دور التدريب فى ترويج الصادرات :

يجب ان يشغل التدريب مكانا فى اطار مفاهيم التجارة وسياساتها والمقاييس والوسائل الفنية المعترف بها على المستوى الدولى . ان ما يزيد على المعرفة الكافية متاح فى هذا المجال ، ولكن يجب تكييف اساليب التدريس ايضا وفقا للحاجات الخاصة بالدول النامية . وبقدر ما تستطيع هذه الدول ان تستفيد من الوسائل الفنية الحديثة لترويج التجارة وتكييفها مع حاجاتها

بقدر ما تصبح في مركز يسمح لها بإنشاء جهاز ترويج التجارة على مستوى عال من الكفاءة ، وهو هدف ربما تكون الدول المتقدمة قد استغرقت سنوات عديدة لتحقيقه .

ولاختيار المرشحين المناسبين للتدريب أهمية حيوية وينبغي أن يتركز الاختبار على الشخصية والتعليم والخبرة . وإذا لم تتوافر هيئة التدريس المناسبة المدربة تدريباً سليماً ، فإن وكالة ترويج الصادرات لا يكون لديها من الإمكانيات ما يحقق أهدافها الرئيسية : أي تحديد وتقديم الخدمات المطلوبة منها . كما أن رجل الصناعة في الدول النامية لا يكون في مركز يسمح له بالقيام بحملة تصديرية ناجحة دون تدريب كاف على التصدير .

ولما كان التخصص في تدريب الأفراد على ترويج التجارة وتكاليف ذلك التدريب في تزايد مستمر فإنه ينبغي عمل تحليل مستمر للنتائج التي تحققها كل من برامج وحلقات الدراسة . الخ . وينبغي أن يغطي هذا التحليل أو التقييم ناحيتين على قدم المساواة في الأهمية :

(أ) مدى تحقيق أهداف برنامج أو حلقة الدراسة . (كما سبق تحديدها) .

(ب) مدى الفرصة التي أعطيت لمن تم تدريبه لتطبيق مهاراته التي حصل عليها حديثاً .

ولقد أسفرت تجربة كثير من الهيئات التي قدمت المعونة في مجال التدريب عن أنه لا يكفي بذل جهود متفرقة لتدريب الأفراد بل يجب تنظيم هذا التدريب كجزء متكامل من جهود الدولة للتنمية .

٥ - تمويل الصادرات في دول السوق الحرة الرأسمالية :

اعداد : منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية

تمويل الصادرات في كل من الدول النامية والدول المتقدمة

يمكن أن يعزى نقص التمويل الكافي للصادرات ونقص تأمين تسهيلات التصدير في أغلب الدول النامية الى السياسة التي كانت تتبعها هذه الدول حتى وقت قريب ، وهي توجيه التصنيع نحو انتاج بدائل الواردات اكثر منه ناحية الصادرات . وفي أغلب هذه الدول يجري تمويل الصادرات بطرق التمويل العادية ، وخاصة عن طريق البنوك التجارية . ولا يسمح هذا النوع من التمويل للدول النامية بالحصول على مزايا في المنافسة مع المصدرين في الدول المتقدمة .

على أن تزايد ادراك بعض الدول النامية بالحاجة الى تنويع اقتصادياتها في الوقت الذي تضيق فيه اسواقها المحلية قد ادى الى زيادة وتنويع صادرات بعضها والى وضع برامج لتمويل الصادرات ومشروعات لتأمين تسهيلات التصدير . وسنلخص فيما بعد بعض الامثلة للنظم القومية لتمويل الصادرات في الدول النامية .

ولم تعد المنافسة في تصدير السلع الرأسمالية والسلع الأخرى في الدول المتقدمة ترتبط الآن بالسعر والجودة ومدة التسليم فحسب بل امتدت الى امكانية تقديم تسهيلات للدفع الآجل . ومن ثم فقد استحدثت أغلب هذه الدول مشروعات جديدة لقروض التصدير وتأمين تسهيلات التصدير لترويج صادراتها . وفضلا عن قيمة هذه الخطط في ترويج الصادرات ، فقد استخدمتها الدول النامية كوسيلة للحصول على السلع الرأسمالية ، وكنتيجة لذلك فقد ساهمت هذه النظم في زيادة تدفق رأس المال من الدول الصناعية الى الدول النامية . وقد تعرضنا في هذا البحث باختصار لوصف بعض النظم القومية لائتمان الصادرات وتأمين الصادرات في الدول المتقدمة .

تمويل الصادرات وتأمين تسهيلات التصدير

يعتمد منح الموردين لائتمان الصادرات وتمويلها عن طريق البنوك ، الى درجة كبيرة ، على توافر التأمين على تسهيلات الصادرات . وعلاوة على ذلك

فان توفير تأمين تسهيلات التصدير قد يؤدي الى تخفيض تكلفة تمويل ائتمان الصادرات . وتعتبر الحماية التي يوفرها تأمين تسهيلات الصادرات ذات أهمية خاصة بالنسبة للدول النامية . اذ ان هذه الدول تدخل الى اسواق جديدة . وتتعامل مع تجار جدد في وقت لم تتعود فيه بعد على العرف الجارى في التصدير .

ويعتبر بعض الافراد ان ادخال نظام تأمين تسهيلات الصادرات له الاولوية على ائتمان الصادرات ذاته اذا ما كان الهدف هو توفير ائتمان الصادرات دون وجود اى برنامج لتأمين تسهيلات التصدير . والواقع ان بعض الدول النامية قد استحدثت نظما لتأمين ائتمان الصادرات دون وجود مشروعات لتمويل الصادرات . وفي مثل هذه الحالات فان تمويل الصادرات يستمر بالطرق القائمة وعن طريق التسهيلات المتاحة مثل التسهيلات التي تقدمها البنوك التجارية او الصناعية او بنوك التنمية .

التمويل وترويج الصادرات

على الرغم من ان اى مشروع لتمويل الصادرات مع وجود نظام لتأمين تسهيلات الصادرات يعتبر احد الركائز الأساسية لترويج الصادرات ، فان هذا التمويل يعتمد على مدى توافر الموارد التي يمكن تعبئتها لهذا الغرض . ومع ان هذه الموارد تكون كافية بصفة عامة لمواجهة متطلبات ائتمان الصادرات قصيرة الأجل بالنسبة للزمن الحاضر والمستقبل القريب ، فانها لا تكفى لمواجهة متطلبات الائتمان متوسط وطويل الأجل . وعلاوة على ذلك فان المستوى المرتفع لاسعار الفائدة قد يعوق استخدامها بشكل فعال .

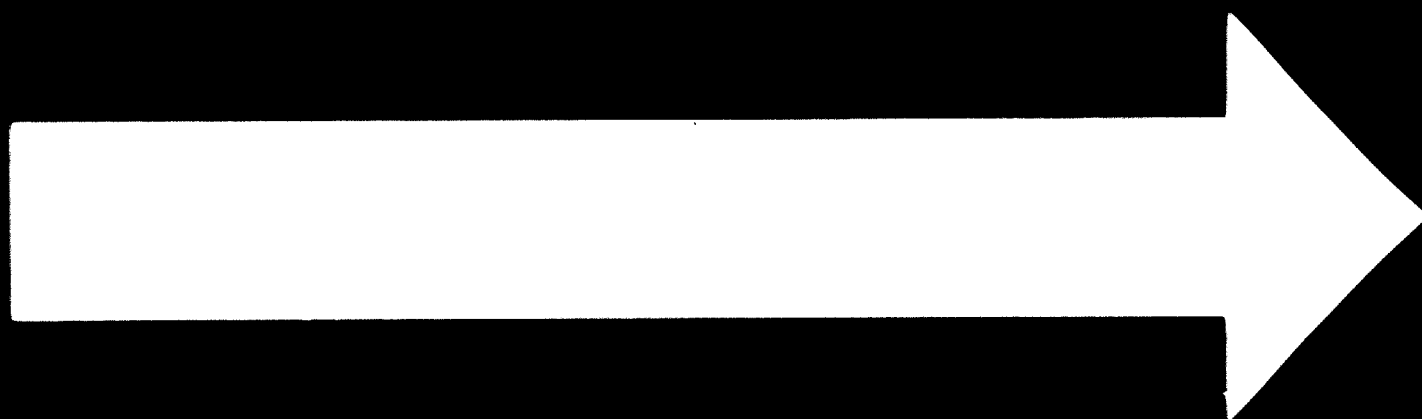
وبينما تنظر الدول النامية الى ترويج الصادرات كوسيلة لزيادة حصيلتها من العملات الأجنبية ، فان اتباع سياسة نشطة لتمويل الصادرات قد يؤثر تأثيرا عكسيا على ميزان مدفوعاتها على الاقل في الأجل القصير .

مصادر التمويل واعادة التمويل

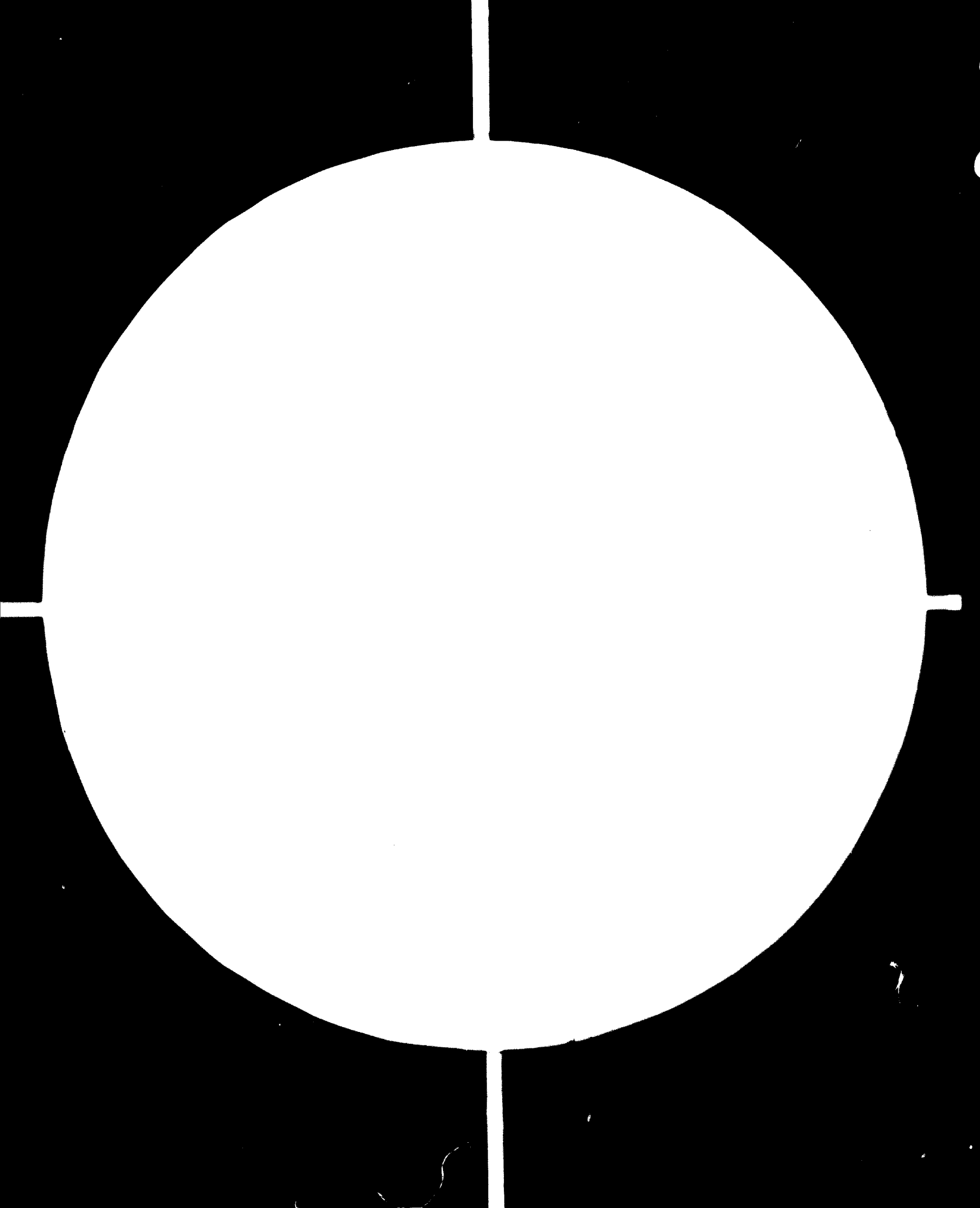
وفيما يتعلق بتمويل الصادرات فان الامر يتطلب وجود شكلين رئيسيين متكاملين من التمويل :

(١) التمويل مقدما او الائتمان القصير الأجل . الذى يقوم بتوفير رأس المال العامل لمواجهة احتياجات العملية الانتاجية (المواد الخام - العمل ... الخ) .

C - 595



81.09.30



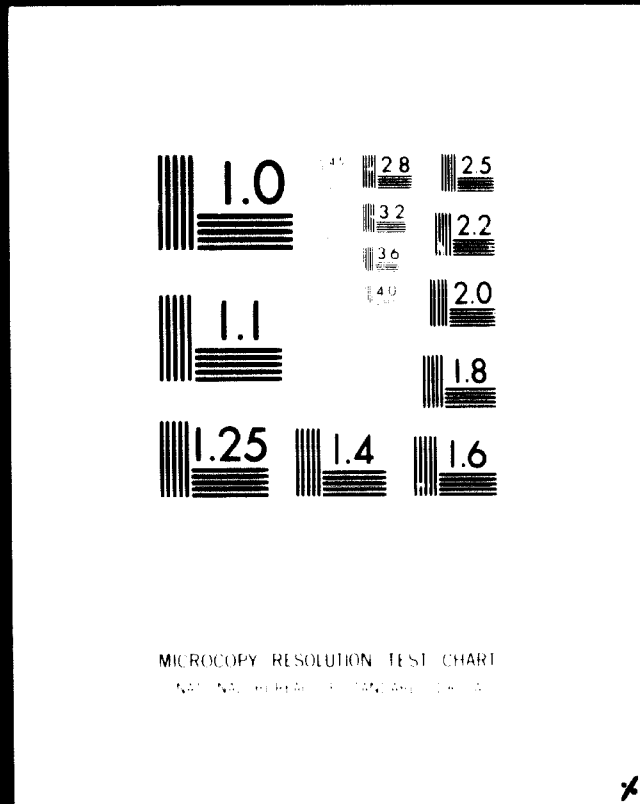
2

OF

2

02218

A



24 x
D

x

(ب) التمويل الأجل للصادرات أو الائتمان متوسط وطويل الأجل والذي يمكن المنتج من تقديم التسهيلات المالية والدفع الآجل للمشتري ولعدد معين من السنوات بعد شحن الصادرات .

وغالبا ما تتوافر في الدول النامية عمليات الائتمان قصير الأجل التي تستحق السداد في فترة لا تزيد عن ستة شهور . وقد يقوم المصدر بتوفير التمويل لهذه العمليات دون غطاء تأميني . ويتم تمويل الصادرات في مثل هذه الحالات عن طريق البنوك التجارية بأساليب مختلفة . ومن ناحية أخرى فإن كثيرا من الدول النامية تفتقر الى التسهيلات اللازمة لتمويل العمليات الائتمانية التي يزيد أجلها عن ستة شهور . وهذا يجد المصدر صعوبة في التمويل حتى ولو كان لديه الغطاء التأميني .

وتنشأ هذه المشكلة من ندرة الموارد المالية في كثير من الدول النامية ومن منافسة القطاعات الأخرى على الموارد المتاحة مثل ارتفاع اسعار الفائدة في قروض الاسكان) . ومن ثم فإن المبالغ اللازمة للائتمان متوسط الأجل غالبا ما يتم تديرها عن طريق تجديد الائتمان المصرفي القصير الأجل . على أن هذه الطريقة التي تستخدم على نطاق واسع في كثير من الدول النامية تصبح غير كافية عند التوسع في تصدير السلع المعمرة وتزداد الحاجة الى اطالة فترات الدفع الآجل . وكمحاوله لعلاج هذا الموقف ، فقد استحدثت بعض الدول النامية نظاما لاعادة التمويل يمكن للبنوك التجارية بمقتضاه اعادة خصم كمبيالات التصدير أو الحصول على سلفيات تناسب مع الائتمان الذي تمنحه للصادرات . وغالبا ما يقوم البنك المركزي أو احدى المؤسسات المتخصصة بتوفير هذا النوع من اعادة التمويل .

وقد نجحت بعض الدول النامية في الحصول على قروض خارجية لترويج صادراتها عن طريق وضع خطة لتمويل الصادرات . وفي مواجهة هذه المشكلة قام بنك تنمية الدول الأمريكية (١١) بوضع برنامج لاعادة تمويل صادرات دول أمريكا اللاتينية يتميز بالخصائص التالية :

- (أ) خصص اعتماد مبدئي قدره ٣٠ مليون دولار لهذا البرنامج .
- (ب) يمتد أجل القروض من ستة شهور الى خمس سنوات .
- (ج) يقتصر هذا البرنامج على تمويل صادرات السلع الرأسمالية فحسب .
- (د) يتم تنفيذ البرنامج عن طريق الوكالات القومية .
- (هـ) يمكن تغطية الفواتير في حدود ٧٠٪ من قيمتها .

The Inter-American Development Bank (IDB)

وسائل تمويل الصادرات

تختلف وسائل تمويل الصادرات تبعاً لشكل ومدة استحقاق القروض . ويمكن التفرقة بين أشكال التمويل الآتية :

(أ) **التمويل السابق على التصدير** وهو يتضمن - بين أشياء أخرى - تمويل النفقات التي يتكفها إجراء الأبحاث . وعمليات فتح الأسواق الجديدة بما في ذلك دراسات السوق والإعلان . . . الخ ، وكذلك تمويل الإنتاج مثل استيراد المواد الخام . وشراء المواد الخام المحلية وأجور العمال .

(ب) **تمويل الشحن** وهو يغطي تكاليف الشحن وأحياناً مصاريف لف وحزم السلع وأجور النقل والتأمين . . . الخ .

(ج) **التمويل اللاحق للتصدير** وهو يسمح للمصدر بالانتظار حتى يقوم المشتري بسداد ثمن الصادرات .

ومع أن بعض هذه النظم التمويلية تقوم على أساس الائتمان القصير الأجل مثل تمويل الإنتاج (رأس المال العامل) . فإن كثيراً من المشروعات القومية يتم تمويلها عن طريق قروض متوسطة الأجل . ولذا فإنه ينبغي النظر إلى شروطها باعتبارها ائتماناً للتصدير :

(أ) **الائتمان قصير الأجل** : الذي لا تزيد مدته عن ستة شهور (هناك شروط في بعض الدول تجعل المدة أقل من سنة) .

(ب) **الائتمان متوسط الأجل** : الذي تتراوح مدته بين سنتين وخمسة سنوات .

(ج) **الائتمان طويل الأجل** : الذي تزيد مدته عن خمس سنوات (وفي بعض البلاد قد يمتد أجله إلى سبعة سنوات) .

وتتبع البنوك بصفة عامة الوسائل التالية :

(أ) خصم الكمبيالات ، وهذه تشمل الكمبيالات التي يوقعها المصدر للبنك وتلك التي يوقعها المصدر للمنتج ويظهرها المنتج للبنك . والكمبيالات التي يوقعها المشتري الأجنبي للمصدر أو للمنتج والتي يقوم أي منهما بتظهرها للبنك .

(ب) خصم مستندات الشحن والمستندات الأخرى .

(ج) تقديم دفعة مقدمة على أساس العقد .

(د) تقديم دفعة مقدمة مقابل خطاب اعتماد مستندي .

(هـ) تقديم دفعة مقابل الديون المستحقة ، بخطاب أو بدون خطاب اعتماد .

النظم القومية لتمويل الصادرات

تختلف النظم القومية لتمويل الصادرات من ناحية تخصصها ومن ناحية تقسيم نظامها الى مرحلتين هما التمويل واعادة التمويل .

وقد انشأت بعض الدول مؤسسات متخصصة لتمويل التجارة الخارجية . وعهدت دول أخرى للمؤسسات القائمة أو لاداراتها المتخصصة ، بالقيام بهذا العمل ، بينما لا زال البعض الآخر يقصر برامجه على تأمين تسهيلات الصادرات ويترك تمويل الصادرات للبنوك التجارية (للائتمان قصير الاجل) ولبنوك التنمية والبنوك الصناعية (للائتمان متوسط وطويل الاجل) .

وبالمثل ، انشأت بعض الدول نوعين من المؤسسات ، احدهما يقدم الائتمان للمنتجين والمصدرين ، والآخر يمنح الائتمان لمؤسسات التمويل القائمة التي تقوم بدورها بتقديم الائتان للمصدرين . وقد انشأت بعض الدول الأخرى واحدا فقط من هذين النوعين ، اما مؤسسة متخصصة لتمويل الصادرات مع أو بدون تمكينها من خصم كمبيالاتها لدى البنك المركزي ، واما مؤسسة لاعادة التمويل تقوم بالتوسع في تمويل الصادرات عن طريق منح الائتمان للبنوك التجارية . وهذه تقوم بدورها بمنح الائتمان الى المصدر أو منتج الصادرات . وفيما يلي نورد وصفا لبعض النظم القومية .

الدول المتقدمة :

الدانمارك

التمويل واعادة التمويل :

— يتم تمويل ائتمان الصادرات من السلع الراسمالية عن طريق البنوك التجارية .

— يمكن الحصول على اعادة التمويل من البنك الاهلي الدانماركي Danmarks Nationalbank (في شكل شهادات ائتمان) وذلك بالنسبة لائتمان الموردين متوسط الاجل الذي لا يقل حده الأدنى عن مليون كرونة دانمركية .

— ائتمان الصادرات طويل الاجل الذي تقوم وزارة التجارة بضمانه طبقا لقانون التعاون الفنى مع الدول النامية (١٩٦٢) يمكن ايضا أن يعاد تمويله عن طريق البنك الاهلي الدانماركي .

- يغطي التمويل عادة صادرات السلع والخدمات الدانمركية المنشأ .
- يجب ان يحصل المشتري عادة على ضمان من احد البنوك التجارية في دولته .

الائتمان متوسط الاجل :

- يجب ان يحصل المورد على ضمان من هيئة ائتمان الصادرات Eksportkreditraadet قبل التقدم بطلب التمويل الى البنك الذي يتعامل معه .
- يتعين على المشتري ان يدفع حوالى ٢٠٪ كدفعة مقدمة من قيمة الصادرات المتعاقد عليها .
- الاستحقاق : من سنتين الى ٥ سنوات .
- سعر الفائدة : من ٧٪ الى ٨.٥٪ .
- قسط التأمين : من ٥.٥٪ الى ١٪ سنويا .

الائتمان طويل الاجل :

- لا يتطلب الامر دفع اى دفعات مقدمة .
- الاستحقاق : من ٧ سنوات الى ١٥ سنة .
- سعر الفائدة : من ٧٪ الى ٨.٥٪ .

التأمين :

- يجب ان يقوم المورد بالتأمين لدى هيئة ائتمان الصادرات .
- على المورد ان يتحمل جانبا من المخاطرة ، حيث يغطي التأمين مالا يزيد عن ٩٠٪ من قيمة العملية .
- يمكن الاعفاء من قسط التأمين .

جمهورية ألمانيا الاتحادية

التمويل :

- يتم تمويل ائتمان الصادرات للسلع الراسمالية كما يلي :
- (١) ائتمان الموردين متوسط الاجل : عن طريق مؤسسة الائتمان الخارجى **Ausfuhr-Kredit Aktiengesellschaft (AKA)** وهى مؤسسة خاصة (مكونة من مجموعة من البنوك الالمانية) انشئت سنة ١٩٥٢ .
- ومواردها عبارة عن حد ائتماني من البنوك الاعضاء ومن البنك الاتحادى الالمانى **Deutsche Bundesbank** (البنك المركزى) .

- (ب) ائتمان الموردين طويل ومتوسط الاجل وائتمان المشترين عن طريق مؤسسة ائتمان التنمية (KfW) Kreditanstalt fur Wiederaufbau .
وهي مؤسسة عامة أنشئت سنة ١٩٤٨ .
- يتم منح الائتمان قصير الاجل عادة عن طريق البنوك التجارية لصادرات السلع والخدمات الألمانية المنشأ .
 - يتعين ان يقوم المشتري بدفع ٢٠٪ كدفعة مقدمة من قيمة العقد .
 - يتراوح سعر الفائدة في الوقت الحالي بين ٥٪ و ٦٪ (للائتمان متوسط الاجل) وبين ٦٪ و ٧٪ (للائتمان طويل الاجل) .
 - يصل الحد الأقصى للقروض التي تقدمها مؤسسة الائتمان الخارجى (AKA) الى ٦٤٪ من قيمة العقد ، بينما يرتفع هذا الحد بالنسبة لقروض مؤسسة ائتمان التنمية الى ٧٦٪ من قيمة العقد .
 - يتعين على المستورد ان يقدم ضمانا من جهة كبيرة لها مكائنها في دولته .
 - تقدم الطلبات للحصول على ائتمان المشترين والموردين بصفة عامة الى مؤسسة ائتمان التنمية (KfW) بواسطة المورد ، ومع ذلك ففي حالة ائتمان الموردين تقدم الطلبات عادة عن طريق احد البنوك التجارية .

التأمين :

- يجب ان يقوم المورد بالتأمين لدى شركة التأمين الاتحادية (هرمس) Kreditversicherungs — Aktiengesellschaft (Hermes)
- يمنح التمويل في حدود المطلوبات المؤمن عليها لدى شركة هرمس (بعد أقصى ٨٠٪ من قيمة العقد) .

فنلندا

التمويل :

- يتم تمويل ائتمان الصادرات للسلع الفنلندية بواسطة شركة ائتمان الصادرات الفنلندية Suomen Vientiluotto Oy
- يتعين ان يقوم المشتري بصفة عامة بدفع ٢٠٪ من قيمة عقد التصدير عند الشحن . ويجب ان يتم دفع ال ٨٠٪ الباقية على اقساط سنوية او نصف سنوية متساوية ، بدون اى فترة سماح .
- يتعين ان يقوم المورد بتغطية جزء من الائتمان حيث ان شركة ائتمان الصادرات الفنلندية لا تمويل اكثر من ٨٥٪ فقط من القرض المقدم الى المشتري .
- يتم تقديم الائتمان مقابل ضمانات كافية (ضمان مصرفى او عقارات او رهونات) .

- يختلف سعر الفائدة حسب كل عملية : ويتراوح عادة بين ٦٪ و ٧.٥٪ .
- يتم صرف الائتمان عند تسليم السلع أو لتمويل تكاليف الانتاج .
- ينبغي ان يقوم المشتري عادة بالاتصال بشركة ائتمان الصادرات الفنلندية واحد البنوك التجارية في بلده .

ايطاليا

التمويل :

- يتم تمويل ائتمان الصادرات وفقا لقانون المصارف الصادر سنة ١٩٣٦ .
- يتم منح الائتمان قصير الأجل عن طريق البنوك التجارية .
- يتم منح الائتمان متوسط وطويل الأجل عن طريق مؤسسات ائتمانية خاصة من بينها :

Istituto Mobiliare Italiano.	(أ) المؤسسة الإيطالية للأموال المنقولة
Ente Finanziario Inter-bancario.	(ب) المنشأة المالية المصرفية
Banca di Credito Finanziario.	(ج) بنك الائتمان المالى

امادة التمويل :

- يمكن الحصول على التسهيلات الخاصة باعادة التمويل واعادة خصم كمبيالات الصادرات من المؤسسة المركزية للائتمان المتوسط الأجل Mediocredito Centrale (وهي مؤسسة حكومية انشئت عام ١٩٦٢) .
- ويتم الترخيص اولا من الحكومة . اما التسهيلات فتمنحها وزارة الخزانة .
- الائتمان الذى تبلغ فترة استحقاقه مدة لا تزيد عن عشر سنوات يمكن منحه مباشرة الى المشتريين الاجانب .
- فى بعض الاحيان يمكن ان تغطى التسهيلات ١٠٠٪ من المدفوعات الاجلة .
- يبلغ سعر الفائدة بالنسبة للتسهيلات متوسطة وطويلة الأجل حوالى ٥.٩٪ . ويعتبر قسط التأمين نفقة اضافية .

التأمين :

- يتعين على المورد ان يتحمل جانبا من المخاطرة ، ويغطى التأمين عادة ٨٥٪ فقط من قيمة الصفقات .
- يجب على المورد ان يقوم بالتأمين على الائتمان لدى المؤسسة القومية للتأمينات Istituto Nazionale Assicurazioni

اليابان

التمويل :

- يتم تمويل تسهيلات التصدير عن طريق بنك التصدير والاستيراد الياباني Export— Import Bank of Japan بالتعاون مع البنوك التجارية اى « البنوك المرخص لها بالتعامل فى النقد الأجنبى » .
- يغطى التمويل السلع الرأسمالية والخدمات الفنية اليابانية المنشأ ولا تمنح غير تسهيلات الموردين فقط .
- يتعين على المشتري أن يقوم بسداد دفعة مقدمة تبلغ حوالى ٢٠٪ من قيمة الصفقة .
- يتراوح سعر الفائدة بين ٤٪ - ٧٪ على تسهيلات بنك التصدير والاستيراد وما بين ٨.٥٪ و ٩٪ على تسهيلات البنوك التجارية ، ويتوقف السعر على نوع الائتمان . ويبلغ متوسط سعر الفائدة حوالى ٦٪ . ويعتبر قسط التأمين نفقة اضافية .
- يتعين أن يقدم المورد طلب الائتمان الى بنك التصدير والاستيراد عن طريق البنك التجارى الذى يتعامل معه .
- يتعين أن يحصل المشتري على ضمان من أحد البنوك التجارية فى بلده .

التأمين :

- يتعين أن يحصل المورد على تأمين على الائتمان من قسم تأمين الصادرات بوزارة التجارة الدولية والصناعة .
- يجب أن يتحمل المورد جانبا من المخاطرة ، ويغطى التأمين نسبة تصل الى ٨٥٪ فقط من قيمة الصفقة .

هولندا

التمويل :

- يتم تمويل ائتمان الصادرات عن طريق البنوك التجارية وعن طريق مؤسسات تمويل الصادرات الآتية :
 - (أ) مؤسسة تمويل الصادرات Export-Financings-Maatschappij, N.V.
 - (ب) البنك الاهلى للائتمان المتوسط الأجل Nationale Bank Voor Middellang Crediet N.V.
 - (ج) مؤسسة الائتمان الطويل الأجل Maatschappijvoor Krediet op Vaste Termijn. NV

- يغطي التمويل السلع والخدمات الهولندية المنشأ فقط .
- يتعين على المشتري أن يقوم بسداد دفعة مقدمة تبلغ حوالى ٢٠٪ من قيمة الصفقة .
- يتعين على المورد أن يقوم بتمويل ١٠٪ على الأقل من قيمة القرض ولا تغطي مؤسسة التمويل الا ذلك الجزء من الائتمان الذى تضمنه بوليصة التأمين ، أى ٩٠٪ .
- يتم تحديد سعر الفائدة على أساس سعر السوق . ويعتبر قسط التأمين نفقة اضافية .
- يتعين على المشتري أن يحصل على ضمان من احد البنوك التجارية فى بلده .

التأمين :

- يجب على المورد أن يحصل على تأمين على الائتمان من مؤسسة **Nederlandsche Credietverzekering Maatschappij N.V.**
- يجب أن يتحمل المورد جانبا من المخاطرة . ويغطي التأمين نسبة تصل الى ٨٥٪ فقط من قيمة الصفقة .

الترويج

التمويل :

- يتم تمويل ائتمان الصادرات عن طريق :
- Aksjeselskapet Forretningsbankens Finansierings—og Eksportkreditt-Institutt (EKSPORTFINANS).**
- وهى مؤسسة خاصة انشأتها البنوك التجارية عام ١٩٦٢ .
- يغطي التمويل السلع الترويجية المنشأ فقط .
- يتم تحديد سعر الفائدة على أساس سعر السوق ، ويعتبر قسط التأمين نفقة اضافية .
- يتعين أن يحصل المشتري على ضمان من احد البنوك التجارية او الحكومية فى بلده .
- يتعين أن يكون هناك اتفاق بين المشتري والمصدر الترويجى او بين مؤسسة **EKSPORTFINANS** والمشتري مباشرة .
- يجب ان يقدم طلب الائتمان الى مؤسسة : **EKSPORTFINANS**



التأمين :

- يجب ان يحصل المورد على تأمين على الائتمان من مؤسسة ضمان ائتمان الصادرات Garanti-Institut for Eksportkredditt
- يجب ان يتحمل المورد جانبا من المخاطرة ، ويفطى التأمين نسبة تصل الى ٨٥٪ فقط من قيمة الصفقة .

السويد

التمويل :

- يتم تمويل ائتمان الصادرات بواسطة البنوك التجارية .
- في الناحية العملية - يتم تمويل ائتمان الموردين طويل الاجل الذى تزيد مدته عن خمسة سنوات عن طريق مؤسسة سفنسكا لائتمان الصادرات AB Svensk Exportkredit التى انشئت سنة ١٩٦٢ .
- يطلب عادة من المشتري ان يقوم بسداد دفعة مقدمة تبلغ حوالى ٢٠٪ من قيمة عملية التصدير .
- يبلغ سعر الفائدة ٨٪ بالنسبة للائتمان متوسط الاجل ، ويتراوح من ٧٥٪ الى ٨٪ بالنسبة للائتمان طويل الاجل . ويعتبر قسط التأمين نفقة اضافية .
- تقدم طلبات الائتمان طويل الاجل من المصدر مباشرة الى مؤسسة سفنسكا لائتمان الصادرات AB Svensk Exportkredit. او عن طريق البنك الذى يتعامل معه .
- يتعين على المشتري ان يقدم ضمانا من احد البنوك التجارية فى بلدة .

التأمين :

- يتعين ان يؤمن المورد لدى مؤسسة Exportkreditnamnoln
- يتعين ان يتحمل المورد جانبا من المخاطرة ، ويفطى التأمين نسبة تصل الى ٨٥٪ من قيمة الصفقة .

سويسرا

التمويل :

- يتم تمويل تسهيلات التصدير عن طريق البنوك التجارية .

- يتم عادة تمويل ائتمان الموردين متوسط الاجل فقط . اما الائتمان طويل الاجل فلا يمنح الا في الحالات الاستثنائية فقط او كقروض للمستوردين في اطار الاتفاقات الثنائية بين الحكومة السويسرية وبين حكومة اية دولة نامية (ائتمان تحويل او غطاء ائتماني) .
- يتعين على المستورد ان يقوم عادة بسداد دفعة مقدمة تتراوح بين ٢٠٪ - ٤٠٪ من قيمة الفواتير .
- يتعين عادة على المشتري ان يحصل على ضمان من البنك المركزي او احد البنوك التجارية في بلده .
- يتم تحديد سعر الفائدة على اساس سعر السوق ، ويعتبر قسط التأمين نفقة اضافية .

التأمين :

- يجب ان يؤمن المورد لدى مكتب الضمانات ضد اخطار التصدير Eidge Bureau Pour les garanties contre les risques a l'exportation (عن المخاطر السياسية) او لدى Eidgenossische Versicherungs Aktiengesellschaft — (عن المخاطر التجارية) .
- عادة ما تطلب بوليصة تأمين حكومية .
- يجب ان يتحمل المورد جانبا من المخاطرة ، ويفطى التأمين نسبة تصل الى ٨٥٪ فقط من العملية (يتم تغطية المخاطر غير التجارية فقط) .

المملكة المتحدة

التمويل :

- يتم تمويل ائتمان الصادرات عن طريق البنوك التجارية ، وخاصة بنوك المقاصة بلندن . اما المشروعات الكبيرة فيجرى تمويل التسهيلات اللازمة لها عن طريق بنوك التجار .
- يتعين ان يقوم المشتري بسداد دفعة مقدمة تبلغ حوالى ٢٠٪ من قيمة الصفقة .
- يتراوح سعر الفائدة من ٥٥٪ الى ٨٥٪ بالنسبة للائتمان متوسط الاجل ، ويبلغ ٥٥٪ بالنسبة للائتمان طويل الاجل (وذلك بالنسبة للائتمان الذى تغطيه ادارة ضمان تسهيلات التصدير (ECGD) او ضمانات البنوك ، او الضمانات المالية لادارة ضمان تسهيلات التصدير .
- يتعين على المشتري ان يحصل على ضمان من احد البنوك التجارية في بلده .

اعادة التمويل :

— يمكن اعادة تمويل ائتمان الصادرات الذي تزيد فترة استحقاقه عن سنتين وذلك في حدود ٣٠٪ عن طريق بنك إنجلترا Bank of England

التامين :

— يتعين على المورد ان يحصل على تأمين الائتمان من ادارة ضمان تسهيلات التصدير .

— يتعين ان يتحمل المورد جانبا من المخاطرة ، ويفطى التامين نسبة تصل الى ٩٥٪ من الصفقة .

الولايات المتحدة الأمريكية

التمويل :

— يتم تمويل ائتمان الصادرات عن طريق البنوك التجارية (التسهيلات متوسطة الأجل فقط) .

— تقوم البنوك التجارية بهذا العمل عن طريق ادارات دولية متخصصة او عن طريق الفروع المنشأة طبقا لقانون ادج الصادر في عام ١٩١٩ (قانون بنوك الاحتياطي الفيدرالى) .

— يتم عادة تمويل ائتمان الصادرات طويل الأجل عن طريق بنك التصدير والاستيراد بواشنطن او عن طريق وكالة التنمية الدولية الأمريكية (USAID)

— يتعين عادة على المشتري ان يقوم بسداد دفعة مقدمة مبدئية تتراوح بين ١٠٪ و ٢٠٪ من قيمة الصفقة .

— يتم تحديد سعر الفائدة على اساس سعر السوق . ويعتبر قسط التأمين نفقة اضافية .

— تختلف فترة الاستحقاق حسب طبيعة المشروع .

— يتعين على المشتري ان يقوم عادة بتقديم ضمان من احد البنوك التجارية في بلده .

التامين :

— يجب ان يقوم المورد بالتأمين عن طريق اتحاد تأمين الائتمان الاجنبى Foreign Credit Insurance Association. او ان يحصل على ضمان من بنك التصدير والاستيراد .

— يجب ان يتحمل المورد جانبا من المخاطرة . ويفطى التامين نسبة تصل الى ٩٠٪ فقط من الصفقة .

الدول النامية :

الأرجنتين

التمويل :

يمنح ائتمان الصادرات في ثلاثة اشكال :

- (أ) تمويل الانتاج على اساس اوامر الشراء وفي حدود ٦٠٪ من قيمة الطلب . وهنا يقدم القرض بالعملة المحلية بفائدة ١٥٪ .
- (ب) تمويل الصادرات في حدود ٨٠٪ من قيمة المبيعات ولمدة خمس سنوات . ويتم منح هذه القروض بالعملات الصعبة بضمان كتابي من المستورد الأجنبي وضمان من بنك أجنبي ومن المصدر الأرجنتيني وبسعر فائدة ٦٪ .
- (ج) تمويل لاحق بنسبة ٣٠٪ من قيمة المبيعات ولمدة ١٨٠ يوما بعد شحن الصادرات . وتمنح هذه التسهيلات الى المصدر بالعملة المحلية وبسعر فائدة ١٢٪ .

التأمين :

— يتم تغطية التأمين على الصادرات عن طريق وكالة متخصصة انشأتها ١٢٠ شركة لتغطية المخاطر التجارية . وقد وافقت الحكومة مؤخرا على تغطية المخاطر السياسية .

البرازيل

التمويل :

- لا يوجد في البرازيل نظاما قوميا شاملا لتمويل الصادرات ، وتتولى البنوك الخاصة حاليا هذه المهمة .
- يمكن لمنتجي السلع الاستهلاكية المعمرة والسلع الراسمالية الذين يصدرن هذه السلع مقابل عملات قابلة للتحويل ان يحصلوا على تسهيلات متوسطة وطويلة الاجل تصل الى ٨٠٪ من قيمة الفاتورة .

اعادة التمويل :

— لادارة التجارة الخارجية بينك البرازيل (CACEX) ان تعيد التمويل في حدود ٧٥٪ من قيمة فاتورة الشحن التي يغطيها أحد البنوك الخاصة .

— أنشئ صندوق لتمويل الصادرات (FINEX) في سنة ١٩٦٦ براس مال ابتدائي قدره ٢٠ الف مليون كروزيرو لتمويل صادرات السلع الرأسمالية .

التأمين :

— وضع في عام ١٩٦٥ برنامج لتأمين تسهيلات الصادرات يسمح لشركات التأمين الخاصة أن تصدر بوالص تأمين ضد المخاطر التجارية وان تعيد تأمينها لدى مؤسسة اعادة التأمين البرازيلية .

— تغطى المؤسسة المذكورة نسبة تقل عن ١٠٠٪ (على أساس كل حالة على حدة) من المخاطر السياسية والمخاطر غير العادية .

شيلي

التمويل :

ليس في شيلي مؤسسة متخصصة لتقديم ائتمان الصادرات . ويتم تمويل الصادرات بواسطة الطرق التجارية .

اعادة التمويل :

وضع البنك المركزي الشيلي في سنة ١٩٦٦ نظاما جديدا للنهوض بائتمان الصادرات عن طريق اعادة تمويلها . ويتضمن هذا النظام :

(أ) ائتمان سابق على الشحن : يغطى نسبة تصل الى ٨٠٪ من قيمة الصادرات مقومة بسعر السوق في شيلي ، وتقدم هذه التسهيلات بالعملة المحلية (الاسكودو) ولمدة لا تزيد عن ١٨٠ يوما وبسعر فائدة ٩٪ سنويا .

(ب) ائتمان لاحق للشحن : يمكن ايضا منحه لمدة تتراوح بين ١٨٠ يوما و ٣٠ شهرا ، بالدولار او بأى عملة اخرى قابلة للتحويل وبنسبة ٩٪ الى ٨٠٪ من قيمة الشحنة (فوب) .

التأمين :

— على أساس خطة تأمين الصادرات الجديدة يقوم بنك الدولة Banco del Estado بتغطية المخاطر السياسية عن طريق قبول الطلبات وسداد المدفوعات من صندوق خاص يدعمه البنك المركزي الشيلي Banco Sentral de Chile .

— سوف تقوم مؤسسة التأمين الحكومية Instituto de Seguros del Estado بالاشتراك مناصفة مع شركات التأمين الوطنية بانشاء شركة جديدة لتغطية المخاطر التجارية .

كولومبيا

التمويل :

يقدم صندوق ترويج الصادرات الجديد القروض التالية :

(أ) لتمويل رأس المال العامل لانتاج سلع التصدير ، وتغطي نسبة تصل الى ٨٠٪ من تكلفة العمل والمواد الخام والتكاليف الأخرى بسعر فائدة يتراوح بين ١٠٪ و ١٤٪ .

(ب) بالنسبة للسلع الرأسمالية : ائتمان متوسط وطويل الاجل بكامل قيمة الشحنة ولمدة تصل الى خمس سنوات وبسعر فائدة يتراوح من ٨٪ الى ١٠٪ . وبالنسبة للمنتجات الأخرى ، تحدد فترة الائتمان بستين فقط وبسعر فائدة يتراوح بين ٦٪ و ١٢٪ .

(ج) يمنح قروض تصل مدتها الى خمسة سنوات وبسعر فائدة من ٣٪ الى ٥٪ وذلك لفتح اسواق جديدة . ويمكن استخدام هذه القروض لتمويل دراسات السوق (٥ سنوات وبسعر فائدة من ٣٪ - ٥٪) وتقديم العينات (سنة واحدة وبسعر فائدة من ٦ - ٨٪) ونفقات المعارض والاسواق والاعلان (سنتان وبسعر فائدة من ٦ - ١٢٪) ، ومصروفات السفر (٥٠٪ لمدة ستة شهور وبسعر فائدة من ١٠ - ١٢٪) .

التأمين :

رخص لصندوق ترويج الصادرات أن يضع نظاما للتأمين على الصادرات يغطي المخاطر السياسية والتجارية معا .

الهند

التمويل :

لا يوجد في الهند اية مؤسسات متخصصة لتمويل الصادرات . ويتم تمويل الصادرات مباشرة عن طريق البنوك التجارية .

اعادة التمويل :

— يقوم بنك التنمية الصناعية الهندي (IDBI) باعادة تمويل التسهيلات الائتمانية متوسط الاجل التي تقدمها البنوك لمصدرى السلع الرأسمالية .

— تقوم شركة ائتمان و ضمان الصادرات (ECGC) باعادة تمويل الائتمان متوسط الاجل مقابل الكمبيالات التي تحتفظ بها البنوك التجارية .

- ليست هناك اية حدود لقيمة الكمبيالات التي يتم اعادة تمويلها .
- يبلغ سعر الفائدة الذي يتقاضاه بنك التنمية الصناعية الهندي ٥ ٪ ويمكن تخفيضه الى ٥ ٪ طالما لا يتقاضى القرض من المصدر سعرا اكثر من ٦ ٪ .
- يتعين ان تكون الصادرات مغطاة بعقود ثابتة .
- يجب ان يتم التأمين على الصادرات بواسطة شركة ائتمان و ضمان الصادرات (ECGC)
- يتعين ان يدفع المشتري ٢٠ ٪ من قيمة العقد (دفعة مقدمة) .

التأمين :

- تؤمن شركة ائتمان و ضمان الصادرات (ECGC) على الصادرات ضد اغلب المخاطر التجارية والسياسية .
- تصدر شركة ائتمان و ضمان الصادرات (ECGC) بوالص « ائتمان شامل » (Packing Credit) تغطي المخاطر السابقة على الشحن والضمانات اللاحقة للشحن .
- تغطي بوالص شركة ائتمان و ضمان الصادرات (ECGC) في اغلب الحالات من ٨٠ ٪ الى ٨٥ ٪ من الخسائر الناشئة عن اعمار المشتريين الاجانب او تخلفهم عن السداد وكذلك الخسائر الناشئة عن التخيرات في سياسة الاستيراد ، والتاخير في تحويل المستحقات بسبب صعوبات الدفع والحروب .
- تمثل اسعار فائدة شركة ائتمان و ضمان الصادرات (ECGC) اقل الاسعار في العالم .

المسيك

التمويل :

- تقوم البنوك التجارية بعمليات التمويل السابقة على التصدير (راس المال العامل) وعمليات تمويل المبيعات .
- يحصل المصدرون على هذه التسهيلات شريطة ان تكون نسبة العناصر المكسيكية المنشأ في المنتجات الصناعية ٥٠ ٪ على الاقل .
- يتراوح سعر الفائدة من ٦ ٪ (لاغلب السلع الصناعية) الى ٧ ٪ و ٨ ٪ (لصادرات المواد الخام والمنتجات الزراعية) وذلك في مقابل سعر الفائدة العادي الذي يبلغ ١٢ ٪ للائتمان المحلي .

— الحد الأقصى لفترة الائتمان هو ستة شهور للسلع التامة الصنع وذلك بخلاف السلع الرأسمالية التي تتمتع بمدد أطول .

— يمكن للمصدر أن يحصل على تعويض من صندوق دعم التصدير Fondo para el Fomento de las Exportaciones. (FFE) عن تكاليف الائتمان الباهظة التي يتحملها في الخارج وذلك بعد أن يبين أنه قد تحمل تكلفة مرتفعة للحصول على الضمان المطلوب من أى بنك أجنبي لتقديم التسهيلات اللازمة لعملائه بالخارج .

إعادة التمويل :

— تقوم البنوك التجارية بإعادة خصم التسهيلات الخاصة بالصادرات لدى بنك المكسيك سواء عن طريق صندوق دعم التصدير (FFE) (وتفضل أولا المؤسسات الوطنية) أو - في بعض الحالات - مقابل نسبة تصل إلى ٢٠٪ من قيمة احتياطات البنك المودعة لدى بنك المكسيك .

التأمين :

— يمكن التعاقد على تأمين ائتمان الصادرات مع صندوق دعم التصدير (FFE) وينطى هذا التأمين بصفة أساسية المخاطر السياسية في حدود نسبة تصل إلى ٨٠٪ من قيمة الصادرات وبمقسط تأمين يتراوح بين ٠.٥٪ و ٥.٥٪ .

الباكستان

التمويل وإعادة التمويل :

— لا يوجد في باكستان أى نظام خاص لتمويل الصادرات ، وتقوم البنوك التجارية بهذه العمليات .

— تقوم البنوك المتخصصة مثل شركة الباكستان للائتمان والاستثمار الصناعى (PICIC) ، وبنك التنمية الصناعية (IDBP) وشركة الباكستان للتنمية الصناعية (PIDC) بتقديم القروض ستوسطة وطويلة الأجل إلى الصناعات حيث تساهم بشكل غير مباشر في تمويل الصادرات .

التأمين :

— أصبح التمويل أكثر سهولة بعد وضع نظام جديد لضمان ائتمان الصادرات .

- لا يغطي هذا النظام الا عددا محدودا من المنتجات ،
- لا تغطي خطة التأمين الا المخاطر المالية التي لا تشملها ضمانات التأمين العادي .
- يدفع عن البوالص نسبة تصل الى ٧٥٪ من الخسائر الناشئة عن المخاطر التجارية ، ونسبة ٨٥٪ من الخسائر الناشئة عن المخاطر السياسية .

اوروجواى

التمويل :

- يتم تمويل الصادرات بالعملة المحلية او الاجنبية من طريق بنك جمهورية اورجواى الشرقية Banco de la Republica Oriental del Uruguay
- يقدم الائتمان على اساس خطاب اعتماد معزز غير قابل للالغاء او اى ضمان آخر يثبت التزام المشتري الاجنبى (عقد بيع مثلا)
- تقدم مبالغ مقدما بنسبة تصل الى ٨٠٪ من حصيله الصادرات .
- تصل مدة التسهيلات عادة الى ٢١٠ يوما ، ولكن يمكن مدها الى ٢٧٠ يوما فى حالات خاصة .
- سفر الفائدة ١٢٪ للتسهيلات المقدمة بالعملة الاجنبية ، ومن ٨٫٧٥٪ الى ١٠٫٥٥٪ على التسهيلات المقدمة بالبيزو ، وتضاف الى ذلك عمولة ٣٪ .

التأمين :

- لم يتم بعد وضع اى نظام للتأمين .

٦ - تنمية أسواق التصدير

في دول التخطيط المركزي بأوروبا (١)

اعداد : منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية

مستقبل سوق دول التخطيط المركزي في أوروبا بالنسبة لمنتجات

الدول النامية

لاحصاءات التجارة الخارجية بين الدول النامية ودول التخطيط المركزي في أوروبا أهمية خاصة . ذلك أنها تشير الى أن الزيادة في هذا القطاع من التجارة العالمية خلال الخمسة عشرة عاما الأخيرة كانت أسرع من الزيادة في التجارة العالمية كافة وذلك يتضح من الجدول رقم (١) .

ولقد كان طبيعيا أن يحدث مثل هذا النمو الكبير نظرا لأن حجم التجارة كان صغيرا للغاية عند البداية . كما أن حجم هذه التجارة لا يزال بعد هذا النمو السريع خلال الخمسة عشر عاما يقل كثيرا عن مثيله بين الدول النامية والدول الغربية المتقدمة ؛ حيث أنه لا يمثل أكثر من ٧ ٪ من صادراتها . وهذا يدل على أن امكانيات السوق المتاحة في دول أوروبا الشرقية أم تتكشف بعد بصورة كاملة . وعلى الرغم من حصة هذه الدول الأخيرة الصغيرة حاليا في إجمالي تجارة الصادرات فإنها قد قدمت حافزا له قيمته لصادرات الدول النامية .

وتشير دراسة أعدتها اللجنة الاقتصادية لآسيا والشرق الأقصى (E.C.A.F.E.) الى أن الصادرات الى دول شرق أوروبا ذات الاقتصاديات المخططة مركزيا كانت من بين أكثر القطاعات حركة في تجارة الدول النامية خلال العقد الماضي . فمن مستوى منخفض قدره ٨٥٠ مليون دولار عام ١٩٥٥ اذا بها تتضاعف كل خمس سنوات بحيث بلغت ٢٣٩٠ مليون

(١) يقتصر هذا البحث فقط على دول أوروبا الشرقية ذات اقتصاديات التخطيط المركزي وهي : بلغاريا - تشيكوسلوفاكيا - جمهورية ألمانيا الديمقراطية - المجر - بولندا - رومانيا - الاتحاد السوفيتي - يوغوسلافيا .

جدول رقم (١)

(مليون روبل)

صمم التجارة بين دول اوروبا الشرقية والشرق والتنمية

الدولة	١٩٥٠	١٩٥٥	١٩٦٠	١٩٦١	١٩٦٢	١٩٦٣	١٩٦٤	١٩٦٥
بلغاريا	٢	٧	٢١	٢٦	٥٨	٦٠	٨٩	٨٧
تشيكوسلوفاكيا	١٢٣	٢٦٩	٢٥٢	٤١٢	٢٦٢	٢٨٤	٤٠٢	٤٢٦
جمهورية ألمانيا الديمقراطية	٢	٦٥	١٦٨	١٩٤	١٥٥	١٥٦	١٩١	٢٢٥
الجزر	٢٨	٩٧	٧٨	١٠٦	١١١	١٢٠	١٥٦	١٧٦
بولندا	٢٨	١٢٧	١٩٣	٢٢٠	٢١٠	٢٢٤	٢٩٦	٢٥٩
يوغوسلافيا	٤١	٧٢	١٨٠	—	٢٤٠	٢٦٢	٢٨١	٢٢١

المصدر : Vneshnaya Torgovlya Evropeyskikh Socialisticheskikh Stran.

• موسكو ١٩٦٧ (التجارة الخارجية لدول اوروبا الاشتراكية)
 • الصفحات ٤٨ ، ٧٥ ، ١٠٣ ، ١٣٣ ، ١٦٤ ، ١٩٣ و ٢١٦ .

دولار في عام ١٩٦٥ . وكان معدل النمو السنوي المركب لهذه الصادرات للفترة
كما يزيد على ١٥٪ مقابل زيادة ٤٪ فقط في الصادرات الى بقية دول العالم .

وتبشر اسواق دول اوربا الشرقية ذات الاقتصاديات المخططة مركزيا
بالخير بالنسبة للدول النامية ليس فقط بسبب هذه الزيادة السريعة في حجم
التجارة بل ايضا لان نمط وارداتها يختلف عن انماط واردات الدول المتقدمة
في الغرب . وعلى سبيل المثال ففي عام ١٩٦٥ كانت السلع المصنوعة والوقود
تمثل معا ما يقرب من نصف صادرات الدول النامية الى الدول الراسمالية
المتقدمة . وقد زادت هذه الصادرات بما يقرب من ٨٪ في السنة خلال العقد
الماضي . ومن ناحية اخرى فان طلب الدول الراسمالية المتقدمة على المنتجات
الاولية غير الوقود كان ابطا نسبيا في نموه وذلك بزيادة طفيفة عن ١٪ في
السنة بين عامي ١٩٥٥ و ١٩٦٥ . وعلى اية حال فان المواد الاولية عدا
الوقود تمثل ٩٠٪ من اجمالي الصادرات الى دول اوروبا ذات الاقتصاديات
المخططة مركزيا . وعلى ذلك فانه يمكن القول بان ارتفاع معدل نمو هذه
الصادرات انما يبشر بوجود سوق واسعة لصادرات الدول النامية من
المواد الاولية .

وكان لاختلافات الطلب على الواردات بين الدول ذات الاقتصاديات
المخططة مركزيا والدول الراسمالية اثر هام على هذه الدول النامية التي
كانت تعاني كثيرا من صعوبات التوسع في صادراتها التي يغلب عليها طابع
الصادرات الزراعية .

وهناك عدد من الدول النامية هي الارجنتين والبرازيل وبورما وسيلان
والهند والباكستان واندونيسيا ومصر يمكن القول بانها تعاني من كساد
صادراتها ، وذلك بسبب انها من الدول القليلة التي هيبط فيها بالفعل
متوسط نصيب الفرد من قيمة الصادرات من ١٠ دولار عام ١٩٢٨ الى
٨ دولار في عام ١٩٦٧ .

وعلى اية حال فهي تعد ايضا من اكبر الدول في القارات النامية الثلاث
وعلى الرغم من انها كانت تضم ٥٧٪ من اجمالي سكان الدول النامية عام

١٩٦٧ فان نصيبها من صادرات هذه الدول لم يزد عن السدس الا قليلا . وكانت اسواق دول شرق اوربا ذات الاقتصاديات المخططة مركزيا هامة جدا بالنسبة لصادراتها . ومن ثم فانه حتى التوسع الحدى فى صادراتها والذي يبلغ ٩٠٠ مليون دولار فى الفترة بين عامى ١٩٤٨ و ١٩٦٥ كان يعزى كلية الى اتساع تجارتها مع الدول ذات الاقتصاديات المخططة مركزيا . وعلى ذلك فان مستقبل هذه التجارة له اهميته .

على ان الزيادة السريعة فى التبادل التجارى مع دول التخطيط المركزى بالاضافة الى نصيبها الصغير نسبيا من اجمالى الصادرات هو احد الاسباب التى تعزز اتساع هذه الاسواق مستقبلا لصادرات الدول النامية . و ثم نسبيا آخر هو ان هذه التجارة تتركز مع عدد محدود من الدول النامية اهمها الهند ومصر . وهناك علاقات تجارية محدودة مع أفغانستان ، والأرجنتين وبورما ، وكمبوديا ، وسيلان ، وغانا . ومراكش ، والباكستان ، والسودان ، وسوريا ، واوغندا . غير ان اجزاء اخرى من العالم النامى لم تدخل بعد فى التجارة مع هذه الدول ، واذا ما تحقق ذلك وامكن تحقيق نفس معدل الزيادة ، فان حجم التجارة بين الدول النامية والدول ذات الاقتصاديات المخططة مركزيا سوف يزيد بدرجة كبيرة .

ومن الناحية التاريخية لم يكن للاتحاد السوفيتى ولا لدول شرق اوربا الا علاقات طفيفة للغاية مع الدول النامية التى تركزت علاقاتها الاقتصادية مع دول غرب اوربا منذ عشرات بل منذ مئات السنين .

وقد نما التقسيم الدولى للعمل بحيث أصبحت الدول النامية ودول غرب اوربا يعتمد بعضها على بعض رغدت اقتصادياتها الآن متكاملة الى حد بعيد ، ولو ان مثل هذا التوافق لا يكون دائما فى صالح الدول النامية التى تنتج المواد الخام والمواد الغذائية بصفة رئيسية فى حين تحصل على المنتجات المصنوعة من الدول المتقدمة . ولهذا السبب فان امكانيات تجارة الدول النامية مع دول اوربا الشرقية تفوق مثيلاتها مع الدول الغربية المتقدمة . وقد يكون المزيد من تقسيم العمل بين دول اوربا الشرقية والدول النامية بما فى ذلك انتاج السلع المصنوعة ممكنا ومفيدا للطرفين .

ويوجد فى الرقت الحاضر طلب متزايد فى دول اوربا الشرقية على السلع المصنوعة بما فيها السلع الاستهلاكية ، ومن ثم فان الدول النامية تستطيع ان تنتج وتصدر مثل هذه السلع الى هذه المنطقة . كما انه يمكن توسيع هذه

التجارة بحيث تشمل تصدير السلع الرأسمالية الى دول اوربا الشرقية التي يمكن أن تصبح اقتصادياتها اكثر تكاملا مع اقتصاديات الدول النامية مما هي عليه الآن .

ولما كانت دول شرق اوروبا تستورد من الدول النامية في نطاق ضيق فقط فينبغى ان يتسع مجال زيادة هذه الواردات وبصفة خاصة الآن حيث أصبحت دول التخطيط المركزي اكثر ادراكا لمزايا التوسع في التجارة الخارجية . وتعكس الاصلاحات الاقتصادية التي تحدث في جميع هذه الدول تقريبا هذا الإدراك . كما تتضمن هذه الاصلاحات ادخال تعديلات متنوعة في الأساليب الفنية للتخطيط وفي ادارة المشروعات وفي تحديد مستويات الأسعار النسبية وأسعار كل سلعة بمفردها وتطبيق الأساليب الحديثة في تقدير كفاية التجارة الخارجية وفي موازنة المعاملات الخارجية .

وهناك عدد من الأسباب العامة التي تفسر لنا لماذا يتوقع ان تنمو تجارة دول شرق اوروبا مع الدول النامية بأسرع مما تنمو به تجارتها عامة .

اولها ان خطط التنمية الجديدة فيها تركز على التوسع في الاستهلاك ؛ وقد يسفر هذا عن توسع سريع في الواردات من المنتجات الاستوائية التي لا يزال استهلاكها في هذه البلاد منخفضا جدا بالمقارنة بمتوسط نصيب الفرد من الدخل فيها .

وثانيها انه قد زاد الاتجاه حاليا الى استيراد المواد الخام من خارج دائرة مجلس المعونة الاقتصادية المتبادلة (C.M.E.A) . وقد وضعت الاتفاقيات التي أبرمت اخيرا بين دول شرق اوروبا وكبار عملائها من الدول النامية اهداف نمو عالية نسبيا .

وثالثها : ان سداد القروض في المستقبل والذي كثيرا ما يأخذ شكل صادرات من المنتجات الأولية والسلع المصنوعة في الدول النامية سوف يلعب ايضا دورا مشجعا في نمو هذه التجارة .

واخيرا فان التنبؤات التي قام بها مختلف الخبراء والمعاهد (انظر جدول « ٢ ») وكذلك التقديرات الرسمية عن الفترة ١٩٧٠/١٩٨٠ التي وضعتها دول التخطيط المركزي (انظر جدول « ٣ ») انما تعطي فكرة عن امكانيات السوق المتاحة في هذه الدول .

جدول رقم (٢)
التقديرات المختلفة لصادرات الدول النامية
الى دول التخطيط المركزي في سنوات مختارة
(ملايين الدولارات لسنة ١٩٦٠)

مصدر التقدير	الصادرات الى	١٩٦٠	١٩٧٠	١٩٧٥	١٩٨٠
بلازا (١)	اوربا الشرقية	٩٦٧	١٥٦٦	١٩٣٤	—
	الصين الشعبية	٢٧٤	٣٥٨	٤٠٢	—
	الاجمالي	١٢٤١	١٩٢٤	٢٣٣٦	—
اللجنة الاقتصادية لاوروبا (ب)					
	تقديرات ١٩٦٠	٩٥٠	—	—	٦٠٠٠-٥٠٠٠
	تقديرات ١٩٦٤	٩٥٠	—	—	٨٠٠٠-٧٠٠٠
	مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (ج)	٢٨٤	—	١٧١٤	—
	المواد الغذائية	٧٩٦	—	١٢٦٤	—
	المواد الخام	٢	—	—	—
	الوقود	٦٨	—	٥٥٠	—
	المصنوعات	—	—	—	—
	الاجمالي	١٢٥٠	—	٣٦٢٨	—

المصدر:

(١) بلازا توقعات التجارة في الدول النامية:

«Trade Prospects of Developing Countries»

مركز التنمية الاقتصادية جامعة يال نيوهافن ، كونتيكت عام ١٩٦٤
صفحة ٨٣ - ٩٣ .

(ب) اللجنة الاقتصادية لأوروبا:

«The Economic Survey of Europe in 1960»

(جنيف ١٩٦١) الفصل الخامس ص ١٨ ، وكذلك البحث الذي نشرته
اللجنة الاقتصادية لأوروبا أيضا تحت عنوان

«Past Trade flows and future Prospects for Trade between the
Centrally Planned Economies and the Developing Countries».

Trade and Development وذلك في مجلة الأمم المتحدة

(نيويورك - ١٩٦٤) المجلد السادس - العدد الأول الصفحات ١٧٠ -

٢٢٤ .

(ج) مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية :
«Trade Prospects and Capital Needs of Developing Countries (TD/34)»

الملحقين الأول والثاني - نوفمبر ١٩٦٧ ، الجدول ٣ ، وتحسب ارقام

هذا البحث على اساس المتوسط بين أعلى وأقل التقديرات .

الجدول رقم (٢)

التقديرات الرسمية لتجارة بعض دول اوربا الشرقية
مع الدول النامية خلال الأعوام ١٩٦٣ و ١٩٧٠ و ١٩٨٠
(١) حجم التجارة
(بملايين الدولارات)

الدولة	١٩٦٣	١٩٧٠	١٩٨٠
تشيكوسلوفاكيا	٤٤٨	٩٠٠	—
المجر	١٦٠	٣١٠	—
بولندا (١)	١٢٥	٣٠٠	—

(ب) التجارة في سلع مختارة
(بالآلاف الأطنان)

الدولة	السلعة	١٩٦٣	١٩٧٠	١٩٨٠
بولندا	الكاكاو	١١٦	٢٥	—
	البن	٨٧	١٩	—
	الموالح	٣٧٧ (ب) ٦٥ (ج)		—
الاتحاد السوفيتى	الكاكاو	٥٤	١٢٠	٣٥٠
	البن	٢٩١	٦٠	١٢٠
	الموالح	٦٠٢	١٨٠	٧٥٠
	الزيوت النباتية (د)	٢١٢	٣٠٠	١٠٠٠

المصدر :

مجلة الأمم المتحدة «Trade and Development»

المجلد رقم (١) (نيويورك ١٩٦٤) صفحة ٩٤ - ٩٥ .

(١) الواردات من سلع معينة فقط تصدرها الدول النامية .

(ب) اجمالى الواردات فى ١٩٦٢ .

(ج) اجمالى الواردات .

(د) زيت جوز الهند وزيت النخيل وغيرها من الزيوت المستخدمة فى صناعات الحلوى والعلطور . (على أساس كمية البذور الزيتية) .

أسس التجارة الخارجية

في دول الاقتصاد المخطط

تقيم الدول التي تتبع نظام الاقتصاد المخطط تجارتها مع الدول النامية على أسس جد مختلفة عن تلك التي تنتهجها الدول المتقدمة التي تتبع اقتصاد السوق. وينشأ الاختلاف من الطبيعة الاشتراكية لاقتصادها إذ تعنى الاشتراكية التخطيط الاقتصادي الشامل بما في ذلك قطاع التجارة الخارجية. كما أنه في غالبية دول الاقتصاد المخطط تحتكر الدولة دائما تجارته الخارجية. كما لا يمكن توقيع اتفاقات التجارة وإبرام العقود إلا مع منظمة حكومية. ولهذين المبدأين أهمية كبرى في العلاقات التجارية بين هذه الدول والدول النامية.

تخطيط التجارة الخارجية :

قد تختلف طرق التخطيط في مختلف الدول إذ يمكن أن يفترن بها قدر قليل أو كثير من الجمود ، غير أن خطط التجارة الخارجية سواء القصيرة أو الطويلة الأجل تعتبر جزءا من الخطط الاقتصادية القومية القصيرة أو الطويلة الأجل التي تطبق في إطارها . ويتضمن تخطيط التجارة الخارجية تحديد المستوى المطلوب للتجارة وتحديد تكاليفها وبنودها مع أخذ الاعتبارات الجغرافية في الحسبان . وتتعلق خطة التجارة الخارجية مباشرة بخطة النقد الأجنبي في الدولة وتحاول أن تحافظ على التوازن بين حصيلة الصادرات والمدفوعات عن الواردات بحيث لا يحدث عجز غير متوقع . وإذا خطط المعجز عن عمد تتخذ التدابير لتغطيته من مصادر الدخل الأخرى أو من القروض الأجنبية .

وعادة ما تتضمن خطة التجارة الخارجية في أية دولة من دول الاقتصاد المخطط فصلا خاصا عن تجارتها مع الدول النامية التي تتركز بدرجة كبيرة على اتفاقات طويلة الأجل للتجارة والدفع وبروتوكولات تنظم التبادل السنوي للسلع والخدمات .

ولا تختلف إجراءات تخطيط التجارة الخارجية في الاتحاد السوفيتي عنها في دول شرق أوروبا ؛ إذ تحدد الدولة جدولا زمنيا لوضع مشروعات خطط التنمية بما في ذلك خطة التجارة الخارجية . وعادة ما تقدم خطة التجارة الخارجية عن السنة القادمة إلى الحكومة في منتصف السنة الجارية وتقوم مؤسسات التجارة الخارجية في الاتحاد السوفيتي بوضع مشروع خطط التجارة الخارجية فتقوم كل مؤسسة بوضع خطة للصادرات

والواردات من البنود التي تختص بها في ضوء اهداف التنمية القومية التي تمت الموافقة عليها واتفاقات التجارة القائمة واية توجيهات تلقاها من الحكومة . كما يؤخذ في الحسبان عند اعداد هذه الخطط نمط التجارة السابق الى جانب تقدير امكانيات كل دولة لاستيعاب المنتجات السوفيتية . وعندما يكون الموقف الاقتصادي ملائم تقدم الاقتراحات الخاصة بالتوسع في التجارة . اما خطط التجارة الخارجية مع الدول التي تتبع نظام السوق فتقوم على اساس اسعار السوق العالمي في الوقت الذي توضع فيه الخطط .

وتتولى ادارة التخطيط بوزارة التجارة الخارجية تنسيق خطط مؤسسات التجارة الخارجية واعداد خطة شاملة لتقديمها الى لجنة التخطيط الحكومية . وتقع على هذه اللجنة مسؤولية اتخاذ القرارات الخاصة بخطط الصادرات والواردات بما في ذلك خطط تسليم المجموعات الكاملة من المعدات والتجهيزات الخاصة بالمشروعات الصناعية التي تقام في الخارج عن طريق المعونة السوفيتية والتي لا تخضع لاشراف وزارة التجارة الخارجية ، كما تتولى ايضا تنسيق برنامج التنمية الاقتصادية السوفيتية مع برامج دول اوربا الشرقية الأخرى . وتقرن الرقابة على التجارة الخارجية الى حد كبير بالرقابة التي تفرضها الدولة على النقد الأجنبي والتي يباشرها المركز النقدي الوحيد في البلاد وهو بنك الدولة لاتحاد الجمهوريات الاشتراكية السوفيتية .

ويعالج مجلس وزراء اتحاد الجمهوريات الاشتراكية السوفيتية المسائل الهامة المتعلقة بالتجارة الخارجية وهو أعلى جهاز اداري وتنفيذي في الدولة . وله سلطة الموافقة ، في اطار الخطة الاقتصادية الموحدة ، على جميع خطط التجارة الخارجية ، وبرامج النقل والخطط النقدية . كما يحدد مجلس الوزراء ايضا المؤسسات التي يمكن ان تزاوّل عمليات مباشرة في التجارة الخارجية . وعندما تعتمد خطة التجارة الخارجية في صورتها النهائية تعاد الى وزارة التجارة الخارجية للتنفيذ . واذا ثبت ان هناك ضرورة لاية تعديلات اثناء التنفيذ فانه لا بد من الحصول على موافقة السلطات الادارية المختصة .

احتكار الدولة للتجارة الخارجية :

يعنى احتكار التجارة الخارجية ان تتولى الدولة بنفسها عمليات التجارة الخارجية بواسطة مؤسسات حكومية متخصصة . وتتولى وزارة التجارة مسؤولية الرقابة المباشرة في حين تتولى تنفيذ الصفقات التجارية مؤسسات التجارة الخارجية المختصة . ولهذه المؤسسات شخصية قانونية

مستقلة وتتمتع بحقوق احتكارية كاملة . وليس لاي هيئة حكومية غير مرخص لها ان تتعامل في التجارة الخارجية .

ويمكن لاية دولة تخطط تجارتها الخارجية ان تقدم عددا من المزايا الى عملائها في التجارة . ويعتبر ابرام اى عقد مع مؤسسة التجارة الخارجية في دولة تتبع الاقتصاد المخطط جزءا من اتفاق تجارى مع الحكومة ويدخل في الخطة القومية . ومن ثم فان الاتفاقات التى تمتد لخمس سنوات تمثل قاعدة قوية للعلاقات التجارية . فالذين يصدرون منتجات الى دولة تتبع الاقتصاد المخطط يستطيعون التخطيط مقدما عن هذه الفترة وهم يعلمون ان السوق سوف لا تخضع للتقلبات لان الحكومة تضمنه .

مبادئ اخرى :

توجد مبادئ اخرى تركز عليها التجارة ليست نتيجة لتعاليم الاشتراكية بقدر ما هي نتيجة لظروف خاصة تدير في ظلها الدول التى تتبع الاقتصاد المخطط تجارتها الخارجية في الوقت الحاضر . ولكنها على جانب كبير من الاهمية عند اتخاذ القرارات .

واحد هذه المبادئ هو ان التبادل التجارى مع كل دولة على حدة ينبغي ان يكون متوازنا . وعلى هذا الاساس تقوم اتفاقات التجارة بين الدول التى تتبع الاقتصاد المخطط والدول الاخرى بما في ذلك الدول النامية . وحيانا يوجه النقد الى هذا المبدأ . ويرى البعض انه قد يكون من الافضل تطبيقه لو ان تجارة الدول التى تتبع الاقتصاد المخطط كانت متعددة الأطراف وليست ثنائية . وعلى اية حال فمن الناحية العملية لا يمثل هذا المبدأ عائقا في وجه التجارة الخارجية ؛ بل قد يكون من المفيد بالنسبة لاية دولة نامية ان تعقد اتفاقا ثنائيا طويل الاجل مع دولة تتبع الاقتصاد المخطط طالما ان هذا الاتفاق يوفر الاستقرار للمشروعات التى تصدر منتجاتها الى هذه الدولة . كما نرى هذه ايضا ان الدولة النامية تتمتع بمستقبل افضل بالنسبة لتصدير السلع الى دول الاقتصاد المخطط . اذا كانت الاخيرة تستورد من هذه الدول النامية لمجرد موازنة التجارة .

وهناك مبدأ آخر تقوم عليه العلاقات التجارية بين الدول النامية والدول التى تتبع الاقتصاد المخطط وهو ان الدول النامية تستطيع سداد القروض بالسلع والبضائع . وهذه ميزة كبرى وبصفة خاصة بالنسبة للدول التى انشئت فيها المشروعات الصناعية بمعونة من الدول التى تتبع الاقتصاد المخطط . وتشجع هذه الطريقة في سداد المستحقات على تصدير منتجات المشروعات الجديدة وما يترتب على ذلك من الاستخدام الاكمل لطاقتها .

الهيكل التنظيمي للتجارة الخارجية

في اتحاد الجمهوريات الاشتراكية السوفيتية

نقدم الوصف التالي لتنظيم التجارة الخارجية في اتحاد الجمهوريات الاشتراكية السوفيتية كمثال للهيكل التنظيمي للتجارة الخارجية في الدول التي تأخذ بنظام الاقتصاد المخطط .

وزارة التجارة الخارجية :

تقوم وزارة التجارة الخارجية ، نيابة عن الحكومة ، بعقد اتفاقات التجارة مع الدول الأخرى . ويعتبر الهيكل التنظيمي للوزارة معقدا بعض الشيء ، غير أنه يمكن تقسيمها الى ثلاثة قطاعات رئيسية : ديوان عام الوزارة ومؤسسات التجارة الخارجية وبعثات التمثيل التجاري السوفيتي .

ويتكون ديوان عام الوزارة برئاسة الوزير من الإدارات الرئيسية التالية :

(أ) إدارات رسم السياسة التجارية وهي التي تضع الخطوط التوجيهية للسياسة التجارية السوفيتية . وهي إدارة التجارة مع الدول الأخرى التي تتبع الاقتصاد المخطط وإدارة التجارة مع الدول الشرقية ، إدارة التجارة مع الدول الأفريقية والإدارة المختصة بالتعامل مع المنظمات الاقتصادية الدولية وهكذا .

(ب) الإدارات السلمية وهي التي تقوم بتنظيم التجارة في المجموعات الرئيسية من المنتجات ، وهذه تضم إدارات تصدير وسائل النقل وآلات الطرق والآلات الزراعية ، وتصدير المعدات الصناعية واستيراد الماكينات والمعدات من الدول الرأسمالية ، واستيراد الآلات والمعدات من الدول التي تتبع الاقتصاد المخطط ، وتصدير المواد الخام ، وتصدير السلع الاستهلاكية تامة التصنع ، وإدارات استيراد المواد الخام اللازمة للصناعة والمواد الغذائية والسلع لاستهلاكية .

(ج) إدارات تنظيمية وتضم إدارة التمويل وإدارة الرسوم الجمركية وإدارة التخطيط والإدارة القانونية وإدارة شؤون الأفراد وإدارة الرقابة النوعية للصادرات وإدارة الحسابات والمراجعة المركزية والمكتبية المركزية .. الخ .

وتتولى الوزارة رسم السياسة التجارية العامة ، واعداد خطط التجارة الخارجية القصيرة والطويلة الأجل ، والعمل على توازن الصادرات والواردات والقيام بالرقابة المالية على ميزان المدفوعات واعداد وعقد اتفاقات التجارة مع الدول الأخرى ولكنها لا تباشر عمليات الشراء أو البيع المباشر .

ولو وزارة التجارة الخارجية ممثلها في جميع أنحاء الاتحاد السوفيتي وهم يشرفون على انتاج سلع التصدير التي تصنع في المشروعات المحلية بمقتضى عقود تبرمها الوزارة .

وتعمل مؤسسات التجارة الخارجية شبه المستقلة والتي يبلغ عددها حوالي الخمسين على اساس مبدا الشركات التجارية (٢) .

وتتبع كافة هذه المؤسسات تقريبا وزارة التجارة الخارجية ولكن نظرا لانها شبه مستقلة فيمكن اعتبارها شركات مستقلة . وهناك بعض مؤسسات التجارة الخارجية التي لا تتبع الوزارة ومع ذلك فانها تراقب اوجه نشاطها . ولكل من هذه الشركات قائمة محددة واضحة بالسلع والبلاد التي تحتكر التجارة معها ولذلك لا يوجد احتمال لقيام اية منافسة بينها في الاسواق الخارجية .

ويقوم تنظيم اغلب هذه المؤسسات التي تضطلع بمهمة الاستيراد والتصدير على اساس سلمي فمثلا تباع شركة ماشينواكسبورت Mashinoexport الآلات المنتجة في الاتحاد السوفيتي وتشتري ماشينوايمبورت Mashinoimport الآلات والماكينات الأجنبية كما تشتري ستانكوإيمبورت Stankoimport ادوات الماكينات من الخارج . وتتولى شركة التصدير والاستيراد فوستوكين تورج Vostokintorg التجارة الخارجية مع بعض الدول الشرقية وهي أفغانستان ، إيران ، منغوليا ، تركيا ، اليمن .

ويبرم الرؤساء والممثلون الآخرون لهذه المؤسسات والتي تسمى بالمؤسسات الاتحادية العقود مع الشركات الأجنبية ومع المشترين والبائعين الأفراد لبيع أو شراء السلع . ويتعين أن يوقع شخصان

(٢) ألحقت قائمة مصنفة بهذه المؤسسات بهذا التقرير . وهناك قائمة مماثلة للمؤسسات المشابهة في كل من بلغاريا وتشيكوسلوفاكيا والمجر وبولندا ورومانيا في الكتاب الذي أصدره المركز التجاري التابع لمؤتمر التجارة والتندية ، ألحقت تحت عنوان «Foreign Trade Enterprises in Eastern Europe» (جنيف ١٩٦٨) .

على عقود التجارة الخارجية احدهما رئيس المؤسسة او نائبه والآخر شخص مصرح له بموجب ترخيص خاص بتوقيع عقود التجارة الخارجية (حق التوقيع الثانى) ويتعين ان تحمل الضمانات المالية التى تصدرها هذه المؤسسات توقيعين : توقيع الرئيس وتوقيع رئيس المحاسبين .

وتنشر مجلة التجارة الخارجية ايضا Vneshnaya Torgovlya التى تصدرها وزارة التجارة الخارجية بموسكو بصورة منتظمة أسماء الأشخاص الذين يخولون حق التوقيع الاول والثانى على عقود التجارة الخارجية وكذلك أسماء الأشخاص الذين ألقى حقهم فى التوقيع .

وتعتبر مؤسسات التجارة الخارجية بمثابة حلقات الاتصال بين المنتجين المحليين السوفييت والمستهلكين ومنظمات التجارة الخارجية فى الدول الأخرى . وعلى ممثلى الشركات والمصانع الذين يرغبون فى إصدار أوامر استيراد أو تقديم عروض توريد الى الاتحاد السوفييتى الاتصال بمؤسسة التجارة الخارجية المختصة .

ويرأس البعثات التجارية السوفيتية فى الدول الأجنبية ممثلون تجاريون سوفييت . وتعتبر كل بعثة مسؤولة عن تنمية التجارة السوفيتية فى الدولة التى انشئت فيها . كما تشرف على أعمال المؤسسات السوفيتية التى تشارك فى التجارة مع هذه الدولة . ويستطيع الممثل التجارى عند الضرورة ان يرخص باستيراد السلع الى الاتحاد السوفييتى أو النقل عبر اراضيه . وهو يدرس مع بقية أعضاء البعثات التجارية السوق المحلى ويزود الوزارة ببيانات عن نشاط التجارة السوفيتية فى هذه الدولة . وهو مسئول عن مشاركة مؤسسات التجارة الخارجية فى الأسواق التجارية المحلية والمعارض والمناسبات الأخرى . ويعكس الهيكل الداخلى للبعثة التجارية هيكل وزارة التجارة الخارجية ، اذ يوجد بها افراد يؤدون واجبات تقابل تلك التى يقوم بها قرانائهم فى ديوان الوزارة . وهناك آخرون مسئولون عن أعمال مؤسسات التجارة الخارجية . ويتولى المستشار التجارى بالسفارة السوفيتية هذه الوظائف فى الدول التى لا يوجد بها بعثات تجارية سوفيتية .

ويتعين على جميع المؤسسات والشركات التى ترغب فى تنمية تجارتها مع الاتحاد السوفييتى الاتصال اولا بالممثل التجارى وأعضاء البعثة التجارية الذى يستطيعون موافاتهم بالمعلومات اللازمة عن كيفية عرض سلمهم على الاتحاد السوفييتى .

ولا تقوم وزارة التجارة الخارجية بالعمل فقط فى مجالات النشاط التجارى مع الدول الأجنبية بل هى جزء متكامل من الجهاز الاقتصادى

السوفيتى . فعلاقتها وثيقة بالمؤسسات الصناعية والتجارية والمؤسسات المحلية الأخرى التى تمثل المستهلك أو المنتج النهائى للسلع التى تدخل فى التجارة الخارجية .

وأهم المنظمات فى هذا المجال هى الغرفة التجارية العامة للاتحاد السوفيتى التى تعمل وسيطا بين مؤسسات التجارة الخارجية من جهة والمؤسسات الصناعية والتجارية السوفيتية من جهة أخرى . وتضم هذه الغرفة بين أعضائها المؤسسات الصناعية والتجارية الكبرى فى البلاد والتى تستطيع عن طريق الغرفة الاتصال مباشرة بالشركات الأجنبية والممثلين التجاريين الأجانب . وتعمل الغرفة التجارية العامة على تسهيل هذه الاتصالات ، وتقوم بتنظيم المعارض والأسواق التجارية فضلا عن اشتراكها فى المؤتمرات الدولية لغرف التجارة الأجنبية .

وكثيرا ما تشترك الدول التى تتبع الاقتصاد المخطط فى أسواق التجارة الدولية بالخارج كما تقيم داخل أراضيها كثيرا من هذه الأسواق الهامة (ومن أمثلتها سوق ليبزج التجارى Leipzig Fair فى جمهورية المانيا الديمقراطية ، وسوق بلوفديف Plovdiv التجارى ببلغاريا وسوق برنو BMO التجارى فى تشيكوسلوفاكيا) . وتلعب هذه الأسواق التجارية دورا هاما فى التجارة الخارجية لدول أوروبا الشرقية . وعلى سبيل المثال فإن عقود التجارة التى أبرمت اثناء سوق ليبزج التجارى قد غطت حوالى ٤٦٪ من اجمالى التجارة الخارجية لجمهورية المانيا الغربية .

لجنة الدولة للعلاقات الاقتصادية بمجلس الوزراء :

تلعب لجنة الدولة للعلاقات الاقتصادية بمجلس الوزراء دورا خاصا فى تنظيم التجارة الخارجية . فهى تقوم بتنفيذ مشروعات المعونة الفنية فى دول التخطيط المركزى الأخرى والدول النامية والتى تشمل اقامة المشروعات الصناعية . كما تمد الدول الأخرى بالمصانع الكاملة والآلات والمعدات . كما تقيم مشروعات تجميع الماكينات والمعدات السوفيتية فى الخارج الخ . وتعمل اللجنة أيضا على توفير قطع الغيار والمواد الخام والسلع نصف المجهزة اللازمة لتشغيل هذه المعدات . وهى تبيع فى الخارج اما نقدا او عن طريق المقاصة أو بتسهيلات ائتمانية تجارية .

وبالإضافة الى أوجه نشاطها التجارى تقوم اللجنة بتقديم تسهيلات خاصة لتدريب الفنيين فى الدول النامية وغير ذلك من أشكال المعونة الفنية الأخرى .

وتقوم اللجنة بكل هذه العمليات عن طريق كافة المؤسسات العاملة في الاتحاد السوفيتي - التي تشبه في نظامها وفي هيكلها مؤسسات التجارة الخارجية - التي ترتبط بالمشروعات الصناعية السوفيتية التي تنتج المعدات اللازمة لتنفيذ هذه المشروعات .

الاعلان والترويج :

تعتبر الاساليب الحديثة في مجال الاعلان ذات اهمية خاصة للمشتغلين بالتجارة الخارجية الذين يرغبون في تصدير سلهم الى اتحاد الجمهوريات الاشتراكية السوفيتية . وقد انشئ اخيرا اتحاد عام للاعلان عن المنتجات السوفيتية في الخارج وعرض اعلانات مؤسسات التجارة الأجنبية في الاتحاد السوفيتي . ويحتكر هذا الاتحاد حاليا كافة خدمات الاعلان في البلاد ولا تستطيع اية شركة اجنبية ان تقوم بحملة اعلانية لسلعها او خدماتها الا عن طريق هذا الاتحاد .

ويمكن نشر الاعلانات في مجلة التجارة الخارجية «Vneshuya» و«Torgovlya» وفي الدوريات الأخرى . وفي الاذاعات التجارية في الراديو والتليفزيون او عرضها على لوحات الاعلانات في الميادين العامة بالمدن الخ . ويمكن تنظيم عرض العينات وعرض الافلام التجارية وتوزيع الكتالوجات عن طريق هذا الاتحاد الذي يمكنه ايضا ان يوافق المشروعات الصناعية والمنشآت المحلية والتجارية في موسكو والأقاليم بالمواد الاعلانية .

ملحق

قائمة مبوبة بمؤسسات التجارة الخارجية السوفيتية

والمنظمات الاتحادية (١)

أвиаэкспорт (تصدير الطائرات) :

مؤسسة متخصصة في تصدير واستيراد الطائرات والهليكوبتر ومعدات الطائرات ومعدات المطارات .

Автоэкспорт (تصدير المركبات) :

مؤسسة متخصصة في تصدير واستيراد السيارات والمركبات التجارية والمركبات الخاصة والموتوسيكلات والدراجات ذات المحركات ومعدات الجراجات .

Финшбосаيلторг (التجارة الخارجية عن طريق البرود البريدية) :

مؤسسة لبيع كميات صغيرة من السلع الصناعية السوفيتية والمنتجات الغذائية المعفاة من الضرائب، وتنظيم تسليمها للسفارات الأجنبية والبعثات الأجنبية في الاتحاد السوفيتي والدول الأخرى وإلى الشركات والأفراد الذين يعملون في الخارج والمواطنين السوفيت .

Финшторгиздат (دار الطباعة للتجارة الخارجية) :

مؤسسة تنشر النشرات الاعلانية والمواد المصورة الخاصة لمؤسسات التجارة الخارجية السوفيتية والشركات الأجنبية .

Финшторгреклама (الاعلان للتجارة الخارجية) :

تعلن عن البضائع السوفيتية في الخارج كما تتولى الحملات الاعلانية للشركات الأجنبية التي ترغب في الاعلان عن بضائعها في الاتحاد السوفيتي .

(١) هذه القائمة توضيحية لسبب وليست دليلا لمؤسسات التجارة الخارجية السوفيتية

فوستنيكتورج Vostokintorg (التجارة الخارجية مع الشرق) :

تتولى تجارة الصادرات والواردات مع افغانستان . ايران ، منغوليا ، تركيا ، واليمن . والصادرات الرئيسية هي المعادن . الاسمنت ، الزجاج ، الورق . المعدات الزراعية . الكيماويات . المسنوجات ، الملابس . الاحذية ، السكر . الدقيق والمواد الغذائية الأخرى ، منتجات التبغ ، الكبريت ، اوانى الطبخ والاطباق ، ماكينات الخياطة ، الدراجات ، السلع الكهربائية ، معدات الصيد والرياضة . الروائح العطرية . الآلات الموسيقية : الخردوات . الخ اما الواردات ، فتتضمن الصوف . القطن . الفواكه الجافة والطاقية . المنتجات الحيوانية . الارز ، البن ، السمك . الكافيار ، المكسرات ، البذور الزيتية . بدور الخشخاش ، والمنتجات التقليدية الأخرى لهذه الدول .

دالتورج Dalintorg (التجارة الخارجية مع الشرق الأقصى) :

تتولى تجارة الصادرات والواردات بين الاتحاد السوفييتى والشرق الأقصى واليابان وهذه تتضمن تصدير الفحم وخامات المعادن والرخام ، الجرانيت ومواد البناء الأخرى والمنتجات اليدوية المصنوعة من العظام والقرون والسمك وانواع المواد الغذائية البحرية الأخرى ، والعمل ، والمواد الخام اللازمة لصناعة العقاقير . والبذور . الخ . كما تقوم باستيراد معدات صيد الأسماك والمنسوجات ، المنتجات الصناعية ، بما فى ذلك التريكو واوانى المطبخ والصحون والمعدات البصرية والفواكه والخضوات .

زابشاستكسبورت Zapchastexport. (تصدير قطع الغيار) :

تقوم باستيراد وتصدير قطع غيار الجرارات ومحركات الجرارات والمركبات وآلات بناء وتشبيد الطرق والآلات الزراعية والخاصة . والسيارات والأتوبيسات والموتوسيكلات والدرجات وآلات الحفر وغير ذلك من الآلات .

انثوريست Intourist (مؤسسة السياحة الأجنبية) :

تقوم بتنظيم السياحة داخل الاتحاد السوفييتى للزائرين الأجانب ورحلات المواطنين السوفيت فى البلاد الأجنبية .

مجلس التأمين الأجنبى :

ينظم كل انواع التأمين واعادة التأمين بما فى ذلك التأمين على البضائع والسفن . التأمين ضد الحريق والاختار الأخرى ، التأمين على السيارات وتأمين الطرف الثالث والتأمين على الطائرات وتأمين الطرف الثالث فى النقل الجوى والتأمين ضد الحوادث . ولهذه الشركة وكلاء وممثلون فى مختلف أنحاء الاتحاد السوفييتى وفى البلاد الأجنبية .

لينفينتورج Lenfintorg (التجارة بين لينجراد وفنلندا) :

تتولى تجارة استيراد وتصدير السلع الاستهلاكية مع فنلندا . وتصدر الدراجات ، معدات التصوير ، الساعات ، التلاجات الكهربائية ، المصنوعات اليدوية وأواني المطبخ ، المنتجات المعدنية ، الفخار . المنسوجات ، الصابون ، الكبريت ، السجاد ، الروائح العطرية ، أدوات التجميل ، الأسماك المعلبة والأسماك الصدفية ، الكافيار والخمور ، وتستورد الأثاث ، الملابس ، التريكو ، الأحذية ، منتجات البلاستيك ، الورق والكرتون ، منتجات الألبان والسلع الاستهلاكية الأخرى .

ليزنسنتورج Lizensintorg (التجارة الخارجية في براءات الاختراع والتراخيص) :

تبيع براءات الاختراع والتراخيص السوفيتية للدول الأخرى وتشتري براءات الاختراع والتراخيص الأجنبية . كما تنظم عمليات تبادل الوثائق الفنية وتقدم المعونة الفنية اللازمة لاستخدام الاختراعات الفنية السوفيتية .

ماشينوإمبورت Mashinoimport (استيراد الآلات) :

تستورد الآلات الكهربائية ، ومعدات استخراج المعادن والمواد الكهربائية ، المناقب ، المكابس والمضخات ، معدات تركيز المعادن ، معدات النقل والشحن ، ومعدات تكرير البترول ، ومعدات المباني الصناعية ، قاطرات السكك الحديدية ، ومعدات إقامة وصيانة السكك الحديدية .

ماشينوإكسبورت Mashinoexport (تصدير الآلات) :

تصدير معدات الثقب ، صهاريج تخزين البترول ، معدات أفران صهر المعادن وصناعة الصلب ، ماكينات الدرفلة ، معدات السبك ، آلات الحفر ، والأوناش (المتحركة والثابتة) ومعدات تكثيف المعادن الخام ، آلات التجليخ ومعدات قطع خام الفحم ، معدات تصنيع المعادن واستخراجها ، معدات القياس لخطوط الموصلات ، معدات الارصاد الجوية ، المعدات البصرية ، المعدات الجيوفيزيائية ، معدات السينما والتصوير ، أجهزة الراديو والتليفزيون ، والمقولات الالكترونية لضبط وتنظيم العمليات التقنية . الخ .

ميد إكسبورت Medexport (الصادرات الطبية) :

تصدر العقاقير الطبية ، المضادات الحيوية ، الفيتامينات ، المواد الخام اللازمة لإنتاج العقاقير الطبية ، المعدات الطبية الحديثة ، ومعدات الجراحة ، الآلات الطبية ، العقاقير الخاصة من التبت .

مزدونا رودنايا كينجا Mezhdunarodnaya kniga (الكتب العالمية) :

تصدر الكتب ، الجرائد ، المجلات باللغات المختلفة ، بطاقات البريد ، الصور ، الخرائط ، الاسطوانات ، الطوابع التذكارية ، الشرائح المصورة ... الخ وتستورد الكتب ، الجرائد ، الاسطوانات ، الطوابع .. الخ .

نفت خيم بروم اكسبورت Neftekhimpromexport (تصدير منتجات البترول والكيماويات) :

تقدم المساعدات اللازمة لبناء المصانع الكاملة لصناعات البترول والصناعات الكيماوية والبتروكيماوية ، وتشرف على أعمال الانشاء وتقوم بتدريب الجهاز الفني في الدول الاجنبية .

نوفواكسبورت Novoexport (تصدير المنتجات الجديدة) :

وتتولى تجارة استيراد وتصدير السجاد ، المجوهرات ، الأحجار النصف كريمة ، المصنوعات اليدوية بما في ذلك الملابس الصوفية ، الأدوات المصنوعة من العظام ، التماثيل واللوحات ، الخزف والعرائس ... الخ . وتشترك في المزايدات التي تباع فيها الآثار القديمة ومنتجات الفن الحديث من الرسم والنحت .. الخ .

برودينتورج Prodintorg (التجارة الخارجية في المواد الغذائية) :

تتولى تجارة استيراد وتصدير الكافيار ، الأسماك المعلبة والأسماك الصدفية ، اللحوم ومنتجاتها ، الدواجن ، البيض ومنتجاته ، اللبن ومنتجاته ، العجين ، الزيوت والشحوم ، الخمور ، المياه المعدنية ، السكر ، الشاي ، البن ، الكاكاو ، الحلوى ، الخيول ، المواشى والحيوانات اللازمة لحدائق الحيوانات .

بروم ماشين امبورت Prommashinimport (استيراد الآلات الصناعية) :

تستورد المعدات الخاصة بصناعات الورق والسليولوز والخشب ومعدات قطع الأخشاب وتصنيعها وكذلك المعدات اللازمة لتشكيل وتقطيع البلاستيك ... الخ .

بروم ماشين اكسبورت Prommashinexport (تصدير الآلات الصناعية) :

تقدم المعونات الفنية اللازمة لانشاء المشروعات الصناعية الاجنبية في الخارج في مجال الصناعات الهندسية الثقيلة ، العربات ، الجرارات ، قطع الماكينات ، الآلات الزراعية ، الاوناش ، المنتجات الكهربائية والراديو ، معدات

الاتصال وتجهيز المواد الغذائية . كما تقدم سلسلة متكاملة من المساعدات الفنية تبدأ من اعداد دراسات الجدوى والتوثيق الفنى الى تدريب جهاز العاملين المحلى .

بروم سيرى امبورت Promsiryelimport (استيراد المواد الخام الصناعية) :

تدير تجارة استيراد وتصدير الحديد الخام ، السبائك الحديدية ، منتجات الصلب ، منتجات اسطوانات الصلب ، انواع الصلب الممتازة والخاصة بما فى ذلك الصلب غير القابل للصدأ ، وانواع الصلب التى تقاوم الأحماض والحرارة ، مطروقات والواح الصلب ، الانابيب المصنوعة من الصلب والحديد وأوعية الغاز المصنوعة من الصلب ، وقضبان السكك الحديدية والسلع المعدنية الأخرى بما فى ذلك الترايس والصواميل والمسامير القلاووظ والمسامير والسلاسل والأقطاب الكهربائية (الالكترود) والأسلاك وأحبال الصلب والشبكات السلكية .

رازنوا امبورت Rasnoimport (استيراد السلع المتنوعة) :

تتولى تجارة استيراد وتصدير المعادن والسبائك غير الحديدية ، وورق القصدير والكابلات والأسلاك . المنتجات الاسطوانية الغير معدنية والمطاط الصناعى والطبيعى والاطارات ومنتجات المطاط ، الفلين ومنتجاته ، والبلاستيك ومشمع فرش الأرضية والمواد الخام غير الحديدية والمواد الخام غير الحديدية الكثفة .

رازنوا اكسبورت Raanoexport (تصدير السلع المتنوعة) :

تتولى تجارة استيراد وتصدير التبغ ومنتجاته والاسمنت والزجاج والرخام والجرانيت والجبس والأدوات الصحية والكبريت وفضلات الذبح ، الريش ، بودرة السمك ، مستحضرات دباغة الجلود ، الجلود ومنتجاتها ، الأحذية ، الدمى ، وأوعية المطبخ ، والأدوات المعدنية والأواني الخزفية ، الأواني الزجاجية ، الكريستال ، افران بريموس وأنواع أخرى من مواقد الغاز ، معدات المكاتب والأدوات المكتبية والآلات الموسيقية ، بنادق الرياضة ، والأدوات الرياضية ، الملابس والتريكو ، ماكينات الخياطة ، العوازل ، اللبسات الكهربائية والأجهزة الكهربائية المنزلية .

سلخوز بروم اكسبورت Selkhozpromexport (تصدير الآلات الزراعية) :

تتولى اقامة المجمعات الصناعية الزراعية .

سكوتو امپورت Scotoimport (استيراد المواشى) :

تستورد الماشية والاعنام والماعز والخنازير والخيول اللازمة للاستهلاك .

سوف فراخت Sovfrakht (شحن البضائع السوفيتية) :

تنظم نقل البضائع الاجنبية والسوفيتية عن طريق البحر ، وتؤجر السفن السوفيتية لشركات الشحن الاجنبية كما تستأجر السفن الاجنبية لاستعمالها في الاتحاد السوفيتي .

سوفكسپورت فيلم Sovexportfilm (تصدير الافلام السوفيتية) :

تصدر الافلام السوفيتية وتستورد الافلام الاجنبية لعرضها في الاتحاد السوفيتي كما تصدر الافلام التسجيلية والافلام العلمية وافلام الرسوم المتحركة وتمتد افلام خاصة عن التجارة .

سويوزفنشترانز Soyuzvneshtans (نقل التجارة الخارجية) :

تنظم نقل السلع الاجنبية داخل الاتحاد السوفيتي بالطرق البرية والسكك الحديدية وعن طريق البحر ، كما تنظم نقل التجارة العابرة الى افغانستان ، الصين الشعبية ، ايران ، منغوليا ، وغيرها .

سويوز كوفنشستورج Soyuzcoopvneshtorg (تجارة التعاونية الخارجية) :

تصدر المواد الخام اللازمة للمقايير والادوية والفواكه والخضروات المجففة والمخللة والمحفوظة كمش الغراب وعجينة الطماطم ، العسل ، وشمع العسل ، والفجل ، وكل انواع المكسرات والخيار والكرنب المخلل والملح والبصل والثوم والجزر الطازج والمجفف ، وجراد البحر والاسماك الصدفية وجلود الحيوانات وقرونها وفراء الارانب ، وثمر العليق ، والتوت البري ، وعنب الديب ... الخ . كما تستورد المنسوجات ، والاحذية ، والتريكو ، والملبوسات ، والملابس الداخلية ، والطلاء واللاكيه والسلع المنزلية ومختلف انواع المواد الغذائية .

سيوزنفنت اكسپورت Soyuznefteexport (تصدير البترول) :

تتولى تجارة استيراد وتصدير زيت البترول ومنتجاته وبترول الطائرات والموتورات (المحركات) والكيروسين وزيت الديزل وزيت التشحيم والبرافين .

سويوز بروم اكسپورت Soyuzpromexport (الصادرات الصناعية) :

تتولى تجارة استيراد وتصدير المنجنيز والكروم والحديد الخام والفحم ،

وفحم الكوكل ، وفحم الانترسيت ، والمعادن النفيسة ، والاسبستوس والمواد الحرارية ، والمرسة الكهربائية الخاصة المستخدمة في معدات السينما والمواد الكهربائية والكبريت وغيرها .

سيووز بوشنينا Soyuzpushnina (تجارة الفراء) :

تتولى تجارة استيراد وتصدير الفراء المجز وغير المجز وشعر الحيوانات والخنازير وتنظيم مزادات الفراء في ليننجراد .

سيووزخيم اكسبورت Soyuzkhimexport (تجارة الكيماويات) :

تصدر الفحم والمنتجات الكيماوية الخشبية الاصل ، الصبغة والطلاء الكيماوي (الصناعي) ومنتجات البلاستيك والكيماويات اللازمة لصناعة المطاط وأدوات التجميل : الصابون والزيوت الاثيرة .

ستانكو امبورت Stankoimport (استيراد عدد الماكينات) :

تتولى تجارة استيراد وتصدير العدد الخاصة بالاشغال المعدنية والخشبية وأدوات الطرق والكبس والأدوات الكهربائية وأدوات النفخ (التمتيك) ومعدات الارصاد والسبائك الصلبة والاسطوانات ومعدات صقل المنتجات المعدنية .

سودو امبورت Sudoimport (استيراد السفن) :

تصدر المراكب بما في ذلك المراكب الشراعية وقوارب الصيد والنقل والصنادل والكراكات الماصة ومعدات السفن ومحركات الديزل والمضخات والمكابس ومعدات الملاحه والرادار والكهرباء . وتستورد السفن النهرية والسفن البحرية وقوارب الصيد . كما تقوم بأعمال الصيانة في الخارج .

تيخما شينو امبورت Tekhmashinoimport (استيراد المعدات الفنية) :

تستورد المعدات الكاملة وخطوط انتاج المنتجات الكيماوية وكذلك معدات التبريد والمعدات الكيماوية .

تيخما شينو اكسبورت Tekhmashinexport (تصدير المعدات الفنية) :

تصدر المكابس ، والمراوح ومعدات تجديد الهواء ، ومعدات التبريد الصناعي واجهزة تكييف الهواء ، ومعدات الصناعة الثقيلة وصناعة الكيماويات والأدوية ومعامل تكرير السكر وصناعة السليولوز والورق والآلات والمعدات

اللازمة لصناعة النسيج والصناعات الخفيفة والطباعة والنشر ولانتاج الزجاج ولصناعة الكابلات والحاسبات الالكترونية .. الخ .

تكينوبروم امبورت Tekhnopromimport (استيراد السلع الصناعية الفنية) :

تستورد معدات صناعة النسيج (القطن ، الصوف ، الحرير ، الكتان والالياف الصناعية) ومعدات صناعة الملابس والتريكو والأغذية والجلود والاحذية ومعدات الطباعة وانتاج الزجاج وصناعة الكابلات والحاسبات الالكترونية .. الخ .

تيكنوبروم اكسبورت Tekhnopromexport (تصدير السلع الصناعية الفنية) :

تصدر المعدات الكاملة وتقدم المساعدات الفنية اللازمة في مجالات بناء محطات القوى التي تستخدم الفحم والوقود السائل والصلب والماء والبخار) وخطوط نقل الكهرباء والمشروعات الفنية الخاصة بالماء (القنوات والسدود) ومصانع الخشب والمصنوعات الخشبية ومصانع الورق والسليولوز والمطابع واستديوهات الأفلام والمفاعلات النووية ومعدات البحوث في الفيزياء النووية .

تيكنو اكسبورت Tekhnoexport (تصدير الخبرة الفنية) :

تقدم المساعدات الفنية وتعد المشروعات اللازمة لبناء واعادة بناء الطرق والسكك الحديدية والموانى ، والمهابط الجوية والمطارات ومصانع النسيج (مصانع النسيج والصباغة والتريكو والملابس الجاهزة) ومصانع المضادات الحيوية والعقاقير ... الخ والمستشفيات والجامعات ومراكز التدريب . كما تقدم المساعدة الفنية في مجال المسح الجيولوجى . وتصدر المعدات الكاملة والمواد اللازمة لبناء كل انواع المصانع المذكورة وكذلك المعدات اللازمة للمسح الجيولوجى .

تيكسنا ب اكسبورت Tekhsnabexport (تصدير المهمات الفنية) :

تتولى تجارة استيراد وتصدير المعدات اللازمة للأبحاث النووية وأجهزة الرقابة الصناعية التي تستخدم النظائر ومعدات اشعة اكس للأغراض الطبية والمعدات التي تستخدم النظائر المشعة واشعة اكس في البحث عن المعادن المشعة ، ومعدات الوقاية اللازمة للصناعة النووية والمعدات الصناعية للمواد الخاصة والمعادن النادرة والنظائر المشعة الصناعية والطبيعية واشعة اكس.

تراكتور اكسبورت **Traktoroexport** (تصدير الجرارات) :

تتولى تجارة استيراد وتصدير الجرارات والآلات الزراعية ومعدات بناء الطرق بالإضافة الى معدات اصلاح وصيانة هذه الآلات . كما توفر الخدمات الفنية للآلات السوفيتية والأجنبية وتنظم تدريب الفنيين الأجانب .

تيازبروم اكسبورت **Tiazhpromexport** (تصدير الصناعة الثقيلة) :

تقوم بالأعمال المتعلقة ببناء المصانع الكاملة للحديد والصلب والمشروعات الصناعية للمعادن غير الحديدية واستخراج الفحم والمعادن الخام . كما تقوم باعداد المشروعات الفنية والتوثيق الفنى . وتصدر وتستورد المعدات اللازمة لهذه المشروعات . وتشرف على أعمال البناء وتقديم المساعدات الفنية خلال المراحل الأولى لتشغيل . وتنظم تدريب العاملين الفنيين المحليين في المشروعات المماثلة سواء في الاتحاد السوفيتى او في المشروعات التى بنيت في الخارج بمساعدة السوفيت .

انروجوماشين اكسبورت **Energomashinexport** (تصدير آلات القوى) :

تصدر الآلات الكهربائية . التروس المحولة ، المحولات ، آلات تحويل التيار ، ومولدات الديزل الصغيرة . ومحطات القوى المتحركة . والمعدات الكاملة للمحطات الحرارية والمحطات تولد الكهرباء من القوى المائية ومعدات اللحام الكهربائى والتربينات البخارية والمراجل البخارية ، والمحركات المولدة للكهرباء وقاطرات السكك الحديدية والمعدات اللازمة لخطوط السكك الحديدية ورش السكك الحديدية .

اكسبورت لين **Exportlen** (تصدير الكتان) :

تصدر القطن والكتان والمنسوجات نصف المصنعة وفضلات النسيج . وتستورد القطن والصوف والجوت ومنتجاته والسيزال والحرير ، الحرير الصناعى والمصنوعات الصوفية والحبال .

اكسبورت ليس **Exportles** (تصدير الخشب) :

تصدر كل أنواع الخشب والخشب الأبلakash والألواح والسليولوز والورق ومنتجات الأخشاب والورق الأخرى . وتستورد الورق ومنتجاته والأثاث ومنتجات الخشب الأخرى .

اكسبورت خليب **Exportkheleb** (تصدير الغنم) :

تتولى تجارة استيراد وتصدير القمح والجاودار والشعير والشوفان والذرة والأرز والعدس والبقول والدقيق والحنطة السوداء والحبوب الزيتية والعلف وبذور النبات . الخ .

٧ - تبادل التراخيص والأعمال

التعاون الفني بين المشروعات اليوغوسلافية والشركات الأجنبية

بقلم : دراجومير ف. سيروفيتش (١) Dragomir V. Cerolcé

للتبادل الدولي (بيعا وشراء) في حقوق الملكية الصناعية والتعاون الفني المطلوب في هذا الصدد مشاكله الخاصة . اذ ان العقود التي تبرم في هذا المجال الى جانب علاقات التجارة التي تصاحبها . تتبعها - كقاعدة عامة - حركة وتبادل في انواع معينة من السلع . ومن ثم فانه على الرغم مما تتميز به هذه العقود من طبيعة خاصة فانها تمثل فعلا - في جانب منها على الاقل - وسائل تنظيم التبادل الدولي للسلع والتقسيم الدولي للعمل ايضا .

وقد قامت الحكومة اليوغوسلافية في عام ١٩٦٤ باصدار بعض التشريعات التحررية فيما يتعلق بشراء وبيع حقوق الملكية الصناعية والتعاون الفني والتجاري مع الخارج . وبهذا امكن للصناعة اليوغوسلافية ان تزيد من الدور الذي تساهم به في التقسيم الدولي للعمل ، والتبادل السلمى وانتقال التكنولوجيا الى المناطق الاقل تقدما .

وتولى يوغوسلافيا على الدوام اهتماما كبيرا بالمسائل المتعلقة بالملكية الصناعية . وتوفير الحماية الكافية لها ، والتبادل المنظم المتكافئ . وقد وضعت كل التشريعات في هذا الصدد بحيث تكفل الاستخدام الاقتصادي الكامل للملكية الصناعية . ويشهد على تلك العناية الفائقة والاهتمام الشديد الذي لقيته هذه الموضوعات عدد من اللوائح الخاصة بحماية وتبادل او انتقال حقوق الملكية الصناعية .

وتتضمن هذه القوانين : قانون البراءات والتحسينات الفنية ، وقانون العيّنات والنماذج ، وقانون العلامات التجارية للسلع والخدمات ، ولوائح وكالات براءات الاختراع ، وعدد من اللوائح والتعليمات الفرعية الأخرى . وقد صدر قانون حيازة حقوق الملكية الصناعية في الخارج عام ١٩٥٤ وتم تعديله مرتين في عامي ١٩٥٩ و ١٩٦١ ، وظل ساريا حتى يولييه عام ١٩٦٤ . وقد كان الغرض من هذا القانون هو تنظيم حيازة وبيع حقوق

(١) معهد المنظمات الدولية « بلجراد » يوجوسلافيا

الملكية الصناعية في الخارج ورفع المستوى التكنولوجي للإنتاج الصناعي وفقا للاحتياجات القائمة والمنتظرة للتنمية الصناعية .

وفي ذلك الوقت كانت الصناعات الميكانيكية الهندسية لا تزال متخلفة ومن ثم فقد كان الجانب الأكبر الذي اشترى من براءات الاختراع والأساليب الفنية محصورا في هذا المجال . وقد أدت التنمية المتناسقة والسريعة للصناعة اليوغوسلافية وخاصة في صناعة السلع الاستثمارية وكذلك التوسع في العلاقات الاقتصادية مع الدول الأجنبية الى إمكان تجاوز مجال التعاون الضيق بين المنتجين اليوغوسلاف والأجانب . فقد أدى ذلك من ناحية الى ازدياد اهتمام المنشآت الصناعية اليوغوسلافية بالخبرة الأجنبية والمنجزات الفنية ، ومن ناحية أخرى أمكن للصناعة اليوغوسلافية خلق الظروف الملائمة لقيام تعاون صناعي دولي حقيقي .

وقد أصبح الآن واضحا ان العلاقات الاقتصادية مع الدول الأجنبية لا يمكن ان تقوم فقط على أساس تصدير فائض السلع واستيراد السلع التي تنقصها ، بل ينبغي ان تقوم بشكل أكبر على أساس التقسيم الدولي للعمل والتعاون في الإنتاج . ويتعين ان يحقق نمط التعاون الاقتصادي بين يوغوسلافيا والدول الأجنبية الاستخدام الأمثل للفرص التي يمكن للاقتصاد اليوغوسلافي ان يقدمها . ويجب ان يوفي باحتياجات السوق المحلي ويعمل على تشجيع النمو المتناسق لمختلف فروع الصناعات واتقطاعات الاقتصادية ، وأن يقوم أيضا بتوجيه إنتاج الصناعات التحويلية اليوغوسلافية الى الأسواق العالمية . وفي نفس الوقت ينبغي ان يمكن الدول الأخرى من المشاركة فنيا في التنمية اليوغوسلافية وسد حاجة الأسواق اليوغوسلافية .

كذلك فقد أصبح من الواضح الآن ان التقسيم الدولي للعمل يقوم على أساس قوة لا تتعدى الحدود القومية فحسب بل تتعدى أيضا حدود التكتلات او الوحدات المتكاملة الأخرى والتي تميل الى اغلاق مناطق معينة من السوق العالمية . ولعل أخطر القوى الموحدة هو التقدم التكنولوجي ، فهي تفرض الحاجة الى الإنتاج الكبير الذي يؤدي عند نشأته الى التعاون والتخصص كما يؤدي الى وضع اقتصادي لا بد وان يجاوز الحدود الضيقة للأقاليم القومية .

ومع نمو الصناعة اليوغوسلافية ، ونمو صناعة الآلات بصفة خاصة ، أخذت حاجة المشروعات المحلية الى التكنولوجيا الأجنبية في التزايد . ومنذ عام ١٩٦٠ ظهرت الحاجة الى نقل الخبرة اليوغوسلافية في الإنتاج الى الدول الأخرى .

وفي خلال الفترة من عام ١٩٥٤ الى عام ١٩٦٦ أبرمت المشروعات اليوغوسلافية ٣٥٨ عقدا للتعاون الصناعي للحصول على حقوق الملكية الصناعية الأجنبية . وقد كان ٨٠ ٪ من هذه العقود يتعلق بتنظيم التوثيق الفني لصناعة منتجات معينة و ١٠ ٪ منها لوثائق عمليات تكنولوجية كاملة في مجالات معينة ، بينما كانت ٥٥ ٪ منها تتعلق بعمليات انتاج الكيماويات والأدوية ومستحضرات التجميل و ٥٥ ٪ للتعاون في وضع الدراسات الخاصة بمشروعات اقتصادية معينة أو تنفيذها .

وبتقسيم هذه العقود التي أبرمتها الأطراف المحلية على اساس فروع الصناعة نجد ان اغلبها كان في مجال الصناعة المعدنية (٥٩ ٪) كما حصلت الصناعة الكهربائية على (١٩ ٪) وتنتها الصناعة الكيماوية (٨ ٪) ثم صناعة المنتجات غير الحديدية (٣ ٪) وصناعة بناء السفن (٢ ٪) .

وبتقسيم العقود حسب بلد المنشأ . نجد ان اغلب التراخيص والوثائق الفنية قد جاءت من جمهورية المانيا الاتحادية (نحو ٢٤ ٪) وإيطاليا (١٩ ٪) ثم فرنسا (١٠ ٪) وتلتها بريطانيا والنمسا وسويسرا وبلجيكا ثم السويد . وقد كان ١٠ ٪ من العقود مع دول اوربا الشرقية . غير ان هذه النسبة ازدادت بدرجة ملحوظة في السنوات الأخيرة .

ويدفع ٨٥ ٪ من الالتزامات المالية الناشئة عن استخدام المنشآت المحلية للتراخيص الأجنبية بالعملة القابلة للتحويل بينما تدفع النسبة الباقية عن طريق حسابات الاتفاقات (١٥ ٪) .

على ان المستوى العالي الذي بلغته يوغوسلافيا في مضمار التنمية ، لم يسمح لها فقط بزيادة حجم صادراتها الصناعية وتحسين هيكلها ولكنه ساعدها أيضا على ان تصدر الى الخارج مختلف حقوق الملكية الصناعية مثل العمليات التكنولوجية الكاملة والوثائق الفنية الخاصة بصناعة منتجات معينة بالإضافة الى مختلف براءات الاختراع والتحسينات الفنية التي تعمل على تشجيع التعاون مع الشركات الأجنبية .

وفيما بين عامي ١٩٦٠ و ١٩٦٦ وقعت المشروعات اليوغوسلافية ٥٦ عقدا للتعاون الصناعي مع جهات اجنبية ، هدفها تحويل مختلف اشكال الملكية الصناعية اليوغوسلافية خلال ٥ سنوات او أكثر . وقد كانت حقوق الملكية الصناعية التي تم نقلها طبقا لذلك في مجال الصناعات التالية :

انتاج وتصنيع البترول ، الصناعات المعدنية الحديدية وغير الحديدية ، بناء السفن ، الصناعات الهندسية الكهربائية ، الكيماويات ، مواد البناء ، الخشب ، السليلوز والورق ، الجلود والأحذية ، المطاط والأغذية .

وقد كان العدد الأكبر من الدول الأجنبية التي استخدمت حقوق الملكية الصناعية اليوغوسلافية من بين الدول الأفرو آسيوية ودول أمريكا اللاتينية (٦٧ ٪ من المجموع) وتلتها دول أوروبا الغربية (٢١٥ ٪) ثم دول أوروبا الشرقية (١١٥ ٪) وفيما يلي بعض البيانات الخاصة بعدد من تلك الدول .

آسيا : الهند ١٣ ٪ - أندونيسيا ٤ ٪ - باكستان وتركيا ٣ ٪ لكل منهما - العراق وإيران وسوريا ١ ٪ لكل منها .

أفريقيا : تنجانيقا(٢) والجمهورية العربية المتحدة ٣ ٪ لكل منها - غانا ٢ ٪ - المغرب وتونس ١ ٪ لكل منها .

أمريكا اللاتينية : البرازيل ٢ ٪ .

أوروبا الغربية : إيطاليا ٥ ٪ - جمهورية ألمانيا الاتحادية ٢ ٪ - النمسا وبلجيكا وهولندا وسويسرا والسويد ١ ٪ لكل منها .

أوروبا الشرقية : بولندا ٣ ٪ - بلغاريا ٢ ٪ وجمهورية ألمانيا الديمقراطية ١ ٪ .

ويبلغ اجمالي قيمة الالتزامات المالية الأجنبية المستحقة للمشروعات اليوغوسلافية ٢٤ مليون دولار منها ٣٠ ٪ بالعملات القابلة للتحويل . وينطى الدخل العائد من منح التراخيص اليوغوسلافية حوالى ٣٠ ٪ من التزامات يوغوسلافيا مقابل شراء حقوق الملكية الصناعية .

وثمة عامل جوهري في تنمية الاقتصاد المعاصر يكمن في تطبيق أحدث المنجزات العلمية والفنية . على ان ذلك يخلق الحاجة الى الاستثمارات الضخمة التي لا يمكن ان يوفرها اقتصاد مجزا . ولذلك ، يصبح من الضروري ان يتم تجميع رأس المال من المشروعات المحلية ومن مصادر رأس المال الأجنبي معا . ويلاحظ ان توجيه رؤوس الأموال نحو الاستثمار في مشروعات انتاج السلع الرأسمالية وفي التنمية التكنولوجية يحظى الآن باهتمام عالمي . وهذا ينطبق أيضا على التعاون في مجال التقسيم الدولي للعمل .

ويتم تنظيم أى عمل مشترك يستخدم فيه رأس المال الذى يأتى من شركة أجنبية او من أحد الافراد الأجانب بموجب عقد بين المشروع المحلى

(٢) جمهورية تنزانيا المتحدة الآن .

والشريك الاجنبى ، وكذلك عن طريق القواعد العامة الصادرة فى عام ١٩٦٧
والتي تنظم العلاقة بين اموال المشروعات اليوغوسلافية و اموال الشركاء
والاجانب .

ويحصل الشريك الاجنبى الذى يستثمر امواله فى منشأة يوغوسلافية
على حقوق معينة تحددتها قيمة استثماراته ونصوص التشريعات العامة
والعقود . وتتضمن هذه الحقوق حقه فى الاشتراك فى ادارة المنشأة واقتسام
اربحها وتحويل جزء من رأس المال المستثمر الى شخص ثالث ، وكذلك
استرداد رأس المال المستثمر . ويحدد العقد المبرم بين المستثمر الاجنبى
والمؤسسة المحلية مدى هذه الحقوق . ويمنع القانون التعاقد لاستثمار
رأس المال الاجنبى فى قطاعات : المصارف ، والتأمين ، النقل الداخلى
واتجارة انداخلية ، وخدمات العامة والاجتماعية باستثناء البحث
العلمى .

ويتعين الا يزيد نصيب المستثمر الاجنبى فى رأس مال المنشأة عن
اجمالى استثمارات الشركات اليوغوسلافية . ويمكن للأفراد الاجانب استثمار
اموالهم (بالعملة الاجنبية) فى المنشآت اليوغوسلافية ، كما يمكنهم ان يقدموا
مساعدات غير مالية مثل معدات الانتاج ، او براءات الاختراع ، او
التراخيص او العلامات التجارية او التصميمات الهندسية .

ويتم تحويل المكاسب عادة وفقا للوائح النقدية ؛ على انه اذا ما كان
هناك جزء غير قابل للتحويل فان من حق الشريك الاجنبى ان يعيد استثمار
هذه المبالغ فى نفس المنشأة او فى اى منشأة اخرى فى يوغوسلافيا . كما انه
يلتزم فى الواقع باعادة استثمار ٢٠ ٪ من صافى ايراداته بهذه الطريقة .
وطبقا لقانون ضريبة الدخل للاجانب فان اعادة استثمار مكاسب الشريك
الاجنبى فى احدى المنشآت اليوغوسلافية تعود عليه بفوائد متعددة . اذ يتم
احتساب ضرائب الدخل على اساس ٣٥ ٪ فقط . ولا يمكن ان تخضع ارباح
الشريك الاجنبى للضريبة الا طبقا للقانون الفيدرالى فقط .

وتعتبر المنشأة اليوغوسلافية التي يستثمر فيها رأس المال الاجنبى
مسئولة امام شريكها الاجنبى عن اية خسائر وهي تضمن هذا الالتزام
بكافة ممتلكاتها . وكذلك يعتبر الشريك الاجنبى مسئولا امام المنشأة
اليوغوسلافية الا ان مسؤوليته تقتصر على المبالغ التي استثمرها فى
المنشأة .

وتختص المحاكم اليوغوسلافية العامة أو أى هيئات تحكيم يتفق عليها بالفصل فى أى نزاع ينشأ بين الشريك الأجنبى والمنشأة المحلية . وقد ينص فى العقد أيضا على تشكيل هيئة تحكيم مشتركة أو هيئة تحكيم أجنبية .

وينص القانون على أن العقد لا يكون صحيحا إذا لم يضمن قيام التعاون فى العمل ، وزيادة الإنتاج والانتاجية والصادرات ، وادخال التطورات التكنولوجية المتقدمة فى المنشأة المحلية أو يوفر ما يلزم لتنمية البحث العلمى فى المنشأة . ولا يمكن تسجيل العقد أو التصديق على صحته إذا كانت شروطه لا تتفق مع الشروط الاقتصادية المعتادة ، أو إذا كان من شأنه تهديد التوازن الاقتصادى بين يوغوسلافيا ودولة الشريك الأجنبى . كما أن العقد لا يعتبر صحيحا أيضا ما لم تكن نصوص التعاقد متمشية مع مصالح الأمن أو الدفاع عن البلاد . وفى حالة ما إذا لم يمكن تسجيل العقد فللأطراف المتعاقدين أن يقدموا شكوى ضد إيقاف التسجيل الى المجلس التنفيذى الاتحادى خلال خمسة عشر يوما من تاريخ استلام القرار بعدم التسجيل .

وإذا ما رغب المستثمر الأجنبى فى نقل حقوقه والتزاماته الناشئة عن العقد الى طرف ثالث أو الى منشأة محلية أخرى فانه يكون ملزما أولا بعرض هذه الحقوق والالتزامات على المنشأة اليوغوسلافية التى استثمر فيها أمواله أصلا (امتياز أولوية الحلول محل الشريك) . وطبقا للقانون تلتزم المنشأة التى يستثمر فيها رأس المال بأن تقيّد فى دفاترها ما يثبت اجمالى إيراداتها واجمالى مصروفاتها على المواد والبنود الأخرى .

٨ - المنظمات التجارية الدولية

بقلم : ج . ر . فوت J. R. Voûte (١)

مقدمة

تعتبر اغلب السلع التي تصدرها الدول النامية من المنتجات الزراعية التي يستغرق انتاجها وبيعها في الاسواق الاجنبية وقتا طويلا. وعادة تركز التجارة السلعية الدولية على التكاليف ، والتأمين ومستندات الشحن (C.I.F.) . وبمجرد تحميل المنتجات على ظهر السفينة ، او تخزينها في بعض الحالات ، في مخازن شركة الشحن فان الاخيرة تقوم باستخراج مستندات الشحن . وعندما يتم تقديم هذه المستندات في الخارج يلتزم المشتري بالدفع قبل ان يحصل عليها . وهو حينئذ يستطيع اما الانتظار حتى وصول السفينة الى ميناء الوصول واستلام سلعته او بيع المستندات وتظهرها لطرف ثالث . والى ان يدفع المشتري مقابل مستندات الشحن وتصل المتحصلات بالنقد الاجنبي الى الدولة المنتجة فان المصدر يتحمل تمويل العملية بأكملها .

واذا ما اختصرت اجراءات الشحن المعقدة التي تطبق في الدول النامية الان فان ذلك يؤدي الى تشجيع الانتاج الزراعي . اذ كلما بيع المحصول وسدد ثمنه بسرعة كلما امكن الاسراع في تمويل محصول جديد وتصديره .

التمويل المقدم

توجد عدة طرق للنهوض بنظام التمويل المقدم .

(١) يمكن بيع مستندات الشحن الى بنك محلي في الدولة المنتجة وعندئذ يقوم هذا البنك بتحويل المستندات (C.I.F) الى المشتري في الخارج .

(ب) وثمة نظام اكثر كفاءة وهو تقديم تمويل مقدم الى الفلاح المحلي . ويتم هذا على نطاق واسع في الدول المتقدمة عن طريق البنوك ، وموردى علف الماشية والمخصبات . ولا يمكن تحقيق هذا النوع من التمويل المقدم في الدول النامية الا اذا توفر لدى المشتري في الدول المتقدمة الثقة الكافية في استقرار الدول النامية .

(١) امستردام - هولندا

(ج) ظهر في السنوات الأخيرة اتجاه نحو تشجيع انشاء المشروعات المشتركة . وهنا يقوم الشريك المحلى في الدولة النامية بتمويل كل ما يدفع ثمنه بالعملة المحلية ويتولى الشريك الاجنبى التمويل الذى يتم بالنقد الاجنبى . ويختص الشريك الاجنبى ايضا بالترتيبات اللازمة لاستيراد المخصبات والمبيدات الحشرية والالات الزراعية ، ويعتبر مسئولاً ايضا عن بيع المنتجات في السوق العالمى .

(د) استخدم نظام المخازن بالجمارك لمدة قرون . وقد استحدث مؤخرا في عدد قليل من الدول النامية نظام تقديم التسهيلات الائتمانية لتلك المخازن بفرض تنمية الصادرات . وفى ظل هذا النظام يصبح من الضرورى أن تمتاز المخازن بالادارة الحسنة والتخزين الجيد وتتوافر بها الحماية الكافية ضد الاحتيال او السرقة . ويستلم المخزن بالجمرك السلع ويعطى فى مقابلها شهادة ايداع وشهادة تثبت قيمة وحالة المنتجات المخزونة . ثم يقدم المصدر هذه المستندات الى أحد البنوك كضمان للحصول على قرض يغطى نسبة مئوية من القيمة المثبتة للمنتجات المخزونة . وفى ذات الوقت تكون السلع فى انتظار البيع والتصدير الى الخارج .

(هـ) عادة ما يكون لشركات التصدير الكبرى والمعروفة بعض القدرة على التعامل مع البنوك المحلية . وعلى اية حال فان نظام مخازن الجمرك يحل مشكلة رأس المال العامل اللازم لصفار المنتجين والمصدرين دون أن يضطروا لبيع كل كمية ينتجونها أو يشترونها فى السوق المحلية وذلك بفض النظر عن عروض الأسعار أو ظروف الشحن الموسمية غير المواتية .

المنتجات الطبيعية والصناعية

تقوم أسعار السوق العالمية على العرض والطلب . فاذا طلب منتج الصوف فى استراليا ونيوزيلنده سعرا مرتفعا لانتاجهم فسوف يشتري التجار الصوف من جنوب افريقيا أو جنوب امريكا . وهذا يسبب هبوط أسعار الصوف فى استراليا ونيوزيلنده وارتفاعها فى جنوب افريقيا وجنوب امريكا حتى يتحقق استقرار السعر . وائس هناك دولة ما تحتكر انتاج سلع معينة . على ان غالبية المنتجات الطبيعية يمكن أن يحل محلها منتجات اخرى كما يمكن أن يحل محل كثير منها المنتجات التركيبية الصناعية .

فالمطاط المخلق والصابون واللدائن والايصاف التركيبية مثل النايلون والبولستر اخذت محل المنتجات الطبيعية وذلك على نطاق يتزايد باستمرار . وتتمتع المنتجات التركيبية بمزايا كبرى بالنسبة للصناعة الحديثة وذلك لانه يمكن انتاجها بكميات كبيرة في اى وقت . كما ان هناك استقرار في سعرها ونوعيتها . هذا ومن ناحية اخرى نجد ان المنتجات الطبيعية لا تتوافر بكميات غير محدودة في وقت معين ، كما ان سعرها ليس مستقرا ولا تتميز بثبات اللون او الحجم او الوزن . وقد ادت هذه العوامل الى اتجاه الصناعة العالمية الى التوسع في انتاج الصناعات التركيبية . وقد نتج عن ذلك اتجاه اسعار المنتجات الطبيعية الى الهبوط . وحتى تستطيع مواجهة هبوط الاسعار وارتفاع نوعية نظائرها من المنتجات التركيبية فانه لا بد للمنتجات الطبيعية من تحسين نوعيتها ورفع مستواها . انه تعد بالنسبة لكثير من المنتجات الطبيعية ان تواجه منافسة المنتجات التركيبية واستمرار انتاجها وتداولها . ويعطى الجدول رقم (١) بعض الارقام القياسية لانتاج بعض المواد الخام الطبيعية وتلك التى من صنع الانسان .

الجدول رقم (١)

الارقام القياسية للانتاج العالمى من بعض المواد الخام المختارة

الطبيعية والصناعية ١٩٥٢ ، ١٩٦٢

(١٠٠ = ١٩٥٢)

السنة	الطن	الصوف	الياف من صنع الانسان	المطاط الطبيعى	المطاط المخلق
١٩٥٢	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠
١٩٦٢	١٢٥	١٢٧	٢٢٨	١١٨	٢٥٥

المصدر : منظمة الأمم المتحدة للأغذية والزراعة (١٩٦٤) .

مقال « المنتجات التركيبية الصناعية وانرها على تجارة المنتجات

الزراعية » F.A.O., Commodity Series, Bulletin 38 p. 3

ويمدنا الجدول رقم (٢) بيان الاستهلاك العالمى من المطاط الطبيعى والمطاط الصناعى بالالف طن انجلىزى .

الجدول رقم (٢)
الاستهلاك العالمى من المطاط الطبيعى والصناعى

المطاط الصناعى		المطاط الطبيعى		السنة
%	١٠٠٠ طن انجلىزى	%	١٠٠٠ طن انجلىزى	
٣٨	٨٨٥	٦٢	١٤٦٨	١٩٥٢ (١)
٥٠	٢١٧٠	٥٠	٢١٨٨	١٩٦٢ (١)
٥٨	٢٦٦٠	٤٢	٢٦٧٠	١٩٦٨ (تقديرات)
٧٠	٦٧٠٠	٣٠	٣٢٠٠	١٩٧٢ (تقديرات)

المصدر: (١) مرجع الجدول رقم (١) - ص ١٦ .

ومنذ الحرب العالمية الثانية أخذت سوق الالياف النسيجية فى التوسع . ولكن الالياف الطبيعىه مثل القطن والصوف فقدت جزءا كبيرا من الاسواق للالياف التى من صنع الانسان . وقد استحوذت الأخيرة على ربع الاستهلاك العالمى ١٩٦٢ مقابل نسبة تقل عن ١٦ ٪ فى المتوسط عن الفترة من عام ١٩٤٨ الى سنة ١٩٥٠ . وتواجه الشحوم والزيوت ايضا منافسة من البدائل الصناعية فى النقش والدهان ومشمع الارضية وصناعات الصابون .

وحتى فى المجالات التى تقل او تنعدم فيها منافسة المنتجات الصناعية فانه يتعين على منتجى المنتجات الطبيعية مراعاة الاستهلاك الجماعى المتزايد والاذواق المتغيرة . وعلى سبيل المثال كان السيجار يصنع فيما مضى يدويا وكان يتكون بوجه عام من أوراق الطباق الخام . ولتحسين الانتاج وتوفير تكاليف العمل الغالية اصبح يصنع الآن بالآلات ويفلف بورق طباق منمط . وتصنع هذه الاوراق بواسطة آلات تلقائية فى جمهورية المانيا الاتحادية وبريطانيا العظمى وهولندا وسويسرا والولايات المتحدة . وقد خفض استخدام هذا الطباق سعر السيجار ومن ثم زاد استهلاكه . وهذا هو الحال بالنسبة للطباق الذى تصنع منه السجاير . ومن ثم فان اوراق الطباق التى صنعها الانسان (من الطباق الطبيعى) انما تخدم مصلحته زارعى الطباق . كما ان صناعة اكياس الشاى . والكاكاو والقهوة الجاهزة انما تعكس ايضا تغيرا فى اسلوب الحياة .

تنظيم التجارة الدولية

يختلف تنظيم التجارة الدولية بالنسبة لكل منتج على حدة وذلك لان التنوع الكبير في السلع لا يسمح بتطبيق قاعدة عامة . على ان المطاط والبن والسكر والصوف لها اهمية خاصة .

المطاط :

تتكون المجموعة الدولية للدراسات الخاصة بالمطاط - وهي منظمة مشتركة بين الحكومات - من واحد وعشرين عضواً ، ومهمتها تجميع وتصنيف البيانات الاحصائية والبيانات العامة الأخرى عن المطاط . وتصدر شهرياً في لندن « النشرة الاحصائية للمطاط . Rubber Statistical Bulletin

وللتنظيمات الخاصة بمنتجات المطاط المحلية او القومية ولتجار المطاط ومستهلكي المطاط في جميع أنحاء العالم منظمة خاصة هي « المؤتمر الدولي لنوعية المطاط وتعبئته » . وتصدر هذه المنظمة الكتاب الأخضر The green Book تذكر فيه وتصف درجات المطاط الـ ٣١ المعترف بها من المؤتمر . وتقوم التجارة العالمية للمطاط الطبيعي على أساس هذه المواصفات والعينات الموحدة التي تعد وفقاً لها . ويشير كل من البائعين والمشتريين الى هذه المواصفات في عقودهم ؛ واذا اختلف المطاط المسلم عن النوع المحدد في العقد فلا بد من اتفاق الجانبين على فرق السعر او تحديده عن طريق التحكيم .

البن :

تم تنظيم تصدير البن في مناطق الانتاج الرئيسية بمقتضى الاتفاق الدولي للبن الذي عقد عام ١٩٦٢ . وقد وزعت الصادرات من الدول المنتجة على أساس حصص معينة للتصدير (انظر الملحق رقم (١)) ، ومن ثم فقد حقق كل من العرض والطلب وبالتالي الأسعار استقراراً . ومن المتوقع ان يؤدي تنظيم الصادرات الى فرض قيود على انتاج البن ، ومن ثم يصبح من الضروري لزراع البن ان ينوعوا محاصيلهم . ويهدف الاتفاق الدولي للبن ايضا الى زيادة استهلاكه وخلق أسواق جديدة له . ولا يخضع التصدير الى هذه الأسواق الجديدة لنظام الحصص (انظر الملحق رقم (٢)) . ويتم الجانب الأكبر من تجارة البن على أساس عقود نمطية تعدها الرابطات القومية للبن ، وينص فيها على شروط التحكيم .

السكر :

في ٢٢ أكتوبر سنة ١٩٦٨ أقر مؤتمر الأمم المتحدة للسكر الذي عقد في جنيف الاتفاق الدولي الجديد للسكر . ويهدف هذا الاتفاق ، مثل اتفاق البن الى عدالة توزيع الصادرات . ونص الاتفاق على تخفيض حصص الصادرات الاضافية الطارئة لكل دولة بنسبة ١٠ ٪ اذا هبط سعر السكر في السوق العالمي دون حد ادنى معين .

الصوف :

انشأ منتجو الصوف اخيرا سكرتارية للصوف في لندن وقاموا بتمويلها لتعمل على تشجيع استهلاك الصوف في جميع انحاء العالم ولتتصدى للمنافسة الحادة من جانب الالياف الصناعية . وقد انشأ منتجو الصوف في تجارته وصناعته : المنظمة العالمية للمنسوجات الصوفية : International Wool Textile Organization في براد فورد بالملكة المتحدة . وتعقد هذه المنظمة مؤتمرات سنوية تناقش فيها المشاكل الرئيسية في صناعة الصوف . ويتوافر لكل الاعضاء بيانات قيمة عن انتاج الصوف واستهلاكه ومنافسة الالياف الصناعية . وعلاوة على ذلك فقد وضعت المنظمة العالمية للمنسوجات الصوفية الكتاب الازرق الذي تنشر فيه كل قراراتها فيما يتعلق بمبادئ وقواعد التجارة المبادلة والعقود النمطية لبيع الصوف والخیوط الصوفية والعلامات المميزة للصوف واتفاقات التحكيم .

الروابط التجارية

تتركز في الموانى الكبرى للتجارة العابرة مثل لندن وامستردام الامانات الدائمة لروابط التجارة القومية والدولية مع مؤسسات التحكيم . ويقوم سكرتير رئيس رابطة التجارة بتعيين المحكمين عندما ينشأ الخلاف . ويوجد نوعان من التحكيم :

(ا) تحكيم عادى في حالات الخلافات القانونية (مسائل الاسباب القهرية - التأخير في التسليم . . الخ) .

(ب) التحكيم الخاص بالمطالب النوعية .

وتعقد في هولندا - على سبيل المثال - مجالس التحكيم المتعلقة بنوعية السلع الهامة (المطاط . العاف . الخ) وذلك على النحو التالى .

تضمن الأطراف ان عينات السلع التي تم تسليمها ود اختيرت بواسطة هيئة معترف بها مثل مخزن الجمرك . وتودع العينات لدى سكرتارية منظمة التجارة المختصة . وينزع السكرتير العلامة الخاصة بالعينه ثم تعطى العينات للمحكمين الذين يحللونها ويقارنوها بعينه قياسية تختارها المنظمة العالمية . ويحدد المحكمون في نهاية الاختبار الفرق في السعر بين العينتين . ومن ثم تكون القرارات محايدة تماما .

وهناك فرق كبير بين التحكيم المتعلق بمطالب النوعية في كل من لندن وامستردام ، اذ يعرف المحكمون في لندن بصفة دائمة من هو البائع ومن هو المشتري على عكس الحال في امستردام . ويعتبر هذا الفرق في التحكيم من الاهمية بمكان حتى لقد جرت العادة على ادخال شرط في العقود الدولية للتجارة السلمية يحدد المدينة التي يجرى فيها التحكيم .

وتتنافس الدول النامية معا في السوق العالمي . وترجع بعض اشكال هذه المنافسة الى موضوع احلال بدائل المنتجات (فاذا كان ثمن منتج ما مرتفعا جدا فكثيرا ما يمكن استبداله بمنتج آخر) او الى منافسة المنتجات الصناعية التركيبية . وعلى سبيل المثال يمكن استبدال زبدة الكاكاو بدهن من لب التنجوان **Tingkawang** او من لب جوز الهند المجفف ؛ كما يمكن استبدال زيت لب النخيل بزيت من فول الصويا وان يحل سكر البنجر محل سكر القصب . وعلى اية حال فان منافسة المنتجات الصناعية التركيبية بالذات هي التي تجبر منظمات التجارة العالمية على ان تجدد وتحسن مستويات النوعية على الدوام . وحتى تتمكن الدول النامية من الحصول على افضل الاسعار لسلعها فانه يعين عليها ان تبذل كل ما في وسعها كي يتم تسليم المنتجات وفقا للمواصفات الواردة بالعقود اى وفقا للعينه الدولية المتفق عليها في العقد وان يتم شحن السلع في الموعد المحدد .

ولا تزال بعض الدول النامية عاجزة عن تنفيذ المعايير الدولية ، كما ام تصل عمليات التصنيف والتعبئة والشحن في تلك الدول بعد الى المستوى المرغوب فيه . وبالتالي تحصل هذه الدول على اسعار اقل لمنتجاتها . ولعله يمكن القول ومن وجهة النظر الاقتصادية والسيكولوجية ان حصيلة الصادرات تعتبر اكثر اهمية الى حد بعيد من المونات المالية .

التجهيز قبل التصدير

تعتبر التنمية الزراعية مطلبا اساسيا للتنمية الاقتصادية . ومن ثم يجب ان يبدأ التصنيع بتجهيز السلع الزراعية سواء كان ذلك لتصديرها او لاحتياجها محل الواردات . ومع زيادة سرعة النمو الاقتصادي تزيد متطلبات

الاستثمار وبالتالي احتياجات النقد الأجنبي . ومن ثم فإن أحداث زيادة كبيرة في حصة الصادرات الزراعية يكون له أهميته الكبرى . وتشكل صادرات المواد الخام الزراعية في الوقت الحاضر ٣٠٪ من اجمالي صادرات الدول النامية عامة .

ويتطلب التجهيز قبل التصدير وجود مصنع للتجهيز وهذا يعنى الحاجة الى الاستثمار . ويتطلب تشغيل أى مصنع حديث بالأسلوب الاقتصادى ضرورة توفر العمال المهرة . ويلاحظ أن تكلفة العمل وما تتضمنه من اعباء التأمينات الاجتماعية وخفض ساعات العمل الاسبوعية والاجازات المدفوعة الاجر آخذة في الارتفاع في جميع ارجاء العالم ؛ ومن ثم تتجه الصناعة الحديثة الى احلال الآلات محل الانسان كلما امكن ذلك . ويبدو التجهيز في الدول المنتجة مفيدا وذلك لأنه يسمح للمنتجين بتحقيق ربح من المواد الخام ومن السلع المجهزة . وعلى اية حال فان أى مصنع جديد يحتاج في البداية الى ادارة من الخارج تتوافر فيها الخبرة . وعادة ما تتناقص الارباح المضاعفة المقدرة وذلك بسبب مصروفات الادارة ومصاريف ترويج المبيعات .

ويعتبر الموقع الذى يقام عليه مصنع التجهيز وعملية النقل الى الميناء من البنود الهامة التى يتعين ان تكون محل اعتبار كما يشير الى ذلك تاريخ صناعة الكاكاو في عديد من الدول النامية .

ففى غانا يوجد مصنعان للكاكاو فى تاكورادى Takoradi احدهما بريطانى والثانى تملكه الحكومة ؛ ويعانى كل منهما من الخسائر . وقد انشئ مصنع كبير فى تيمما Tema لانتاج ٦٠ الف طن انجليزى من زبدة الكاكاو . ولم يصل المصنع بعد الى مرحلة الانتاج وقد تصدأ الآلات قبل ان تصحن الحبة الاولى .

وقد انشئ مؤخرا مصنع جديد فى نيجيريا . وهو يعيد عن الميناء ويربطه به طرق رديئة . ولن يستكمل اتمام مصنع آخر كانت ستقوم به مؤسسة ايطالية بأموال من الحكومة .

كما انشئ فى الكمبيرون مصنعان آخران احدهما فرنسى والآخر يابانى . ويعمل المصنع الفرنسى بنجاح ولكن المصنع اليابانى يعانى من الخسائر وتعرض صناعة زبدة الكاكاو فى البرازيل - التى تنتج حوالى ٦٠٠.٠٠٠ طن - للأفلاس ، وقد لجأت الى طلب العون من الحكومة .

وعلى ذلك فانه من الأسلم القول بان تصدير المنتجات الخام بالطريق التقليدى يكون اكثر فائدة من الاندفاع السابق لاوانه فى التصنيع . وقد يستهدف التخطيط طويل الاجل فى الدول النامية تحقيق التصنيع على نطاق واسع ، غير ان التخطيط قصير الاجل يجب ان يركز قبل كل شئ على انتاج وتصدير المنتجات الزراعية .

الملحق رقم (١)

حصص التصدير الرئيسية للدول المنتجة للبن

(اكياس سعة ٦٠ كيلو جرام)

امريكا الوسطى والجنوبية :

٤٢٠.٠٠٠	هايتي	١٨٠.٠٠٠.٠٠٠	البرازيل
٢٨٥.٠٠٠	هندوارس	٦.١١٢٨.٠	كولومبيا
١٥٠.٩.٠٠٠	المكسيك	٩٥.٠.٠.٠.٠	كوستاريكا
٤١٩.٠.٠.٠	نيكارجوا	٢.٠.٠.٠.٠	كوبا
٢٦.٠.٠.٠	بنما	٤٢٥.٠.٠.٠	جمهورية الدومنيكان
٥٨.٠.٠.٠	بيرو	٥٥٢.٠.٠.٠	اكوادور
٤٤.٠.٠.٠	ترينداد وتوباغو	١٤٢٩٥.٠.٠.٠	السلفادور
٤٧٥.٠.٠.٠	فنزويلا	١٣٤٤٥.٠.٠.٠	جواتيمالا

افريقيا :

٨٢٨٨٢٨	جمهورية ملاجاش	٧٦٢٧٩٥	الكميرون
١٨.٠.٠.٠	نيجيريا		جمهورية افريقيا الوسطى
١١.٠.٠.٠	جمهورية الكونغو الشعبية	١٥.٠.٠.٠	داهومي
٢٤.٠.٠.٠	رواندي وبورندي	٣٧٢٢٤	جمهورية الكونغو الديمقراطية
٦٥.٠.٠.٠	سيراليون	٧.٠.٠.٠.٠	اثيوبيا
١٧.٠.٠.٠	توجو	٨٥.٠.٠.٠.٠	جابون
١٨٨٧٧٣٧	اوغندا	١٨.٠.٠.٠	ساحل العاج
٤٣٥٨٤٥٨	جمهورية تانزانيا المتحدة	٢٣٢٤٢٧٨	كينيا
		٥١٦.٠.٠.٠	

آسيا :

٧٧.٠.٠.٠	اليمن	٢٦.٠.٠.٠.٠	الهند
		١١٧٦.٠.٠.٠.٠	اندونيسيا

اوربا :

٤٥٥٨٧١٨٣	الاجمالي الكلي	٢١٨٨٦٤٨	البرتغال
----------	----------------	---------	----------

الملحق رقم (٢)

الدول المستوردة للبن خارج الحصة

فيما يلي الدول المستوردة خارج نظام الحصة وذلك طبقا لاتفاقية البن الدولية :

الفلبين	البحرين
بولندا	بوكشوانا
قطر	سيلان
جمهورية كوريا	الصين (تايوان)
جمهورية فيتنام	الصين (الشعبية)
رومانيا	جمهورية كوريا الديمقراطية الشعبية
المملكة العربية السعودية	جمهورية فيتنام الديمقراطية
الصومال	المجر
جنوب أفريقيا	ايران
جنوب روديسيا	العراق
السودان	اليابان
سويسرا	الأردن
تايلان	الكويت
امارات عمان المتصالحة	ليسوتو
اتحاد الجمهوريات السوفيتية الاشتراكية	ملاوى
	مسقط وعمان

٩ - الجوانب الخاصة بالانتاج للتصدير

بقلم : مونتى بريكارڊ Monty Prichard (١)

المناح الصناعى للتصدير

ان كل ما يفعله المرء في مجال الاعمال ليدخل في الحقيقة في باب التسويق، اى انه يهدف الى اشباع حاجات العميل ، وتحقيق ملاءمة السلع او الخدمات للاسواق وضمان وصولها الى العميل المناسب في المكان المناسب وفي الوقت المناسب وبالسعر المناسب . ويعنى التسويق باختصار النظر الى المنتجات والمشاكل من جهة نظر العميل . على ان اتخاذ الموقف السليم تجاه العملاء لا يجب ان يصبح موضع اهتمام مندوبى البيع فحسب بل يجب ان يكون موضع اهتمام كل فرد ابتداء من اولئك الذين يعملون في تقصى الحقائق الاولية او بحوث السوق ، الى اولئك الذين يعملون فى المصنع ، ثم مندوبى البيع فى الخط الاول . والحقيقة ان قيام تجارة ناجحة للصادرات لا يمكن ان يتم الا بارضاء العملاء .

التجارة الدولية - الامكانيات والمشكلات

يزداد حجم التجارة العالمية - والطلب العالمى على السلع الصناعية والاستهلاكية - سنة بعد اخرى . وقد ارتفعت قيمة الصادرات العالمية من السلع المصنعة من ١٥٠٠٠ مليون جنيه استرلينى فى عام ١٩٥٨ الى ٢٢٠٠٠ مليون جنيه استرلينى فى عام ١٩٦٦ . وهناك ظاهرة صحية اخرى وهى استمرار الاتجاه نحو تحرير التجارة العالمية .

وكلما ازدادت السلع التى تقوم الدولة النامية بتصنيعها لأغراض التصدير كلما قلت احتمالات تعرض اقتصادياتها للخطر نتيجة التقلبات المفاجئة فى الاسعار العالمية لسلعها التقليدية . ومع ذلك فان التاريخ الاقتصادى لكثير من الدول يبين انه كلما زادت الصناعات التى تقيمها دولة ما كلما زاد اعتمادها على الاستيراد . والمشكلة الأخرى التى ينبغى ان تؤخذ فى الاعتبار ، هى انه كلما زاد الانتاج للتصدير كلما اتجه الطلب المحلى على سلع التصدير أيضا الى الزيادة .

(١) رئيس مجلس الادارة والمدير التنفيذى لمجموعة محركات بركنز . بطرس برج ، انجلترا.

ان الرغبة في تحقيق مستويات افضل للمعيشة هي رغبة عالمية ، تستمر دائما بغض النظر عن مدى المستوى الذي تم الوصول اليه . ومع ذلك فانه من الصعب للغاية أن تقنع رجال الصناعة الذين يتوقون الى الإنتاج لمواجهة الطلب المحلي القوي . بالنضال من أجل دخول الأسواق الخارجية . والواقع ان فتح الأسواق في الخارج ليس عملا سهلا . وتعزى احدى الصعوبات هنا الى الاعتقاد بأنه لا يجب التفكير في التصدير إلا بعد تحقيق فائض .

على انه يتعين النظر الى أن مشكلة بيع السلع المصنوعة في الخارج . وغزو الأسواق الأجنبية . باعتبارها من مشروعات التنمية طويلة الاجل ، ويجب ان تحدد الدولة الأسواق التي ستدخلها ثم تركز عليها .

واذا كان هدف الدولة في المقام الاول هو تنمية الصادرات . فينبغى عليها أن تبدأ بمقارنة الموارد المتاحة بالعرض المتوفرة في الأسواق العالمية . وينبغى أن تجرى دراسة مستفيضة لمواردها الطبيعية ثم تفحص بعد ذلك احتياجات عاملانها المنتظرين في التجارة .

وينبغى ان تحدد الدولة ما اذا كانت تلك الموارد تنم عن امكانيات للتنوع والتجهيز . وهنا يتعين ان تدرس الطريقة التي تتبعها كل من الهند وسيلان في تسويق محصولهما من الشاي في المملكة المتحدة . ليس من حيث بيعهما ببساطة في الأسواق السلعية فحسب . ولكن من حيث القيام بعملية تسويقية وترويجية شاملة للغاية تستهدف المحافظة على وتحسين مستوى استهلاك الشاي في مواجهة المشروبات المنافسة الأخرى .

واذا كان الخشب موردا طبيعيا هاما في احدى الدول النامية فينبغى عليها ان تقوم بدراسة الطريقة التي حولت بها الدول الاسكندنافية مواردها الى صناعات مزدهرة تنتج منتجات نهائية . اذ تقوم المصانع والحرفيون في هذه الدول بإنتاج أنواع ممتازة من الاثاث والقشرة الخشبية والأرضيات والحواجز . كما قاموا بإنتاج العديد من صناعات الورق والمنتجات الورقية . ومن الطبيعي ان كل أنواع الخشب يمكن ان تستخدم لإنتاج الفحم النباتي ، كما ان الخشب أصبح أساسا لفرع جديد من الصناعات الكيماوية .

قيمة بحوث السوق : حالات وامثلة تاريخية :

يقوم المثال الاول الذي نقدمه هنا لبحوث السوق على أساس عمل لجنة تخطيط غانا . وتتمتع غانا بكميات وفيرة من الأخشاب الاستوائية الصلبة التي لا تعرف بعض أنواعها في أماكن كثيرة من العالم . وقد قررت حكومة

غانا القيام بعدد من بحوث التسويق تبدا في بريطانيا (١) العظمى بهدف دراسة أسباب انخفاض المبيعات الخارجية الى حد كبير ، ولتتبين ما اذا كانت هناك اسواق لمنتجاتها من الخشب الاستوائى الصلب مثل الخشب الابلكاج وكنل الخشب والقشرة الخشبية وأرضيات الباركيه .

وقد كان جوهر المشكلة هو البحث عما اذا كانت غانا تستطيع ان تزيد ثروتها الخشبية من كل ميل مربع من الغابات ، وبذلك يمكنها زيادة ارباحها من هذا المورد . وقد كان النقل والطرق يمثلان بعض المشاكل في هذا المجال .

وتستخدم بريطانيا كميات ضخمة من الاخشاب الاستوائية الصلبة في اعمال البناء والتشييد . وفي صناعة الأثاث والقوارب وكثير من المنتجات الأخرى . وفي كثير من الاستخدامات الصناعية والمنزلية . وقد انتهت توصيات شركة بحوث السوق الى اختيار انسب انواع الاخشاب للسوق البريطانية . وقامت برسم استراتيجية تسويقية لها . وتوضح هذه الحالة ما يجب على الدولة النامية عمله اذا ما حاولت ان تباع منتجاتها في اسواق اكثر تقدما وتعقيدا . وعلى سبيل المثال . تعتبر الحملات التعليمية والترويجية ضرورية لخلق الوعي بين المستخدمين المحتملين لهذه الاخشاب ولاقتناع العملاء بان وارداتها ستصل بانتظام . وينبغي على الدولة النامية ان تشترك في المعارض وان تمارس نشاطا ايجابيا للبيع في نفس مكان المعارض .

وقد كان اهم ما اسفر عنه هذا المسح الشامل هو انه يمكن تحويل هذه الانواع من الاخشاب الى فحم نباتي وبيعها بأثمان مجزية في الأسواق العالمية . ويعتبر الفحم النباتي احد المواد الخام الهامة للصناعات الكيماوية حيث يمكن استخدامه كعامل امتصاص وعامل مزيل للالوان . كما اظهرت الدراسة ان هناك فرعا من فروع الصناعات الكيماوية - كيماويات اللدائن - يقوم على اساس الخشب . ومن المتوقع ان تصبح لهذا الفرع النامي من الصناعة نفس الأهمية الحالية لصناعة البتروكيماويات . ويكاد انتاج كيماويات اللدائن ان يعتمد بالكامل على استخلاص فضلات الكبريت الناتجة في مصانع الورق ، وتؤدي معالجة هذه الفضلات الى انتاج عدد كبير من المنتجات الكيماوية .

والحالة الثانية التي تدرس هنا هي مثال مشجع للكيفية التي تقوم بها الآن صناعة السمك في احدى الدول الاسيوية باستغلال مواردها . فحتى

(٢) قامت بها شركة بحوث السوق الصناعية المحدودة بلندن .

عام ١٩٦٠ كانت سيلان تستورد ثلاثة من كل أربعة أرطال من السمك المستهلك فيما (معلب أو مجمد أو مجفف) . ومن الواضح ان هذا الموقف قد خلق مشاكلًا في مجال النقد الأجنبي . وقد كانت الحاجة الملحة التي تقلل الاعتماد على عدد قليل من الموارد الطبيعية مثل الشاي والمطاط وجوز الهند هي التي أدت إلى اتخاذ قرار بتنمية صناعة صيد السمك . كما أدت الميكنة إلى مضاعفة كمية الصيد في خلال خمس سنوات وتحولت هذه الصناعة التي كانت مهمة إلى مصدر جديد للدخل القومي ولتحصيلات البلاد من النقد الأجنبي .

قيمة التخصص :

هناك آراء قوية تدعو في وضوح إلى اتباع مبدأ التخصص في الدول النامية ولا سيما في إنتاج عدد من البنود التي يمكن تسويقها وذلك حتى تتمكن هذه الدول من الدخول في اتفاقات للمقايضة . ولكي تستطيع العمل في الأسواق الإقليمية مثل أسواق منطقة التجارة الحرة الدول أمريكا اللاتينية LAFTA أو منظمة التعاون الإقليمي للتنمية (RCD) التي أنشأتها إيران وتركيا باكستان . وتسفر ترتيبات التسويق الإقليمية مع الدول الأخرى التي تقوم على أساس تشابه الاقتصاديات والاحتياجات الصناعية عن مزايا أكثر وعيوب أقل من محاولة المنافسة على الصعيد الدولي .

وتتطلب المنافسة في الأسواق العالمية تعبئة الموارد وخاصة من حيث توافر الفنيين المهرة ، والعمال ذوي التدريب العالي . والموارد البشرية اللازمة للصناعة التحويلية والتسويق والبحوث والتنمية . وذلك بالإضافة إلى وجود نوع من القدرة على التنافس يستغرق تحقيقه عدة سنوات . وتتضمن هذه المشاكل أيضا إيجاد وكلاء توزيع في الأسواق الرئيسية والقيام بالنشاط الترويجي . وتوفير الخدمات اللاحقة للبيع واقناع العملاء بالقدرة على التوريد المستمر مع نيات الجودة وبأسعار تنافسية .

التعاون بين الدول النامية والشركات العالمية :

كثيرا ما تدفع الحاجة إلى الوفاء باحتياجات الطلب المحلي والحاجة إلى إنتاج بدائل للواردات وإنشاء الصناعات التي تدر العملات الأجنبية بالدول النامية إلى دعوة الشركات العالمية لإقامة مشروعات مشتركة في أراضيهم . ومع ذلك فهناك عيوبًا كثيرة لهذا النظام . يتمثل أولها في مشكلة التجميع المحدود لإنتاج قليل الحجم . ويتمثل الثاني في المشاكل الخاصة بوجود

الموردين المحليين للمواد الخام والبنود الأخرى ، ومشاكل توفير المهارات الفنية والإدارية والعمال المدربين . ويتعلق ثالثها بالمشكلة الجوهرية لمخاطر الاستثمار والالتزام بالقيود المشددة التي تضعها الحكومات المحلية . ولا جدال أن كل هذه العوامل تؤدي لا محالة إلى منتجات نهائية أقل منافسة من المنتجات التي يقوم الشريك الأجنبي بانتاجها في وطنه حيث تستفيد من مزايا الإنتاج الكبير .

ويمكن أن يتخذ التعاون بين الدول النامية والشركات العالمية أشكالاً عدة ، تبدأ من الحصول على الخبرة الفنية وسر الصناعة إلى المشاركة الكاملة في المشروعات المشتركة . ولكي يكون التعاون فعالاً فإنه ينبغي أن يستمر على أساس طويل الأجل وأن يمتد إلى كافة متطلبات الإدارة وزيادة العملاء .

وتعتبر الترتيبات الخاصة بمنح التراخيص من الصور الشائعة في مجال هذا التعاون . وتكفل مثل هذه الترتيبات باستمرار مسابقة السلع المنتجة لأحداث التطورات في التصميم والمنافسة في التكاليف وفي كافة النواحي الأخرى .

وهناك حالات أخرى يتم فيها انتاج اجزاء معينة من المنتج فقط محلياً بطريقة اقتصادية طبيعية أو قد يتم الإنفاق على شراء بعض الاجزاء بأقل تكلفة في الخارج ثم يتم تجميعها في الدولة النامية . ويمكن أن يكون لهذه الطريقة مزاياها الواضحة إذا ما أدى التصنيع المحلي الكامل إلى جعل أسعار التصدير مانعة .

وعندما تدعو دولة نامية إحدى الشركات العالمية إلى الاشتراك في مشروع محلي وتوافق الشركة على ذلك من حيث المبدأ ، فإن الموضوع التالي الذي يتطلب دراسة واسعة واسعة هو نوع التنظيم المناسب لمواجهة الاحتياجات الخاصة للدولة المعنية . ومن الأهمية بمكان أن تتحدد هنا ما إذا كان المشروع الجديد سيكون فرعاً تملكه الشركة العالمية بالكامل أو سيكون على شكل شركة تضامن . وإذا كان الاختيار الثاني فما هو الأساس الذي يتم بموجبه تقسيم الاستثمارات والرقابة الإدارية ، أو ما إذا كان من الأفضل في ظل ظروف الدولة النامية الخاصة أن يعقد اتفاق محدد للترخيص المباشر .

وفضلاً عما تقدم . فإنه إذا كان من المهم للدولة النامية أن تعرف الميزات اللازم توافرها لدى الشركة العالمية التي تساهم معها في مشروع مشترك معين . مثل الأسرار التكنولوجية لديها أو خبرتها في الصناعة وممارتها التدريبية ، فإن من الواضح أن رجل الأعمال الأجنبي يتعين عليه أن

يعرف المزايا الأساسية التي يبحث عنها لدى شريكه المحلى . ومن الناحية المثلى ، فان هذا الشريك ينبغي ان تكون لديه الفطنة التجارية والتصميم على النجاح والشجاعة والاستقامة .

وعندما توافق اية حكومة على اقامة مشروع مشترك فانه يتعين عليها ان تمنح بعض الامتيازات لكل من الشريك المحلى والاجنبى . وينبغى ان تتضمن هذه الامتيازات الأساسية ما يلى :

- (ا) اعضاء الآلات المستوردة اللازمة لانشاء المصنع من الرسوم الجمركية .
- (ب) اعضاء عناصر الانتاج فى المراحل المبكرة من الرسوم الجمركية . وذلك لكى يمكن البدء فى تشغيل المصنع .
- (جـ) الحد من المصانع التى يرخص لها بانتاج منافس لانتاج المشروع الجديد .
- (د) اعضاء ضريبية .
- (هـ) امتيازات خاصة لتمويل نجارة التجزئة .

متطلبات الصناعة

الأساليب الفنية للانتاج :

من الحكمة ان يستهدف العمل فى البداية على تنمية الصادرات الى عدد محدود من الدول ، ويفضل ان تكون فى نطاق الاقاليم المتجاورة التى ترتبط الدولة المعنية معها باتفاقات تجارية من قبل أو التى قد ترتبط معها فى المستقبل . ويعتبر التركيز على عدد قليل من الدول ذا أهمية خاصة اذا كانت الدولة تهدف الى صناعة منتجات تتطلب عمليات تجميع . اذ ينخفض عبء صناعة مجموعة كبيرة متنوعة من الانماط ، ويمكن فى النهاية تحقيق وفورات الحجم عن طريق التخصص . والمكينة والآلية . ويؤدى استخدام خطوط التحويل الآلية الى تخفيض تكاليف التشغيل والتداول ولكنها تتطلب استخدام كثير من المعدات الباهظة الثمن . ومن الصعب ان نجد تبريرا لاقامة مثل هذه المصانع فى الدول النامية وخاصة فى السنوات الأولى من حياة أى مشروع صناعى جديد . ومن ثم فانه يجب ان يعنى كثيرا بتوازن مستوى ودرجة تعقيد الآلات والمعدات المساعدة مع الاحتياجات الخاصة باقتصاد الدولة المعنية والامكانيات الحقيقية لكل من السوق المحلى والخارجى .

ولخفض تكاليف الوحدة ، يمكن زيادة حجم الانتاج بالوسائل الآتية : -

- (ا) التخصص الذي يتطلب توسيع دائرة التعاون بين المنتجين في نطاق دولة واحدة وفيما بين الدول المتجاورة .
- (ب) تنميط انواع المنتجات واجزائها كلما امكن ذلك .
- (ج) التخلص من المنتجين الحديين .

وإذا كانت الصناعة في دولة ما تركز على مواجهة الطلب المحلي والتصدير الى الأسواق الإقليمية التي تشابه احتياجاتها بصفة عامة أكثر من أن تستهدف التصدير الى الأسواق المتقدمة التي تشابه فيها الأمور . فإن المشاكل التي تتعرض لها في البداية تقل من ناحية ضرورة مساندة أحدث الأساليب الفنية والتكنولوجية . ومع ذلك فإنه لا ينبغي التقليل من شأن مشكلة التكيف مع التغيرات التكنولوجية . إذ ينبغي عند إقامة المصانع . أن يتم تركيب أحدث المعدات في نطاق الحدود المعقولة . وللأسف فإن هذه المعدات لا تظل بصفة دائمة هي الأحدث لفترة طويلة .

وبتنوع الأسواق وزيادة المبيعات إليها . يصبح من الضروري تخصيص الاستثمارات اللازمة للبحوث وبرامج التطوير لضمان التحسين المستمر في تصميم المنتجات وفي الأساليب الفنية للانتاج . ويؤدي الاخفاق في هذا الاتجاه الى قتل أي أمل في القدرة على المنافسة في الأسواق الخارجية وبالتالي في تحقيق حجم الانتاج اللازم لخفض تكاليف الوحدة .

ويسهل في المراحل المبكرة لاي اقتصاد نامي القيام بانتاج السلع التي تتطلب القليل من الآلات والمعدات . ومن ثم ينبغي التركيز على عمليات التجميع والتشطيب أكثر من الاتجاه الى انتاج السلع التي تذهب نسبة كبيرة من قيمتها الى اعمال الطارق او تصنيع الأجزاء التي تتطلب استخدام معدات ميكانيكية وآلية .

رقابة الجودة وتصميم المنتجات :

هناك اعتباران غاية في الأهمية فيما يتعلق بالانتاج للتصدير هما رقابة الجودة وتصميم المنتجات . ويتطلب انتاج المكونات أو الأجزاء النمطية ، بغض النظر عن الحجم ، أقصى درجة من المطابقة والتماثل في مواصفات المواد ، وفي نسبة تجاوز الصناعية المسموح بها . وتستدعي هذه المتطلبات وجود

كفاءات هندسية وادارية عالية حتى يمكن تحقيق النوعية السليمة بالاضافة الى الثقة في الانتاج . وهذا يعنى انه يتحتم تخطيط وتوفير المهارات الاستثنائية وواجه الرقابة النوعية ومراجعة وتقييم الجودة في الصناعات التى يعتمد عليها في التصدير .

وكثيرا ما تكون العلاقة الرئيسية لرجل الصناعة بالمورد في الدول النامية على عكس الوضع السائد في الدول الصناعية تماما ، حيث يعتمد رجل الصناعة على الخبرة الفنية للمورد حتى في تصميم المكونات والأجزاء . اما في الدول النامية فكثيرا ما يكون المنتج مسؤولا عن تطوير صناعة المورد . وهذا ما يجب ان يؤخذ في الاعتبار عند التخطيط لادخال أحد المنتجات الصناعية الجديدة . وفوق ذلك فانه من المهم للغاية الوصول الى المحافظة على مستوى الجودة في انتاج المواد الأساسية اللازمة لرجال الصناعة الذين يقومون بصناعة البنود الوسيطة وتجميع منتجاتها النهائية .

ويعتبر توافر مستوى عال من الثقة مطلبا أساسيا للتجارة في الأسواق الدولية اذا كان المصدر يستهدف تحقيق نمو كبير .

واذا ما تمت ترتيبات الترخيص مع أحد المنتجين الأجانب القادرين على تقديم المهارات المتخصصة والتكنولوجيا الحديثة باستمرار ، فانه ينبغى على هذا المنتج ان يلعب دورا هاما في المساعدة على تطوير المستويات والمواسفات التنافسية وفي وضع لوائح رقابة الجودة لضمان الحفاظ عليها . ومع ذلك فان النجاح النهائى يعتمد بدرجة كبيرة على سلوك الادارة المحلية .

نظم اعداد تقارير متابعة الثقة والرقابة :

اذا تمكنت اية دولة نامية من اكتساب أسواق لصادراتها فمن الواضح انها ترغب بعد ذلك في المحافظة عليها . ولذلك فان من المهم للغاية وضع النظم التى تكفل اعداد تقارير الثقة والرقابة وذلك لكشف ما قد يوجد من عيوب في المنتجات المصنعة . وينبغى ان يقيس نظام التقارير مدى الثقة في المنتج المصدر وان يحذر المنتج عندما يتبين ان الثقة في انتاجه لن تستمر طويلا . ويجب على الموزع الأجنبى . أو الادارة المختصة لديه . ان يخطر رجل الصناعة بالعيوب دون تاخير وبالطريقة السليمة . ويؤدى هذا النظام الى تمكين رجل الصناعة من تقصى سبب اى عيب واتخاذ الاجراء العلاجى فورا .

ومهما قيل فإنه لا يمكن تقدير أهميه المحافظة على وجود انصالات وثيقة وفعالة لمراقبة مستوى الجودة بين المنتج والمستهلك النهائي ، اذ ان الثقة في المنتجات هي التي تحدد قبول المستهلك السلعة في الأجل الطويل .

وعلى اساس خبرة الموزعين وهيئة العاملين في السوق يمكن اجراء الدراسة اللازمة للكشف عن مجالات تحسين المنتجات . والتي توضح في نفس الوقت تاثر التكاليف والأرباح بأى تغييرات في المواصفات يتضمنها التحسين . ويتم اختبار فعالية أى تغيير في المواصفات او التصميم الناشئ عن الخبرة الميدانية بتفصيل دقيق وذلك عن طريق استخدام المضلعات التكرارية (الرسوم البيانية) التي قد تتضمن عنصر الزمن اذا ما اقتضى الامر ذلك .

ومن الواضح انه يمكن استحداث نظام وفقا لهذه الخطوط لمواجهة أى حجم من الإنتاج . واذا كان حجم الإنتاج كبيرا وتوافر لدى المنتج الحاسبات الالكترونية . فإنه يمكن وضع البرامج اللازمة لكي تقوم تلك الحاسبات بتحليل تجربة الإنتاج في ظل مجموعة من الظروف المعينة . وبذلك يتم تحويل الخبرة الميدانية مباشرة الى المستويات التي تلقى قبولا من العميل .

ويمكن تصوير المشاكل التي تعترض الوفاء باحتياجات الطلب المحلى والخارجى المتزايد باجراء دراسة خاصة عن مساهمة شركة محركات بركنز البريطانية **British Perkins Engines** في مشروع مشترك في المكسيك .

دراسة تطبيقية لمشروع مشترك في المكسيك :

كانت المكسيك ولا تزال سوقا تقليديا لمحركات بركنز . وقد ظلت المكسيك لعدة سنوات طويلة تستورد محركات بركنز ، حيث يتم تركيبها في سيارات النقل والجرارات او في المعدات الصناعية . كما صدرت الشركة اليها كثيرا من المحركات المفككة لاستخدامها في سيارات النقل او الجرارات المستعملة وفي المضخات ومعدات التوليد الخاصة بانتاج القوى المحركة .

ومع قيام كثير من المشروعات المحلية لصناعة السيارات والآلات الزراعية المختلفة التي شجعتها الحكومة المكسيكية فقد كان من الواضح انه في مرحلة معينة سيكون هناك نمرة طلب على المحركات التي تنتج محليا . وقد ابدت الشركة منذ بداية عام ١٩٦٠ اهتماما خاصا بإمكانية انتاج المحركات محليا ، وقامت باتصالات مستمرة مع الإدارة الحكومية المختصة بذلك .

ولقد كانت السياسة التي تتبعها بركنز ، وهي التي تقوم بصناعة اجزاء المحركات . عندما تشترك في اقامة مصانع في الخارج ، ان تعمل في استقلال تام بعيدا عن عملائها الذين يستخدمون منتجاتها تامة الصنع بحيث تترك الحرية للمصنع في بيع المحركات لكل من يستخدمها دون اية قيود لا مبرر لها .

وقد حاولت الشركة جاعدة لتحقيق هذا الهدف في المكسيك الا انها لم تتمكن من الوصول الى شركاء ذوي نفوذ كاف او لديهم الحماس الكافي والاستقلال عنها في نفس الوقت . كما كان هناك صعوبة اخرى بالنسبة للمكسيك اذ ان الحكومة كانت تمتلك فعلا مصنعا لانتاج سيارات النقل والمحركات . ومع ذلك فلم يكن هذا المصنع قادرا على توفير المجموعات الكاملة من المحركات التي يطلبها السوق . وكانت المشكلة الاخرى في ذلك الوقت هي انخفاض حجم الطلب الذي يرر انشاء مصنع . وكان من الواضح انه مهما كان تخطيط شركة بركنز فانه ينبغي ان يقوم على اساس الامكانيات المستقبلية وليس على اساس الطلب الحالي .

وقد قامت الشركة بحث الحكومة المكسيكية على ان تصدر قرارا بالشروط التي تقبل على اساسها المقترحات الخاصة بصناعة المحركات ، وفي ٢٥ نوفمبر ١٩٦٤ اصدرت وزارة الصناعة والتجارة هذا القرار . وعندئذ قررت الشركة ان تتعاون مع احدي المنشآت الصناعية (كريزلر) التي كانت تستخدم محركات بركنز في سيارات النقل منذ عدة سنوات .

وقدمت الشركة بالتعاون مع شركائها المحليين الى وزارة الصناعة اطارا عاما لمشروع شمل النقاط التالية :

- (ا) انواع المحركات المقترح انتاجها واستخداماتها .
 - (ب) العملاء الحاليين والمحتملين .
 - (ج) موقع المصنع ، ومساحته ، والتفاصيل الخاصة بمنشآته . . . الخ .
 - (د) مراحل برنامج الصناعة او تدابير الحصول على عناصر الانتاج .
- وبعد حوالي ٩ شهور تسلمت الشركة ترخيصا بالضى في المشروع . وقد ضغطت وزارة الصناعة بقوة خلال المفاوضات لتحقيق تقدم سريع في تصنيع المحركات محليا .

وقد نص الترخيص النهائي على ان تنقسم اسهم الشركة الجديدة الى مجموعتين :

(أ) أن يكون ٦٧ ٪ على الأقل من الأسهم مملوكا باستمرار للمستثمرين المكسيكيين .

(ب) أن يكون ٣٣ ٪ على الأكثر من الأسهم مملوكا لمستثمرين اجانب او مكسيكيين . وقد اصرت الحكومة على ان يتولى المكسيكيون الادارة في كل الصناعات الجديدة .

وقد كان هناك شرط آخر هو ان يتم صناعة ٦٠ ٪ من المحرك في المكسيك خلال سنتين ونصف . كما كان هناك عددا من الشروط الاخرى التي يستلزم الامر استيفاءها قبل تكوين الشركة المكسيكية الجديدة : موتورز بركنز ش . م . م .
Motores Perkins S.A.

وقد ساهمت شركة محركات بركنز بواقع ١٨ ٪ من اسهم المجموعة «ب» بينما ساهم الجانب المحلي بال ٨٢ ٪ الباقية من الاسهم . ولما كانت نسبة ال ٣٣ ٪ التي سمحت بها الحكومة لا تعطى اية حقوق خاصة ، فقد وجد انه من الافضل تخفيض حصة الشركة الام الى رقم اسنى .

وقد أبرمت شركة محركات بركنز مع الشركة المكسيكية اتفاقا للمعونة الفنية يغطي النقط التالية :

(أ) مواصفات المحركات .

(ب) المعلومات التي تمد بها الشركة المكسيكية .

(ج) توفير الافراد اللازمين لبدء التشغيل والتدريب .

(د) اتاحة فرص التدريب في مدينة بطرس برج Peterborough بانجلترا .

(هـ) حقوق بيع المحركات المنتجة .

(و) تصدير المحركات .

(ز) مدة الاتفاق .

(ح) الاتعاب التي تحصل عليها شركة بركنز .

(ط) الشروط الخاصة بالعلامات التجارية والبراءات والتوقف عن السداد ... الخ .

كما أبرمت ايضا اتفاق يغطي الشروط التي تقوم الشركة بموجبها بتوريد مكونات الانتاج . واتفاقا آخر بشأن العلامات التجارية يغطي اسم الشركة وشعارها المسجلين في المكسيك .

وتتمثل مسؤوليات شركة بركنز بصفة عامة في توفير :

- (أ) الرسومات والمواصفات . الخ الخاصة بالمحركات .
- (ب) تفاصيل الإنتاج . وتفاصيل التخطيط والتجهيز ، والرسومات والمعاومات الأخرى عن الاجزاء الموجهة والمثبتة والنماذج . والاصباغ .
- (ج) المعلومات الخاصة باجزاء الاختبارات .
- (د) التخطيط الهندسى للمصنع ومتطلبات البناء .
- (هـ) المساعدة في اختبار المكونات المصنوعة محليا .
- (و) تدريب الأفراد .

وقد وجدت شركة محركات بركنز ان كثيرا من الصعوبات المعتادة عند اقامة مصنع جديد في الخارج قد تم التغلب عليها لان الشركة المكسيكية قامت على اسس سليمة بالاضافة الى ما تتمتع به من نفوذ في المكسيك . كما كان لهذه الشركة المحلية خبرتها في تدريب الموظفين المحليين بحيث تمكنت الشركة الام من ان تركز على توفير التدريب المتخصص على محركات بركنز وعلى الاساليب الفنية للانتاج .

وقد وجد بعد قليل من التدريب ان عددا من الموظفين قد ترك العمل بسبب رغبة الكثير منهم في اقامة ورشة او جراج خاص ، ومع ذلك فقد عاد بعض اولئك الافراد الى الشركة فيما بعد .

وكانت احدى المشاكل التي تطلبت تعاوننا مبكرا على المستوى الرسمى هي مواجهة طلبات المكسيك الخاصة بتراخيص الاستيراد . وكان على الشركة الام في النهاية ان تعدل اجراءاتها الخاصة لتنفيذ الصفقات .

ومن اهم الفوائد التي تعود على اية دولة تشجع اقامة المشروعات المشتركة للصناعة التحويلية هي تلك القوة الدافعة الحقيقية التي تعطيها هذه المشروعات للصناعات الثانوية الجديدة والموجودة من قبل . وعندما رخص لشركة بركنز بعمل المحركات كان ذلك بمثابة قوة دافعة لعدد من فروع صناعة اجزاء المحركات .

وثمة صعوبة تواجه كثيرا من عمليات التنمية تتمثل في اخفاق الموردين في مراعاة مستويات الجودة في عمليات الانتاج وفقا لشكل العينة . وهناك كثير من الموردين لديهم القدرة على انتاج مكونات جيدة بكميات محدودة جدا ولكن هذا لا يعنى بالضرورة امكان الاعتماد عليها ، سواء من ناحية الجودة او مواعيد التوريد وذلك عندما يتطلب الامر الوفاء ببرنامج اسبوعى

أو شهرى . ويرتبط موضوع تطوير عمليات الموردين بموضوع أسعار المكونات . وقد أوضحت التجربة أنه حينما يكون هناك عمل جديد ، فإن المورد قد لا يمكنه أن يدرك تماما التعقيدات أو المميزات الخاصة لبند معين من المكونات . وفي هذه الظروف فإن عطاءه الابتدائي قد يكون دليلا ضعيفا لسعره النهائي . ولا جدال في أن الموردين يسرقون في التفاؤل فيما يتعلق بقدرتهم على تحقيق أهداف خفض التكاليف .

وقد أظهرت تجربة شركة بركنر أن عملية تجميع وصناعة المحرك محليا تؤدي إلى زيادة سعر المنتج عن السعر الذي كان يدفعه المستهلك لنظيره المستورد . وهذا أمر لا بد منه بسبب صغر حجم عمليات الإنتاج في المصنع المحلي ، إلا أن الحكومات تعطي دائما أولوية لتشغيل العمال المحليين ولذلك فهي ترحب بقبول وتحمل الزيادة الناشئة في التكاليف .

إرضاء المستهلك النهائي :

لا يكون الانتاج ذا قيمة حقيقية إلا إذا تم تخطيطه وتنفيذه كجزء من عملية تسويق أكثر اتساعا . وتبدأ هذه العملية بمعرفة رغبات واحتياجات العملاء ، ثم توفير المنتجات المطلوبة لهم بالسعر المناسب وبالقيمة المناسبة وفي الوقت المناسب . على أن نواحي الانتاج الأخرى ، مثل التطوير والتصميم ورقابة الجودة وتنميط الانتاج ، أن يصبح لها قيمتها أو أهميتها إلا بعد أن يتم دراسة هذه الاحتياجات والرغبات .

الحزم والتغليف

يمثل الحزم جانبا هيويا في عمليات التسويق الخارجى ، ولو أنه أقل أهمية من الوجهة الفنية . وهنا يلزم الإشارة إلى اعتبارين منفصلين هما احتياجات التداول المادى للسلعة وحماية كل الكمية لشحنها ، وهذا ما يعرف فنيا باسم « الحزم » ، ثم اللف المستخدم للحماية وبمباراة أخرى لترويج المنتج لدى ربة البيت أو غيرها من المشترين المنتظرين ، وهذا يعرف عادة باسم « التغليف » .

الحزم الشحن :

يتعين توفير الحماية الكافية للسلع المعدة للتصدير ويعتمد شكل الحماية على عدة عوامل منها الفترة التي يستغرقها النقل ، أو طريقة الشحن سواء كانت بحرا (وفي هذه الحالة يكون للمسافة التي تقطعها السلع قدرا من الأهمية) أو جوا (وهو عامل يؤثر على الوزن أكثر من تأثيره على متانة المواد

المستخدمة في الحزم) . وينبغي ان يتلاءم الحزم مع الوسائل الفنية لنقل المواد في السفن او الموانى او في داخل البلاد .

وعلى سبيل المثال ، بدأ عدد كبير من الشركات في أوروبا في استخدام نظام النقل المعروف باسم « وحدة الحمولة » الذي يتطلب معدات ميكانيكية خاصة للنقل من وسيلة نقل الى أخرى . وبهذا توقفت عمليات المناولة اليدوية .

وهنا تجدر دراسة الآثار الناجمة عن هذا النظام . فالاشكال التقليدية المتينة للحزم مثل الصناديق الخشبية الكبيرة اصبح من الممكن استبدالها باضطراد بالصناديق الكرتون ، والياف الزجاج المقوى (وهو يعادل نصف وزن الخشب) ، والخشب الابلجاج القابل للطي ومواد اخرى جديدة مثل البلاستيك الاسفنجى . ويؤدى استخدام انواع الحزم الجديدة الأقل وزنا والأقل تعقيدا الى وفورات كبيرة في المساحات المستخدمة في عتابر السفن ، ويسمح بشحن كميات أكبر ، ويوفر الوقت في عمليات المناولة .

وعلى ذلك فان الدراسة الواعية لوسائل الحزم ، وحتى المواد الخام المناسبة التى يمكن استخلاصها من الموارد المحلية في الدولة يمكن ان تكون على جانب كبير من الأهمية . على أن الفحص الدقيق للصناديق واحجامها ومتانتها وتقرير ما اذا كان من الاجدى عمليا استخدام مواد أكثر رخصا واخف وزنا بدلا من المواد التقليدية ينبغي ان يصبح جزءا هاما من اجراءات تقدير كلفة التصدير .

والواقع ، أن جزءا كبيرا من هذا الجانب المادى للتصدير سوف يعتمد في المستقبل على مدى استخدام وسائل المناولة الميكانيكية الحديثة في موانى وسفن الدولة ، وموانى وسفن الدول الأخرى التى تتبادل معها التجارة . وحيث يجرى العمل بهذه الوسائل فعلا على نطاق واسع ، فان استخدام المنصات الناقلة التى تصاحبها يزداد معها عدم الحاجة الى حزم كل السلع معا ، وعلى اية حال فان المساعدات الأساسية تلزم فقط لضمان المناولة الآمنة . فقد اكتشف الاسكندنافيون مثلا انه عند شحن لفائف الورق الثقيلة - التى يمكن ان تصل تالفة بسهولة بعد شبكها في الشوكة الرافعة للناقلة - أن الحل هو استخدام لوحات خشبية تلصق في قاعدة اللفة .

أما بالنسبة للآلات والمعدات الدقيقة ، والتي تتطلب عادة نوعا من الحزم المتين ، فيجرى الآن انتاج نوع من اليورثين الاسفنجى الصلب ليحل محل الصناديق الخشبية أو لاستخدامه كبطانة داخلية لها . وهناك كثير من المواد

الخفيفة التي يمكن الحصول عليها الآن لحزم منتجات الالبان والفواكه والخضروات الطازجة حيث تحزم على منصات خشبية في المصانع او المزارع ثم تنقل هذه المنصات الى الموانى ويتم تحميلها آليا على ظهر السفن وفي عنابرها . ومن ثم يصبح من الممكن شحن حمولات كبيرة وتفريغها بالمثل في ميناء الوصول .

تغليف السلع الاستهلاكية :

يلقى تغليف السلع الاستهلاكية اهمية كبيرة عندما يجرى انتاجها للتصدير . ويتعين ان يتكيف التغليف مع سرعات خط الانتاج . كما يجب ان يحمى المنتجات ويساهم في ترويجها ايضا . على ان الغلاف السئ التصميم ينسبء العميل بأن رجل الصناعة لا يبذل قدرا كافيا من الاهتمام والعناية ويمكن للعميل بسهولة ان يربط هذا الاتجاه بالمنتج ذاته . وثمة نقطة اخرى يلزم دراستها وهى المدى التى تذهب اليه الدول فى وضع قواعد الأوصاف والمحتويات والوزن ومن الواضح انه يجب على المصدر ان يضع مثل هذه القواعد فى اعتباره .

التكيف مع سرعات خط الانتاج :

من الواضح ان تصميم الغلاف يجب ان يتكيف مع الآلات المتاحة . على ان نوع الغلاف السئ مهما كان جذابا . يمكن ان يسبب بطئا فى الانتاج وهناك ايضا مسألة الشكل من حيث التعبئة أو الحزم وعمليات المناولة التالية خلال عمليات التوزيع فى الخارج .

القيمة الترويجية للتغليف :

استقر الآن فى كثير من الدول نظام البيع بالتجزئة عن طريق خدمة الفرد لنفسه . ومن ثم يتعين ان تنافس السلعة المظفة على الرف فى تصميمها كثيرا من المنتجات الأخرى المماثلة ، والتي تشكل كلها بحرا من الألوان امام المشتري .

وهناك قليل من الدول التى تقدمت فى مجال تصميم الغلاف وارضاء الأزواق مثل الولايات المتحدة والمملكة المتحدة وبعض الدول الأوروبية الأخرى حيث تجرى أبحاث كثيرة فى عدة مجالات مثل التصميم والشكل واللون . وتتضمن الجوانب المعتادة والتي ينبغى ان تأخذها الدولة النامية فى الاعتبار اذا كانت تهدف الى بيع منتجاتها فى أسواق متقدمة ما يلى :

(١) **الملاءمة :** هل الغلاف ملائم ؟ هل يحتوى كمية كافية من المنتج دون ان يكون ضخما أو ثقيلًا ؟

(ب) **الأمان** : هل يبعث الغلاف احساسا بالثقة في المنتج ؟

(ج) **القابلية للتكيف** : هل حجم السلعة المغلفة ملائم من ناحية احتياجات التخزين بعد شرائها ؟ مثلا : هل يتلاءم حجم قطعة اللحم المجمد أو الخضروات المجمدة بسهولة مع حجم المبرد بالثلاجة الكهربائية ؟

(د) **الإغراء الجمالي** : هل يحدث الغلاف سرورا للناظر ويخلق تأثيرا بلونه وتصميمه وبدلالته الحقيقية عن محتوياته ؟

ويقوم كثير من رجال الصناعة - الأجانب والمحليين - الذين يبيعون عن طريق « السوبر ماركت » بتكوين مجموعة كاملة من المنتجات مستخدمين شعارا تجاريا موحدا . وهذا أمر له أهميته من ناحية تيسير التعرف على المنتجات والثقة في المنتجات الجديدة التي تضاف الى المجموعة .

وقد حدث تطور آخر في السنوات الأخيرة يتمثل في العودة الى ما يمكن تسميته بالماركات التجارية الخاصة بتاجر التجزئة « أو ماركات المحل » وتكمن أهمية هذا التطور في أن المؤسسات الضخمة لتجارة التجزئة يمكنها أن تقوم بشراء كميات كبيرة من المواد الغذائية اللازمة من الدول المنتجة ، التي تقوم من جانبها بتغليف هذه المنتجات ووضع العلامات عليها طبقا لمواصفات تجار التجزئة وبالأسماء التجارية الخاصة بهم .

ومن الواضح أن لمثل هذا الوضع مزاياه . إذ أن مصانع الدول المنتجة تستفيد من أحدث الأساليب الفنية للتجهيز التي يطلبها هؤلاء المستهلكون الكبار كما تعرف أيضا أحدث متطلبات التغليف ووضع العلامات .

وفي نفس الوقت يمكن لهذه المصانع أن تتوقع كثيرا من أوامر التوريد الضخمة والمستمرة إذا هي أوفت بالطلبات المعقولة لعملائها من تجار التجزئة وإذا استطاعت ضمان استمرار التوريد بانتظام وعلى نطاق واسع .

ولعدد من دول أوروبا الشرقية هذا النوع من العلاقات التجارية مع تجار التجزئة في المملكة المتحدة ، ومع أن مستويات التجهيز في هذه الدول كانت عالية نسبيا على الدوام فقد تعلمت الكثير في مجال التغليف ووضع العلامات أثناء محاولاتها الوفاء بالانماط المطاوعة .

ومن التطورات المثيرة الأخرى في الدول الغربية هو أنه في عصر تزداد فيه ملكية السيارات ويزداد استخدامها في شراء سلع الاستهلاك ، فإن هناك اتجاها متزايدا للشراء بكميات كبيرة مثل شراء صندوق من الكرتون يحتوى على ٢٤ أو ٤٨ علبة من البقول المطبوخة ، أو الفواكه أو اللحوم أو السمك .

وهذا يعنى انه يجب أن يتوافر في الغلاف الخارجى للسندوق بعضا من خصائص الغلاف الواقى بالانضافة الى جاذبية العرض للوحدة المنفردة . وينطبق هذا المبدأ بنفس الدرجة على الأدوات المنزلية ، والملابس ، وكافة السلع الأخرى التى تباع بكميات كبيرة .

النشرات التفسيرية والتعليمات ومطبوعات ترويج المبيعات :

وللتصميم الجيد للمطبوعات أهميته أيضا . وتعتبر الكتيبات الفنية للمبيعات او النشرات الخاصة بالارشادات التى توضع مع السلعة وسائل ترويجية قيمة وينبغى ان يتم اعدادها دائما بواسطة متخصصين وبالطبع بلغة الدولة التى تصدر اليها المنتجات .

وينبغى أن تغطى المعلومات الموجهة الى المستهلك ما يلى :

- (أ) التعريف بالمنتج والغرض الذى يؤديه .
- (ب) النماذج أو الأنواع والتشكيلات أو الألوان الأخرى المتاحة .
- (ج) كيف وأين يمكن استخدام كل منها .
- (د) الخصائص الطبيعية و / او الكيماوية .
- (هـ) طرق التركيب والاستخدام .
- (و) الصيانة المطلوبة (اذا ما كان ذلك ممكنا) .
- (ز) التكاليف ومواعيد التوريد (فى حالة السلع الفنية) .
- (ح) النقط التى يتميز بها المنتج عن المنتجات المنافسة .
- (ط) النقاط الأخرى التى تتطلبها قوانين الدولة المعنية .
- (ى) الوزن والحجم والمقاييس ، حسب كل حالة .

على أن المطبوعات والكتيبات الفنية سيئة التصميم وسيئة الطباعة يمكنها أن تدمر سمعة المنتجين والدولة معا . ومن المهم فى هذا الصدد أن نتذكر أن بعض التصميمات والألوان لها دلالات معينة بالنسبة لبعض البلاد وينبغى تجنبها . ففي الصين على سبيل المثال نجد أن اللونين الأزرق والأبيض هما علامة الحزن بينما نجد فى سويسرا أن البومة تمثل نذير الموت .

وينتشر الآن فى كافة أرجاء العالم أسلوب الشراء عن طريق التأثير الحسى . وهذا يعنى تزايد بيع السلع الاستهلاكية بمجرد النظر . ومن ثم فإنه ينبغى أن يكون تغليف السلع المصدرة من اية دولة نامية مماثلا لافضل المستويات .

التعاون للبيع في الخارج

من مفاتيح النجاح في التسويق الخارجى - فى الوقت الحاضر - الحفاظ على الاتصال الوثيق بكل مستهلك . وقديرى فى البداية ان تكاليف ايفاد المديرين ومندوبى البيع الى الخارج بأهظة . وهو ما قد يعوق كثيرا كفاية المبيعات . وبالنسبة للمنشآت الصغيرة قد يكون هناك حجة قوية تدفعها الى التعاون مع الآخرين ليس فقط فى مجال ارسال وفود التسويق فى الخارج ولكن فى القيسام ببحوث السوق والبحث عن الوكلاء او الموزعين المناسبين وترويج المنتجات ايضا . ويوجد فى اوروبا عدة مجموعات للتصدير ناجحة جدا تنقسم تكاليف الادارة والتسويق والبيع وتستفيد من اسعار الشحن المقررة للصفقات الضخمة .

وهناك اتجاه آخر حقق بعض النجاح فى الدول الغربية وهو ما يمكن ان يطلق عليه طريقة « الظهر والكتفين » للتعاون . وتعتمد هذه الطريقة فى نجاحها على المعونة التى يمكن ان تقدمها المؤسسات الصناعية الكبرى ذات الخبرة الواسعة الى المصانع الصغيرة . ويمكن حث بعض المؤسسات الكبرى فى الدول النامية لمساعدة المؤسسات الأصغر التى تفتقر الى الخبرة والمعرفة بالاسواق الاجنبية والاتصالات الخارجية .

خاتمة

ليست هناك معادلة سحرية وحيدة للتسويق الخارجى . اذ يجب ان يعتمد ذلك على التخطيط طويل الاجل . ومن ثم فانه يتحتم على اية دولة ترغب فى الدخول الى معترك التجارة الدولية المتشعب الا تفكر على اساس بيع ما يفيض لديها من حين لآخر فى الاسواق الخارجية او ان تصدر ببساطة السلع التى لا يمكن بيعها فى الداخل . بل يتعين عليها ان تدرس مشكلة التوسع فى التجارة الخارجية عن طريق دراسة مواردها الطبيعية واستخداماتها الممكنة . كما يلزم ايضا دراسة الاسواق التى تعتبرها الدولة اكثر ملائمة للاتجار معها مع موازنة الموارد وفقا للاحتياجات . ومن المؤكد ان السلسلة التى تلقى رواجاً فى السوق المحلى تحتاج الى شىء من التعديل والتكييف قبل تصديرها .

ومن الأفضل الاتجاه الى التخصص في انتاج وتسويق أنواع معينة من السلع أو أجزاء محددة منها لا تقوم دول أخرى كثيرة بتصنيعها .

وقد تؤدي المشروعات المشتركة مع الشركات الدولية ذات الخبرة الواسعة الى تمكين الشركة المحلية من الحصول على التكنولوجيا بطريقة أسرع كثيرا مما لو كانت تعمل بمفردها . وهذه طريقة لتوفير الوقت ولضمان الاستمرار في تطبيق الأساليب الفنية والمعرفة بأسرار الصناعة الحديثة .

١٠ - اختيار الصناعات الموجهة للتصدير وتشجيعها

بقلم : ج.ج. وانش (١) J.J. Walsh

ينبع اهتمام ايرلندة في الوقت الحاضر بتشجيع الصادرات والصناعات الموجهة للتصدير ، في جانب منه على الأقل . من التطور التاريخي للدولة ومن هيكلها الإقتصادي الخاص . فقد حصلت ايرلندة على استقلالها سنة ١٩٢٢ حيث كان اقتصادها في ذلك الوقت زراعيا الى حد كبير . وكان يحدث احيانا في ظل الحكم البريطاني ضغط قوى لعدم تشجيع التنمية الصناعية الايرلندية ، واصبح من المتفق عليه انه ينبغي على ايرلندة ان تعتمد على بريطانيا العظمى في الحصول على اغلب السلع المصنعة مقابل الصادرات الزراعية الايرلندية . وفي العشرينات كان ١٢٪ فقط من قوة العمل يشتغلون في الصناعة مقابل حوالي ٥٪ في الزراعة . ومنذ منتصف القرن التاسع عشر قللت موجات الهجرة الواسعة من سكان ايرلندة . وظلت هذه الظاهرة تمثل واحدة من اكبر مشاكل الدولة التي حصلت على استقلالها حديثا .

ولكسر التبعية الاقتصادية لبريطانيا وتوفير مزيد من فرص التوظيف والارتفاع بمستويات الدخل ادرك الايرلنديون ان الامر يحتاج الى تنمية صناعية ضخمة . وكانت الاجراءات الرئيسية التي طبقت في العشرينات والثلاثينات لتشجيع التنمية الصناعية تتمثل في نظام التعريفات والحصص . ولم يكن هناك تفكير في هذه المرحلة بوجود تصدير السلع الصناعية . بل اتجه هدف السياسة الصناعية بالكامل الى انتاج بدائل للواردات ، ووضعت القيود على الملكية الاجنبية في الصناعة . وربما كان هناك سببان اساسيان لاختيار الحماية بوصفها العنصر الرئيسي في سياسة التنمية الصناعية . اولها انخفاض مستوى التصنيع في ايرلندة وقربها من اكبر دولة متقدمة صناعيا في العالم مما جعل من المستحيل اقامة الصناعات الجديدة بوسائل اخرى . وثانيهما الموقف الاقتصادي العالمي خلال سنوات الكساد في الثلاثينات وما ادى اليه من عدم تشجيع اي اتجاه لتحرير التجارة او التوسع الصناعي وعلى خلاف تجربة الدول الاكثر تقدما فان سياسة الحماية الايرلندية قد عزلتها تماما عن الكساد الدولي . فزاد حجم التوظيف والانتاج في صناعة التحويلية بدرجة ملموسة في حين هبطت الواردات من السلع المصنوعة . وما ان حل عام ١٩٣٦ حتى كان اكثر من ١٥٪ من القوة العاملة تشتغل بقطاع الصناعة ثم ارتفعت هذه النسبة الى ١٧٦٪ في عام ١٩٤٦ في حين هبطت نسبة المشتغلين بالزراعة الى ٤٣٦٪ .

(١) رئيس مجلس ادارة هيئة التنمية الصناعية الايرلندية - دبلن (ايرلندا) .

وقد ظلت الحماية تمثل دعامة جوهرية في السياسة الاقتصادية لآيرلنده خلال الأربعينات والخمسينات ، حيث كانت التعريفة الجمركية الآيرلندية تمثل واحدة من أعلى الرسوم الجمركية في العالم . وكان التصنيع حتى عام ١٩٥٨ لا يزال موجهًا في معظمه إلى توفير احتياجات السوق المحلي . غير أن السوق ، في دولة يقل إجمالي عدد السكان فيها عن ثلاثة ملايين نسمة ، يعتبر ضيقًا للغاية بحيث لا يستطيع أن يستوعب الصناعات الكبيرة . وعلى ذلك فقد كانت غالبية المصانع صغيرة ومننوعة للغاية وتنخفض فيها مستويات الإنتاجية بصفة عامة . وعلى الرغم من أن القطاع الصناعي قد نما باطراد منذ العمل بسياسة الحماية فإنه لم ينجح في توفير الوظائف الكافية لامتناس فائض العمالة الزراعية الناجمة عن زيادة الكفاية الإنتاجية . وكانت الدخول الزراعية منخفضة ومعدلات البطالة والهجرة لا تزال عالية . ويمكن تلخيص الموقف من واقع المسح الاقتصادي الذي أجرته الحكومة في عام ١٩٥٨ على النحو التالي : -

« لم تسفر السياسات التي اتبعت حتى الآن عن قيام اقتصاد قابل للنمو على الرغم من أنها كانت جهدًا صادقًا . وعلى الرغم مما يتوافر لدينا من مصادر القوى وتسهيلات النقل والخدمات العامة والمساكن والمستشفيات ومرافق الهياكل الأساسية العامة وعلى مستوى معقول بالنسبة لمثلها السائدة في دول أوروبا الغربية ، فإن معدلات الهجرة والبطالة العالية لا تزال قائمة » .

وعندئذ ثبت بالتمام أن الحل الأساسي للمشاكل الاقتصادية في آيرلنده يكمن في تصدير السلع المصنعة . كما أنه لا يمكن توفير فرص العمالة الكافية للقوة العاملة في آيرلنده ورفع متوسط الدخل الفردي إلى المستوى المناسب لمثله في بريطانيا العظمى إلا بقيام قطاع صناعي ضخم . ولما كانت السوق المحلية للمنتجات الصناعية ضيقة فقد كان من الضروري التوسع إلى حد كبير في تصدير المنتجات الصناعية لإيجاد منفذ للقطاع الصناعي . وقد أدت هذه السياسة الجديدة إلى التخلي تدريجيًا عن مبدأ الحماية الذي لم يعد يتماشى مع الأوضاع التجارية في أوروبا .

السياسة الاقتصادية

على الرغم من أن عام ١٩٥٨ يعتبر نقطة تحول هامة في السياسة الاقتصادية لآيرلنده فإن بعض الإجراءات الإيجابية للنهوض بالتصنيع وبالصادرات الصناعية كانت قد اتخذت من قبل . وتتمثل أولى هذه الخطوات في إنشاء هيئة التنمية الصناعية الآيرلندية *the Irish Industrial Development Authority (IDA)* عام ١٩٤٩ . وكانت مهمة تلك الهيئة التي

تمتعت بشخصية اعتبارية مستقلة ويعمل بها جهاز من الموظفين المدنيين تنحصر في تقديم مشورتها الى وزير الصناعة والتجارة في توجيه المنظمين الراغبين في اقامة المشروعات الصناعية في ايرلندا . ومن جهة اخرى اخذت القيود التي فرضت من قبل على تملك الاجانب للمشروعات في ايرلندا في التراخي تدريجيا خلال الخمسينات .

وفي عام ١٩٥٢ انشئت هيئة اخرى مستقلة وشبه حكومية هي : Coras Trachtala (CTT) لتعمل على ترويج الصادرات الايرلندية في جميع انحاء العالم . وتتضمن الوظائف الرئيسية لهذه الهيئة العمل على ترويج المنتجات الايرلندية في الاسواق الخارجية والقيام ببحوث مسح الاسواق وتوفير المعلومات والخدمات الاستشارية اللازمة للشركات الايرلندية الراغبة في التصدير . وتعتبر هذه الخدمات ذات اهمية خاصة للشركات الايرلندية الصغيرة التي كانت تركز جهودها فيما سبق على السوق المحلي وحده .

وفي الخمسينات اخذت وظائف هيئة التنمية الصناعية في التوسع التدريجي واصبح التركيز على الصناعات الموجهة نحو التصدير اكثر وضوحا . وكانت الحكومة قد بدأت في عام ١٩٥٢ في تقديم مساعدتها لدعم مشروعات التصنيع في المناطق الغربية المتخلفة ، ثم مدت هذه المساعدات بعد ذلك لتشمل المشروعات المماثلة في كافة انحاء ايرلندا . وتغطي هذه المساعدات المعدات الراسمالية والمباني والارض والتدريب . وقد مدت هيئة التنمية الصناعية حملتها الترويجية الخارجية وذلك لتشجيع اقامة المصانع الجديدة في ايرلندا ، وبالإضافة الى المساعدات المذكورة قدمت الحكومة اعفاءات ضريبية لرجال الصناعة الجدد .

وفي عام ١٩٥٨ اعد البرنامج الاول للتوسع الاقتصادي . وقد وضع هذا البرنامج لأول مرة خطة منسقة لتنمية الاقتصاد القومي كلية في المستقبل مع الاشارة الى اكبر نقاط الضعف والقوة فيه ، ثم تبع ذلك البرنامج الثاني في عام ١٩٦٤ على حين يجرى حاليا اعداد البرنامج الثالث . وقد كانت هذه البرامج اقرب في طبيعتها الى التنبؤات - التي لا يضمن نجاحها على الدوام - منها الى الخطط الملزمة المضمونة . فقد وضعت اهداف التنمية ، وقدر اثر النمو الصناعي على قطاعات الاقتصاد الاخرى باستخدام تحليل جداول المدخلات والمخرجات والاقتصاد الرياضي والتحليل التكرارى .

وتعمل الحكومة منذ عام ١٩٥٨ على تشجيع التنمية الاقتصادية بطريقتين اثنتين . الاول يعنى بالصناعات القائمة حيث يحاول عدد من الاجهزة منها

هيئة CITT ان تكييف القاعدة الصناعية القائمة لتحويلها عن السوق المحلي المتمتع بالحماية الى مجال التجارة الحرة مع التركيز على الصادرات . والثاني هو تشجيع الصناعة الجديدة الذي ظل مسئولية هيئة التنمية الصناعية وحدها . وذلك على الرغم من وجود علاقات متبادلة تتراد باسمرار بين مشروعات التنمية الصناعية القائمة والجديدة .

وثمة تطور عظيم الأهمية يتمثل في مجلس التدريب الذي انشئ مؤخرا تحت اشراف وزارة العمل وهو يمثل الحكومة والصناعة وتقابات العمال ويهدف الى زيادة وتحسين مشروعات واجراءات التدريب . وقد انشأ المجلس الجديد مراكزا للتدريب في عدة مواقع استراتيجية بجميع انحاء البلاد . وبالإضافة الى ذلك تقوم وزارة التعليم حاليا بإنشاء تسعة كليات فنية بهدف زيادة وتحسين مستوى تدريب الفنيين .

الاجراءات المطبقة لتشجيع الصناعات

الوجه للتصدير

تنظيم هيئة التنمية الصناعية ونشاطها في مجال الترويج :

هيئة التنمية الصناعية هي هيئة ترويجية اسندت اليها وزارة الصناعة والتجارة مسئولية المساعدة في اقامة وتنمية الصناعات . وقد بدىء في اتخاذ الاجراءات اللازمة لادماج هيئة التنمية الصناعية ومجلس المنح (An Foras Tionscal) وهي وكالة حكومية مستقلة تعنى بادارة المشروع الخاص بمنح التنمية الصناعية .

ويتكون مجلس ادارة هيئة التنمية الصناعية حاليا من اربع مديرين متفرغين وعضو غير متفرغ . ولا يزال موظفي الهيئة يختارون حتى الآن من بين موظفي الحكومة بصفة اساسية . وعلى اية حال فسوف توسع هيئة التنمية الصناعية في المستقبل من مجالات اختيار الموظفين حيث تبحث حاليا عن افراد على درجة عالية من الكفاية .

وتدرس هيئة التنمية الصناعية ايضا انشاء عدد محدود من المكاتب الاقليمية للقيام بالمهام التي لا يمكن اداؤها بكفاءة من مركزها الرئيسي . وهذه تتضمن التعاون مع جماعات ووكالات التنمية المحلية ومع رجال الصناعة وتقابات العمال على مستوى الاقليمي .

وتستخدم هيئة التنمية الصناعية وسائل ترويجية متنوعة لاجتذاب الاستثمارات الصناعية من الخارج . والهيئة ممثلون متفرغون في لندن

وباريس وكولونيا ونيويورك وشيكاغو . وتنحصر وظائف هؤلاء ابتداء في الاتصال برجال الصناعة الأجانب واجراء محادثات تمهيدية معهم وبوجه عام حول اقامة المشروعات الصناعية في ايرلندا . وقد يرى أحد رجال الصناعة الأجانب بناء على هذه المعلومات الأولية ان يأتي الى ايرلنده ليحدد مدى جدوى تنفيذ المشروعات بها . وهنا تقوم هيئة التنمية الصناعية بتزويده بالمعلومات الضرورية وتترك له اتخاذ القرار اللازم لاقامة مشروعه في البلاد وان كانت هيئة التنمية الصناعية تسمى الى ان تؤكد له سلامة اختيار ايرلندا لذلك . ويقوم وزير الصناعة والتجارة واعضاء وموظفو هيئة التنمية الصناعية ايضا بزيارات دورية للخارج بغرض النهوض بالحملة الترويجية . وتوحي التجربة بان الاتصال الشخصي عنصر اساسي في اية حملة ناجحة لاجتذاب صناعة جديدة . على ان الاتصالات الوثيقة بالصحافة الأجنبية والترتيبات الخاصة بدعوة بعثات تقصي الحقائق الى ايرلنده التي تضم ممثلين عن المؤسسات الصناعية والتمويلية والتجارية قد اسفرت عن دعاية ناجحة لايرلنده في الخارج . وقد تم القيام فعلا بحملات دعائية مختارة في الدول الأجنبية . كما تشترك ايرلنده ايضا في بعض المعارض الدولية الكبرى . ويعتبر اعداد المطبوعات الخاصة بالترويج الصناعي عملا مهما ايضا يدعم ويساند وسائل الاعلان الأخرى ويقدم لرجال الصناعة ملخصا كاملا يغطي جميع جوانب الصناعة الايرلندية .

وتحافظ هيئة التنمية الصناعية في ترويجها للصناعة على الاتصال الوثيق بجماعات التنمية المحلية . وقد اتامت الهيئة علاقات وثيقة مع رجال الصناعة الايرلنديين ومختلف الجمعيات الخاصة برجال الصناعة . وتؤمن الهيئة بان قيام رجال الصناعة الايرلنديين بدور كبير في تنمية الاقتصاد امر حيوي .

وفي عام ١٩٦٧ استحدثت هيئة التنمية الصناعية برنامجا تجريبيا للصناعات الصغيرة في مناطق مختارة . وقد وضع المشروع بهدف تشجيع المبادرة الصناعية وتوفير سلسلة من الخدمات التمويلية والادارية لتمكين الصناعات الصغيرة من ان تنمو وتتوسع . وقد حدث تقدم مشجع في تنفيذ المشروع . ويجري حاليا اعداد المقترحات اللازمة لمدة ليشمل الدولة كلها . وثمة اعتبار آخر على جانب من الأهمية لهذا البرنامج هو ان معظم الصناعات الصغيرة يمكن ان تعمل بكفاءة في المراكز الصغيرة ومن ثم فهي توفر منفذا هاما لقوة العمل الريفية .

العوافز والتسهيلات الخاصة بالتنمية الصناعية :

المنح

تقدم منح نقدية لتغطية تكلفة الاصول الثابتة (المباني والمصانع الجديدة والالات) ويجرى الآن العمل بنظام مزدوج يقوم على اساس تقديم تلك المنح الى المشروعات التي ينتظر لها النجاح والاستمرار في المستقبل في ظل ظروف التجارة الحرة والتي يكون لها القدرة على المساهمة في النمو الاقتصادي ، وذلك على النحو التالي :

(ا) في المناطق المختارة (بالتقريب النصف الغربي من الدولة) : تغطي المنح ٤٠٪ من تكلفة الاصول الثابتة .

(ب) في المناطق الأخرى : تغطي المنح ٢٥٪ فقط من تكلفة الاصول الثابتة .

اما المشروعات التي تعتبر ذات فائدة خاصة للاقتصاد الايرلندي فيمكن ان تحصل على منحة اضافية قدرها ٢٠٪ بحيث يصل مستوى المنحة الى ٦٠٪ في المناطق المختارة والى ٤٥٪ في المناطق الأخرى باستثناء منطقة دبلن حيث تقرر ان الا تزيد هذه المنح عن مستوى منخفض قدره ٣٥٪ وذلك بهدف الاسراع في تحقيق اللامركزية في الصناعة . وتعتبر المشروعات صالحة للحصول على اقصى مستوى لهذه المساعدات اذا كانت توفر قدرا ملموسا من فرص التوظيف للذكور او تستخدم المنتجات الزراعية والموارد الطبيعية الأخرى . او اذا كانت تستخدم الاساليب التكنولوجية والعلمية المتقدمة .

اما في حالة المشروعات التي تتمتع بأهمية خاصة فتقدم الاعانات اللازمة لتخفيض اسعار الفائدة . كما تقدم هيئة التنمية الصناعية ضمانات للقروض .

وتقدم منح التدريب لتغطية اجور العمال اثناء فترة التدريب في ايرلنده ولتغطية مصاريف السفر والاجور وتكاليف المعيشة للعمال الذين تفتنى الضرورة تدريبهم في الخارج . وقد تقدم هذه المنح ايضا لتغطية تكاليف التدريب على الادارة العليا وتكلفة المعلمين والمستشارين الذين يعملون في تدريب الأفراد .

المجمعات الصناعية

يتوافر داخل المجمعات الصناعية التابعة للحكومة في جلاوى Galway ومطار شانون Shannon ووتر فورد Water ford بالاضافة الى

المجمعات الخاصة عدد من المصانع التي تم بناءها وتعرض للاتجار بشروط ملائمة .

ويعفى رجال الصناعة الذين يعملون في هذه المجمعات من ضرورة تمويل اقامة المباني والمنشآت كما انهم كثيرا ما يتمتعون بمزايا الايجارات الرمزية . ويعمل مجمع شانون منذ حوالي تسع سنوات ويستخدم حاليا حوالي 400 شخص . اما المجمعات الحكومية الاخرى فقد انشئت خلال العامين الماضيين . وقد قررت الحكومة ايضا انشاء مجمعات اضافية في مراكز مختارة للتنمية . ويقترح المسح الذي يجري حاليا لتحديد مراكز التنمية في كل منطقة من نهايته . ومن المتوقع ان تعلن الحكومة عن مواقع مراكز التنمية الكبيرة والمتوسطة قبل نهاية السنة .

والواقع ان التنمية الصناعية بالمستوى والعدل المطلوبين لا يمكن ان تتحقق فقط بوحدات معزولة ومنتشرة في مناطق واسعة ، اذ يتحتم انشاء مراكز مناسبة تكون بمثابة مجمعات للتنمية الصناعية . هذا ويمكن ان تكون المكاسب التي تكمن في التركيز على الصناعة بمثابة دافع قوى نحو مزيد من التنمية .

الاعفاء من ضريبة ارباح التصدير

تتمتع الشركات الجديدة للصناعات التحويلية باعفاء تام من الضرائب على الارباح الناجمة عن عمليات التصدير لمدة عشر سنوات . وقد امتد الاعفاء من الضرائب مؤخرا الى شركات التصميم والتخطيط فيما يتعلق بالأعمال الهندسية التي تنفذ بالخارج . وقد مكن هذا الاعفاء صناعات كثيرة جديدة من تمويل عمليات التوسع .

اعفاء ضريبة اخرى

تفيد الصناعة ايضا من مخصصات الاستهلاك المقررة للمصانع والمباني ، بما في ذلك استهلاك المصانع والآلات بدون مقابل في المناطق المختارة . وقد عقدت ايرلنده اتفاقات لمنع الازدواج الضريبي مع عدة دول كما تجرى الآن بنجاح المفاوضات الخاصة بعقد مثل هذه الاتفاقات مع بلاد اخرى .

وتقوم البنوك التجارية في ايرلنده وبيوت التمويل الخاصة وشركة الائتمان الصناعي - وهي بيت تمويل تشرف عليه الحكومة ويعمل على اسس تجارية - بتقديم القروض اللازمة لتمويل رأس المال في الصناعة . وقد زاد التمويل الصناعي الذي تقدمه البنوك والمؤسسات الاخرى في السنتين او الثلاث الماضية .

وقد مر على انشاء هيئة التنمية الصناعية الى الآن ما يقرب من ٢٠ عاما حدث فيها تغيرات هامة في سياستها العامة .

وكما سبق القول تم التوسع في الحوافز التي تقدم للتصنيع تدريجيا كما زاد اجمالي الاعتمادات الحكومية المخصصة لذلك . ويزداد التركيز على انشاء المجمعات الصناعية منه على مشروعات التنمية الصناعية المتفرقة والانتشرة على نطاق واسع . وقد ظهرت في السنوات الأخيرة الحاجة الى اقامة شركات ايرلندية جديدة لمحافظة على التوازن بين الصناعة التي يملكها الايرلنديون وتلك التي يملكها الأجانب . وعلاوة على ذلك تغيرت سياسة المشروعات في هيئة التنمية الصناعية بالتدرج .

ولم تكن آراء دوائر الصناعة الاجنبية بالنسبة للامكانيات الصناعية في ايرلندا مشجعة في البداية . كما كان هناك ايضا بعض المعارضة الاجنبية بسبب التعريفات الجمركية التي تؤثر على صادرات ايرلندية معينة وصفر القطاع الصناعي وارتفاع التكلفة فيه في اغلب الاحيان مما لم يكن يسمح الا بفرص محدودة للاشتراك في المصانع الجديدة او اقامة علاقات انتاج معها . وفي ظل هذه الظروف لم تكن مشكلة اجتذاب صناعة جديدة هي مشكلة اختيار مشروعات بديلة وفقا لسياسة انتاج معينة بل كانت في ايجاد مشروعات حيوية للتصدير من أي نوع .

وما ان حل منتصف الستينات حتى كان الترويج والدعاية القويين بالخارج قد بدأ في التغلب على وجهة النظر المعارضة لاقامة المشروعات الصناعية في ايرلندا .

وقد استمدت مظاهر النجاح والتوسع اللذان احرزهما عدد من المصانع بتشجيع رجال الصناعة في مختلف الدول كأمثلة عملية للامكانيات المتاحة لاقامة المشروعات الصناعية في البلاد .

وكان من نتيجة المساعدات التي قدمتها هيئة **CTT** والمعونات المقدمة للصناعات الجديدة بالاضافة الى الحوافز الضريبية ان اخذت صادرات السلع المصنعة تزداد بمعدلات مرتفعة . وكان التوسع اسرع في الشركات الايرلندية والاجنبية التي تنتج السلع الراسمالية او المنتجات الوسيطة وخاصة في مجالات السلع الهندسية والمعدات الكهربائية والكيميائيات والالكترونيات . كما ظهر واضحا من الأبحاث التي أجرتها هيئة التنمية الصناعية ان عددا من المشروعات الكبرى سوف يظرون الى الوجود . كما ثبت ايضا ان الصناعة تكنسب قاعدة عريضة وانها أصبحت في مركز يسمح لها بتجاوز العمليات البسيطة نسبيا التي كانت تنسب بها المرحلة المبكرة من التنمية .

على أن القرار الخاص بإنشاء كليات فنية جديدة ومراكز جديدة للتدريب والبدء بسياسة جديدة للقوة العاملة قد فتحت الأبواب لامكان اجتذاب مزيد من المشروعات وخاصة تلك التي تزداد فيها التطبيقات التكنولوجية نسبيا .

وفي ظل هذه النتائج بدأت هيئة التنمية الصناعية منذ حوالي ثلاث سنوات بمراجعة برنامج التنمية الصناعية مما أدى الى إعادة تعديله مؤخرا . كما يتحده الاهتمام أيضا الى وضع سياسة أكثر تفصيلا للانتاج أو الاستراتيجية الصناعية . وتحتاج مثل هذه السياسة الى المراجعة بصفة مستمرة لتأخذ في حسابها التطورات الجديدة في التكنولوجيا والتسويق . وتقوم الشركة الاستشارية الأمريكية نمو Tempo في الوقت الحاضر بتقديم خدماتها الاستشارية الى هيئة التنمية الصناعية بشأن المنتجات أو العمليات التي تتوافر فيها امكانيات النمو . ومن الواضح أنه من الآن فصاعد سيكون من الضروري اختيار منهج أفضل للتنمية الصناعية .

تحليل نجاح اجراءات الترويج الصناعي

ساهمت دفعة الترويج الصناعي بصورة واضحة في التنمية الصناعية خلال العقد الماضي . فقد نمت الصناعات التحويلية منذ عام ١٩٥٨ بمعدل يزيد على ٦٥٪ في المتوسط سنويا . وزادت قيمة صادرات الصناعة الى أكثر من أربعة أمثالها ، وكان متوسط النسبة السنوية لهذه الزيادة (يقل معدل الزيادة في حجم الصادرات بقدر طفيف) من أعلى النسب التي تحققت في دول غرب أوروبا . ويعزى الجانب الأكبر من هذه الزيادة الى المصانع الجديدة التي أنشأت لخدمة أسواق التصدير بصفة رئيسية .

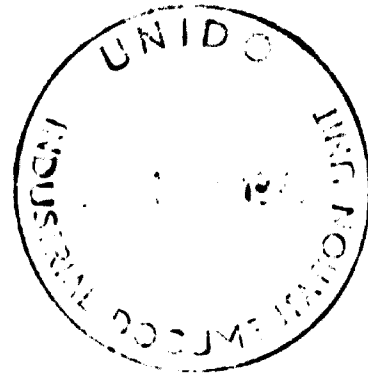
وقد تحققت خلال هذا العقد زيادة ملموسة في حجم الصادرات الصناعية وفي أنواعها . وثمة تطور ملحوظ كان يتمثل في ظهور السماع الاستهلاكية المعمرة والمعدات الرأسمالية في قائمة الصادرات الرئيسية مثل : الروافع وسيارات النقل ذات الروافع المتعددة والمواد المقاومة للانصهار والماس الصناعي والبيانو وكرات الصلب وآلات تجهيز الطبايق والموازين والادوية بالإضافة الى مجموعة من المعدات والأجهزة الالكترونية . وترتبط هذه التطورات الصناعية ارتباطا وثيقا بانتشار المهارات التكنولوجية والإدارية . كما تعتبر أيضا مؤشرا لزيادة تقدم النشاط الصناعي الإيرلندي . وتصدر إيرلنده الآن حوالي ٣٠٪ من انتاج الصناعات التحويلية ، وتعتبر صناعات التصدير مسؤولة عن توفير نسبة مماثلة من اجمالي العمالة في الصناعات التحويلية وقد أدى قيام الصناعات الجديدة في البلاد وخاصة الأجنبية منها الى ظهور روح جديدة في العمل واحرام التقدم في الاقتصاد الإيرلندي .

وقد اوضح مسح أجرته مؤخرا هيئة التنمية الصناعية عن الصناعات الجديدة في ايرلنده ان غالبية المصانع التى اقيمت حديثا راضية عن تجربته الشاملة فى الصناعة التحويلية وان عددا كبيرا منها قد حقق بالفعل ارباحا . كما كشف المسح ايضا عن فشل ١٠٪ من المشروعات الجديدة التى قدمت لها المنح . غير أنه اذا اخذ فى الاعتبار المصانع التى أعيد فتحها ، لى ذلك الحين بمعرفة منتجى جدد لهبط هذا المعدل عن ٧٪ . وتوحى الدلائل بان معظم الفشل الذى حدث يمكن أن يعزى الى ضعف الإدارة اكثر من وجود ضعف كامن فى المشروع . ولا يعتبر معدل الفشل المذكور عاليا . خاصة وأن معظم المشروعات التى تحصل على المنح هى من الصناعات الموجهة للتصدير ويكاد ينعدم وجود أى نشاط محلى يساعدها فى المهمة العظيمة لتنمية تجارة التصدير .

وقد اخفق المسح فى تحديد أكثر اجراءات الترويج فعالية فى اجتذاب الصناعة الأجنبية الى ايرلنده . ففى حين كان اعفاء ارباح التصدير من الضرائب والمنح الصناعية على جانب كبير من الأهمية فان إتاحة فرص العمل والتنبؤ بأوضاع الأسواق لم تكن تقل أهمية أيضا .

وكلما أصبحت سياسة المشروعات تقوم على حسن الاختيار فى المستقبل يصبح على هيئة التنمية الصناعية ان تركز على وضع شروط تتسم بالمرونة للاتفاق مع الشركات او الصناعات التى ترغب فى اجتذابها .

ID/17



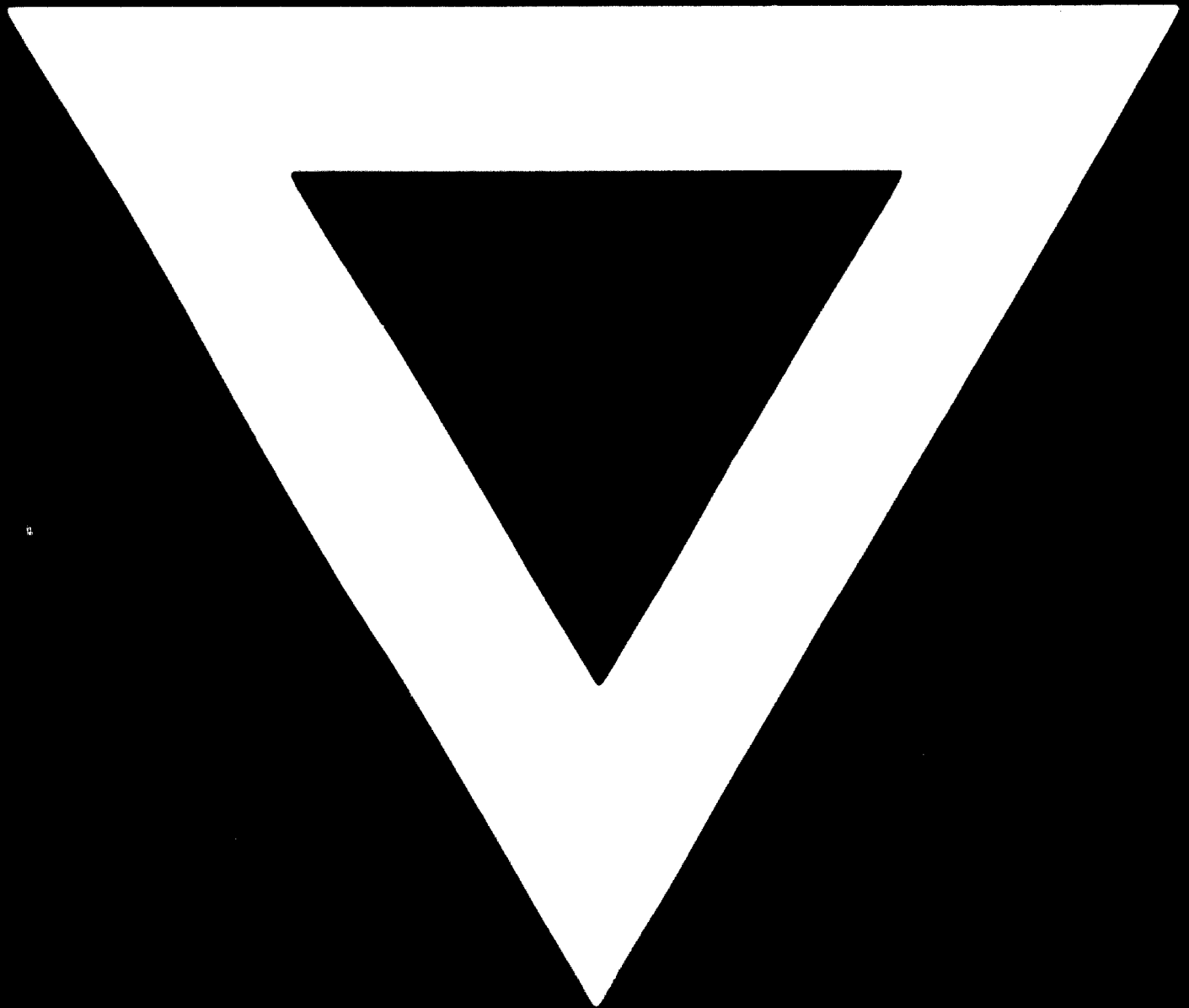
مركز التنمية الصناعية للذول العربية

٣٣ شارع ١٤ بالعادي

ص.ب. ١٤٩٧ - القاهرة ٢٠٠٤

أيدكس ١/٠١/٠٢٥

C - 595



81.09.30