



مجلس الوزراء
مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار



شبابنا يدعم قرارنا

نحو تطوير آليات تحفيز الصادرات المصرية
في ضوء تجربتي تركيا وجنوب إفريقيا

منتدى السياسات العامة
IDSC Public Policy Forum

العدد ١٩ - فبراير ٢٠٢٤





مجلس الوزراء
مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار

عن المركز

شهد مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصري -منذ نشأته عام ١٩٨٥- عدة تحولات؛ ليواكب التغيرات التي مرّ بها المجتمع المصري. فقد اختص في مرحلته الأولى (١٩٨٥-١٩٩٩) بتطوير البنية المعلوماتية في مصر، ثم كان إنشاء وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات عام (١٩٩٩) نقطة تحول رئيسية في مسيرته؛ ليؤدي دوره كمؤسسة فكر (Think Tank) تدعم جهود مُتخذ القرار في شتى مجالات التنمية، ثم جاء قرار رئيس مجلس الوزراء، رقم ٢٠٨٥ لسنة ٢٠٢٣ بإعادة تنظيم مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار كهيئة عامة خدمية، تكون له الشخصية الاعتبارية، ويتبع رئيس مجلس الوزراء؛ لتتويجاً لجهوده كمركز فكر حكومي متميز يدعم متخذ القرار على المستوى القومي.

هذا، ويتبنّى المركز رؤية مفادها أن يكون المركز الأكثر تميزاً في مجال دعم اتخاذ القرار في قضايا التنمية الشاملة، وإقامة حوار مجتمعي بناءً، وتعزيز قنوات التواصل مع المواطن المصري الذي يُعدُّ غاية التنمية وهدفها الأسمى، الأمر الذي يؤهله للاضطلاع بدور أكبر في صنع السياسة العامة، وتعزيز كفاءة جهود التنمية وفعاليتها، وترسيخ مجتمع المعرفة.

وفي سبيل تحقيق ذلك؛ يحمل مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار على عاتقه مهمة أن يكون داعماً لكل متخذي القرار. وحتى يتسنى له ذلك، فإنه يسعى باستمرار لأن يكون أحد أفضل مؤسسات الفكر (Think Tank) على المستوى المحلي والإقليمي والدولي. وقد واكب ذلك اعترافاً إقليمياً ودولياً بدوره الجوهري كمؤسسة فكر، وهو ما ظهر جلياً في نتائج برنامج مراكز الفكر والمجتمعات المدنية (Think Tanks and Civil Societies Program, TTCSP) بجامعة «بنسلفانيا الأمريكية» التي تم الإعلان عنها في فبراير ٢٠٢١؛ حيث تم اختيار مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ليكون:

ضمن أفضل ٢٠ مركز فكر على مستوى العالم استجابةً لجائحة «كوفيد-١٩» لعام ٢٠٢٠. في المرتبة ٢١ من بين ٦٤ مركز فكر على مستوى العالم كصاحب أفضل فكرة أونموذج جديد قام بتطويره خلال عام ٢٠٢٠ (لا يوجد ترتيب مُحدد للقائمة).

في المرتبة ١٤ من إجمالي ١٠١ مركز فكر على مستوى إفريقيا والشرق الأوسط لعام ٢٠٢٠. أخذًا بعين الاعتبار أنه لا يوجد أي مركز فكر مصري آخر تم تصنيفه وفقًا لهذا المعيار.

كما فاز المركز بعدة جوائز ضمن مسابقة مؤسسة «ستيفي أووردز» (STEVIE Awards) العالمية المُعلن عنها في أبريل ٢٠٢٢، ومن بين تلك الجوائز: جائزة ذهبية، وأربع جوائز برونزية، بعد منافسة بين أكثر من ٧٠٠ فريق من ١٧ دولة في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

وقد فاز المركز في يونيو ٢٠٢٢ بجائزة (SAG Award) الأمريكية الممنوحة لإصدار المركز الرقمية «وصف مصر بالمعلومات» من بين نحو ١٠٠ ألف مؤسسة دولية حول العالم.

بالإضافة إلى حصول المركز على ثلاث جوائز من مؤسسة جلوبي للأعمال بالولايات المتحدة الأمريكية في سبتمبر ٢٠٢٣، والتي تُمنح لأفضل المنظمات على مستوى العالم تقديرًا لإنجازاتها في مختلف الأعمال والتكنولوجيا؛ حيث حصلت إصدارات المركز على الجائزة الذهبية، وأبرزها: سلسلة إصدارات «آفاق المناخ» و«آفاق صناعية» و«آفاق الطاقة» و«آفاق اقتصادية معاصرة» و«تقارير معلوماتية» و«فكرة في ورقة»، كما حصلت منصة «حوار» الجائزة الذهبية بعد تدشينها كأكبر قناة اتصال بين الحكومة والمواطنين، وتحقيقها مليوني مشاهدة لموادها المنشورة لاستطلاع الرأي العام في القضايا المختلفة، كما فاز الموقع الإلكتروني لمركز المعلومات بالجائزة البرونزية بعد إطلاق نسخته الجديدة بخيارات مبتكرة تتفاعل مع خيارات المستخدمين.



تم إعداد هذه الورقة من قبل مجموعة شباب المتدربين في مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ضمن مبادرة لتمكين الشباب حديثي التخرج وتدريبهم على مهارات مجال السياسات العامة، مثل: البحث، وإعداد أوراق السياسات والدراسات المستقبلية، والمناظرات، وغيرها من مهارات.

تساهم منظمة الأمم المتحدة للطفولة (يونيسف) في دعم هذه المبادرة؛ إيمانًا منها بأهمية تعزيز مشاركة الشباب في إنتاج ونشر المعرفة وصناعة السياسات الاجتماعية.

هذا المحتوى يعبر عن مؤلفي الورقة ولا يمثل بالضرورة موقف منظمة الأمم المتحدة للطفولة (يونيسف).



أعضاء تحكيم أوراق مبادرة بنفكر لبلدنا

أ.د. علا الخواجة

مدير مشروع إصلاح واستقرار الاقتصاد الكلي (MESR) الممول من الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية

أ.د. عادل رجب

أستاذ الاقتصاد ومدير مركز البحوث والدراسات الاقتصادية والمالية بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية

أ.د. سوزانا المساح

أستاذ الاقتصاد بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية وجامعة زايد

أ.د. منى الجرف

أستاذ الاقتصاد بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية والرئيس السابق لجهاز حماية المستهلك

أ.د. أمنية حلمي

وكيل كلية الاقتصاد والعلوم السياسية لشؤون الدراسات العليا والبحوث بجامعة القاهرة

أ.د. هالة صقر

عميد كلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة نيو جيرزي

أ.د. سارة الجزار

عميد كلية النقل الدولي واللوجستيات بالأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري

أ.د. خالد بركات

أستاذ الإدارة العامة بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية ومدير مركز خدمة المجتمع جامعة القاهرة

د. هشام شفيق

محاضر في الاقتصاد السياسي بمعهد الأمم المتحدة للتدريب والبحث ومستشار السياسات بالوكالة الألمانية للتعاون الدولي (GIZ)

د. هايدي علي

مدرس الاقتصاد بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة القاهرة

مقدمة سلسلة شبابنا يدعم قرارنا



شبابنا يدعم قرارنا

سلسلة شبابنا يدعم قرارنا سلسلة بحثية غير دورية تتسم بالطابع التطبيقي، وتأتي انطلاقاً من إيمان المركز بالدور الحيوي الذي يلعبه شباب الباحثين في الجامعات والمؤسسات البحثية جميعها في تقديم رؤى وأفكار خلّاقة لدعم متخذ القرار، إلى جانب تشجيع مشاركة الشباب في رسم السياسات العامة لعدد من القضايا ذات الأولوية في المجالات كافة، وانتهاءً بطرح استراتيجيات متكاملة، وآليات تنفيذية مبتكرة للقضايا محل الدراسة والتحليل.

الآراء والأفكار والتحليلات الواردة بالورقة تعبر عن رأي مؤلفيها، ولا تمثل بالضرورة رأي أو توجهات مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار.



منتدى السياسات العامة
IDSC Public Policy Forum

رئيس المركز
السيد/ أسامة الجوهري
مساعد رئيس مجلس الوزراء
رئيس مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار

هيئة التحرير

د. مي محسن مبروك
مدير الإدارة العامة للمكتب الفني

أ. سالي أحمد عاشور
مدير تنفيذي للإدارة العامة للدراسات المستقبلية

أ. منال طلعت عمرو
مدير تنفيذي للإدارة العامة لمتابعة وتقييم السياسات

المدير التنفيذي لسلسلة شبابنا يدعم قرارنا

أ. علياء عمر سيد
باحث اقتصادي بالمكتب الفني لرئيس المركز

التصميم الجرافيكي

إدارة التصميم الجرافيكي والمطبوعات

شكر وتقدير

يتقدم منتدى السياسات العامة التابع لمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بخالص الشكر والتقدير لجميع السادة الإعلاميين المشاركين في ورش عمل محاور مبادرة «بنفكر لبلدنا» لما قدموه من دعم للمشاركين وإثراء المبادرة بأحاديثهم الخلاقة.



أ/ سارة سيف

منسق إعلامي للمبادرة

مستشار تسويق وتواصل اجتماعي – أستاذ إعلام بالجامعة الأمريكية



أ/ نهى سعد

استشاري إعلامي في الأمم المتحدة للتنمية الصناعية بروديوسر
مديرة قسم الاتصالات لعدة مؤسسات إعلامية



أ/ مونيكا وليام

رئيس قسم بمكتب رئيس مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار
باحثة وكاتبة في العلاقات الدولية



أ/ مها ناجي

خبيرة اتصالات استراتيجية ومنتجة تنفيذية



أ/ لارا الربضي

إعلامية ومعدة برامج للراديو والتلفزيون والديجيتال ميديا
استشارية للمؤسسات الإعلامية الراغبة في تبني تقنيات
الذكاء الاصطناعي في الصحافة الإلكترونية

المحتويات

١٢	الملخص التنفيذي
١٣	تحديد المشكلة
١٤	تحليل الوضع الحالي
١٨	تجارب تحفيز الصادرات في تركيا وجنوب إفريقيا
١٩	مقترحات السياسات
٢٣	المراجع
٢٥	الملاحق
قائمة الأشكال	
١٥	شكل (1) تطور مخصصات برنامج رد الاعباء خلال الفترة (2003/2002 - 2023/2022)
١٥	شكل (2) تطور الصادرات المصرية غير البترولية خلال الفترة (2001/2000 - 2022/2021)
١٦	شكل (3) تطور حصة الصادرات المصرية من إجمالي الصادرات العالمية من المجموعات السلعية المختلفة خلال الفترة (1996 وحتى 2020)
١٧	شكل (4) التوزيع النسبي للأسواق الخارجية للصادرات المصرية خلال الفترة (2001- 2022)
قائمة الجداول	
٢١	جدول (1) مقترحات تطوير برامج تحفيز الصادرات المصرية
٢٥	جدول (2) مصفوفة عوامل نجاح كل من جنوب إفريقيا وتركيا في العملية التصديرية



فريق العمل



سحر عبود

مدرس بمعهد التخطيط القومي



نسمة أبو قير

مدرس مساعد بمعهد التخطيط القومي



آيه السرسى

مدرس مساعد بمعهد التخطيط القومي

الملخص التنفيذي

تحظى قضية تنمية الصادرات - باعتبارها محركاً للنمو التشغيل - باهتمام كبير ومستمر على قائمة أولويات الحكومات المصرية المتعاقبة، وتعتبر الآن قضية أكثر إلحاحاً؛ حيث تعد أحد السبل المستدامة لتعزيز مصادر النقد الأجنبي ودعم صلابة الاقتصاد المصري في مواجهة الأزمات المتلاحقة، وعلى الرغم من نجاح الجهود السابقة في زيادة الصادرات المصرية الإجمالية لتسجل نحو ٤٤ مليار دولار عام ٢٠٢٢، وبذلك تساهم بنحو ٣٧٪ من إجمالي مصادر النقد الأجنبي لمصر آخر خمس سنوات إلا أنها لازالت أقل كثيراً من المستويات الممكنة، علاوة على محدودية تنوع هيكلها السلعي والجغرافي، وتواضع درجة تعقدها أيضاً، الأمر الذي يزداد سوءاً إذا ما قارنا مستوى الأداء التصديري بالعديد من الدول النامية ومنها علي سبيل المثال الدول الآسيوية التي نجحت في تحقيق طفرات تصديرية جعلت القارة الآسيوية تستحوذ بمفردها على ما يزيد عن ثلث الصادرات العالمية عام ٢٠٢٢، كما تحتل معظم دول القارة مراتب متقدمة في مؤشر التعقد الاقتصادي.

وتعد برامج تحفيز الصادرات أحد الآليات الهامة التي تعتمد عليها مصر - شأنها شأن العديد من دول العالم - في تحقيق استراتيجيتها لتنمية الصادرات. الأمر الذي دفع الباحثون الي دراسة وتحليل برامج تحفيز الصادرات التي طبقتها مصر والوقوف على التحديات التي تواجهها. يلي ذلك دراسة الآليات التفصيلية لتحفيز الصادرات في تجربتي تركيا وجنوب إفريقيا تمكنا من تحقيق قفزات في أدائهما التصديري وذلك لاستخلاص أهم مقومات نجاحها. وأخيراً، تقدم الدراسة مقترحات لتطوير برامج تحفيز الصادرات في مصر بالاستفادة من أفضل الممارسات مع التأكيد على انفرادية كل تجربة وخصوصيتها.

انتهت الدراسة إلى أنه بالرغم من تنوع آليات تحفيز الصادرات المصرية إلا أنها تعاني من العديد من نقاط الضعف سواء في إطارها الاستراتيجي أو التشغيلي، وتتبع أغلب تحديات الإطار التشغيلي من التحديات المرتبطة بالإطار الاستراتيجي.

تؤكد الدراسة أيضاً أهمية وضرورة استمرار برامج تحفيز الصادرات حالياً، خاصة في ظل تفاقم التحديات المحلية والعالمية التي تواجه المصدر المصري والاتجاه العالمي لتكثيف التدخلات الحكومية لمساندة الصادرات في ظل الأزمات المتلاحقة.

وأخيراً، تطرح الدراسة مقترحات لتطوير برامج تحفيز الصادرات، ويعمل المقترحان على تطوير كل من الإطار الاستراتيجي والتشغيلي ولكن بأجال زمنية مختلفة ونطاق تطوير متباين. يركز المقترح الأول على إجراءات محددة لتطوير برامج التحفيز الحالية ويمكن تنفيذها في أقل من عام، لذا سيكون بمثابة حلاً عاجلاً للحفاظ على استمرارية النشاط التصديري الحالي وزيادته، فهو سهل التنفيذ ولا يتطلب تعديلات واسعة. بينما يركز المقترح الثاني على وضع إطار استراتيجي شامل لبرامج تحفيز الصادرات، ويحتاج التنفيذ على عدة مراحل، ويتطلب تعديلات واسعة، ويستغرق تنفيذه مدة زمنية أطول من العام.

ويقترح أن يتم البدء في تنفيذ كلا المقترحين بالتوازي؛ بحيث يمكن تنفيذ الإجراءات المطلوبة في المقترح الأول فوراً، والبدء في التجهيز للمقترح الثاني في الوقت نفسه، بحيث بانتهاء المدة الزمنية للمقترح الأول، يكون المقترح الثاني قابل للتنفيذ دون وجود فترات بينية غير واضحة المعالم.

تحديد المشكلة

على الرغم من نجاح الجهود العديدة خلال السنوات الماضية في زيادة الصادرات المصرية الإجمالية لتسجل نحو ٤٤ مليار دولار عام ٢٠٢٢، وبذلك ساهمت بنحو ٣٧٪ من إجمالي مصادر النقد الأجنبي لمصر آخر خمس سنوات^(١)، إلا أنها لا زالت أقل كثيراً من المستويات الممكنة. علاوة على محدودية تنوع هيكلها السلعي والجغرافي، وتوضع درجة تعقدتها أيضاً، الأمر الذي يزداد سوءاً إذا ما قارنا مستوى الأداء التصديري بالعديد من الدول النامية ومنها علي سبيل المثال الدول الآسيوية التي نجحت في تحقيق طفرات تصديرية جعلت القارة الآسيوية تستحوذ بمفردها على ما يزيد عن ثلث الصادرات العالمية عام ٢٠٢٢، كما تحتل معظم دول القارة مراتب متقدمة في مؤشر التعقد الاقتصادي.

تُعد برامج تحفيز الصادرات أحد الآليات الهامة التي تعتمد عليها مصر - شأنها شأن العديد من دول العالم - في تحقيق استراتيجيتها لتنمية الصادرات^(٢). يُضاف إلى ذلك أن التحديات التي يواجهها الاقتصاد العالمي والمحلي حالياً نتيجة الأزمات المتتالية آخر ثلاث سنوات يدفع لمراجعة كافة الآليات التي تعمل على تحفيز الصادرات لتكون أكثر كفاءة وفعالية ومرونة.

في ضوء ما سبق تسعى الورقة المقترحة إلى دراسة وتحليل برامج تحفيز الصادرات التي طبقتها مصر والوقوف على التحديات التي تواجهها. يلي ذلك دراسة الآليات التفصيلية لتحفيز الصادرات في تجربتي تركيا وجنوب إفريقيا تمكنا من تحقيق قفزات في أدائهما التصديري وذلك لاستخلاص أهم مقومات نجاحها. وأخيراً، تقدم الدراسة مقترحات لتطوير برامج تحفيز الصادرات في مصر بالاستفادة من أفضل الممارسات.

ويمكن لورقة السياسات المقترحة دعم صانعي السياسات في مجال التصدير بوزارات التجارة والصناعة والمالية وكافة الجهات ذات الصلة، وذلك من خلال طرح مقترحات محددة لتعزيز الاستفادة من برامج تحفيز الصادرات المصرية في تحقيق نقلة نوعية في أدائها التصديري، استرشاداً بما ستسفر عنه دراسة أفضل الممارسات مع التأكيد على انفرادية كل تجربة وخصوصيتها.

وأخيراً، سوف تتبع الورقة منهجية بحثية تقوم على المنهج المقارن؛ حيث يتم دراسة وتحليل برامج تحفيز الصادرات في الدول محل الدراسة وفي مصر، علاوة على إجراء مقابلات مع عينة من المصدرين ومديري المجالس التصديرية، للوقوف على رؤيتهم لبرامج المساندة الحالية والتحديات التي تواجهها، وكيفية تطويرها بما يحقق الأهداف الاستراتيجية لتنمية الصادرات.

(١) حسابات الباحث بناء على قاعدة بيانات البنك المركزي المصري علي شبكة الإنترنت.

(٢) لا يعني ذلك إغفال المتغيرات العالمية والمحلية على مستوى جانبي العرض والطلب التي أدت لتدني الأداء ومنها عدم مرونة الهيكل الإنتاجي، ووجود تحديات ترتبط بسياسة سعر الصرف، وضعف الخدمات اللوجستية، وتردي بيئة الأعمال وضعف التنافسية الكلية، ووجود عوائق جيوسياسية وغيرها.

تحليل الوضع الحالي

أدركت الحكومات المصرية المتعاقبة - شأنها شأن العديد من دول العالم - أهمية الصادرات كمحرك للنمو والتشغيل، لذلك بذلت جهود متعددة لتنمية الصادرات المصرية، وأطلقت العديد من الاستراتيجيات لمضاعفتها منذ مطلع القرن الحادي والعشرين، ومؤخرًا تستهدف الحكومة الوصول بالصادرات المصرية لنحو ١٠٠ مليار دولار، وهو ما يتجاوز ضعف حجمها عام ٢٠٢٢.

وتأتي برامج تحفيز ومساندة الصادرات في صلب الجهود المصرية لتنمية الصادرات المصرية منذ عقود، وتكتسب برامج مساندة الصادرات في الحالة المصرية أهمية خاصة، حيث تعد آلية للحفاظ على تنافسية المنتج المصري الذي يواجه منافسة شرسة نظرًا لدعم الدول المنافسة لمنتجاتها بقوة - خاصة المصدرين - في الوقت التي تعاني فيه سلاسل الانتاج المصرية من صعوبات وتحديات في كافة مراحلها ومن هذه التحديات ارتفاع تكلفة المعاملات، وارتفاع تكاليف التمويل، وضعف الأداء اللوجستي^(٣) وغيرها.

ويعد برنامج رد أعباء الصادرات أو المساندة التصديرية أحد أبرز آليات تحفيز الصادرات المصرية علاوة على نظامي الدروباك^(٤) والسماح المؤقت^(٥)

بدء تطبيق برنامج رد الأعباء مع إنشاء صندوق تنمية الصادرات المصرية منذ عام ٢٠٠٢ بموجب قانون ١٥٥ لسنة ٢٠٠٢ لتنمية الصادرات، ويقوم البرنامج بتقديم حافز للمصدرين في صورة رد نسبة محددة من إجمالي فاتورته التصديرية لقاءة محددة من المنتجات من قطاعات مختلفة، ويتم تحديد نسبة الحافز بناءً على القيمة المضافة، وبالتالي فهي تختلف من منتج لآخر، ويتضمن البرنامج مساندة أنشطة أخرى تخدم المصدرين مثل المعارض وخدمات النقل للدول الإفريقية.

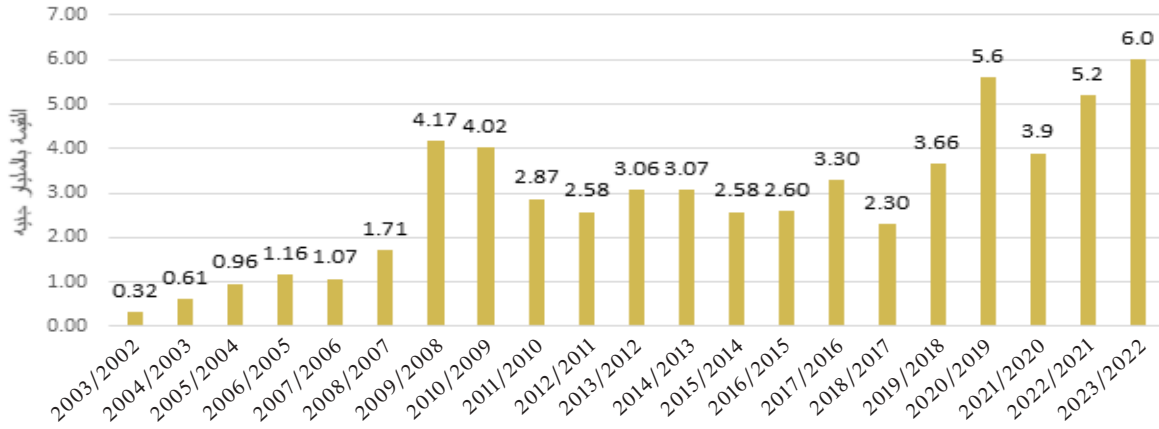
وقد تطورت قيمة مخصصات برامج المساندة التصديرية من حوالي ٣٢٠ مليون جنيه عام ٢٠٠٢/٢٠٠٣ إلى ٦ مليار جنيه عام ٢٠٢٢ / ٢٠٢٣، وذلك كما يتضح من الشكل (١).

(٣) جاء ترتيب مصر في مؤشر الأداء اللوجستي الصادر عن البنك الدولي لعام ٢٠٢٣ في المرتبة ٥٧ من بين ١٣٩ دولة يسبقها كل من الامارات في المرتبة السابعة والسعودية في المرتبة ٣٨. ولمزيد من التفاصيل حول المؤشر وقاعدة بياناته يمكن الرجوع إلى: Home | Logistics (Performance Index (LPI) (worldbank.org)

(٤) وفقاً لقانون الجمارك رقم ٢٠٧ لسنة ٢٠٢٠ يمكن استرداد الرسوم الجمركية والضرائب المفروضة على المواد المستوردة التي استخدمت في تصنيع المنتجات المحلية المصدرة، شريطة أن يتم نقلها إلى منطقة حرة أو أن يتم إعادة تصديرها أو بيعها إلى هيئات محلية تتمتع بالإعفاء التام من هذه الضرائب والرسوم، خلال فترة لا تتجاوز عامين من تاريخ الإعفاء.

(٥) وفقاً لقانون الجمارك رقم ٢٠٧ لسنة ٢٠٢٠ يمكن إعفاء المواد الأولية والسلع الوسيطة التي يتم استيرادها بغرض التصنيع للتصدير، وكذلك مستلزمات إنتاج البضائع المصدرة، والبنود المستوردة لغرض إصلاح أو إكمال التصنيع، من الرسوم والضرائب الجمركية بصفة مؤقتة. يجب على المستورد إصدار خطاب ضمان بنكي كضمان أو كفالة بقيمة الضرائب والرسوم المستحقة. جدير بالذكر أم السلطة التنظيمية لتحديد المواد المستخدمة والنسب المئوية هي «هيئة الرقابة الصناعية - وزارة التجارة والصناعة» حيث تقوم هيئة الرقابة الصناعية بإجراء الدراسات الصناعية ومن ثم تقوم بتزويد السلطات الجمركية بمعدل المواد الخام المستعملة ونسبة الخسارة خلال العمليات.

شكل (١) تطور مخصصات برنامج رد الاعباء خلال الفترة (٢٠٠٣/٢٠٠٢ - ٢٠٢٣/٢٠٢٢)



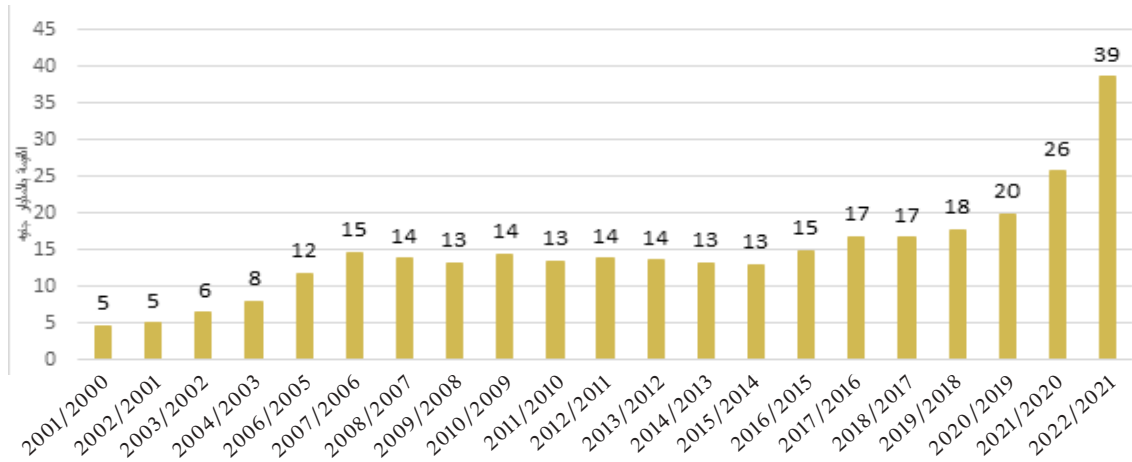
المصدر: وزارة المالية، البيان المالي للموازنة العامة للدولة، أعداد مختلفة.

بخلاف برامج المساندة المالية، يوجد مجموعة من البرامج غير المالية لتحفيز الصادرات، وذلك من خلال تقديم برامج تدريب متخصصة لكافة العمليات الإجرائية الخاصة بالتصدير، من خلال مركز تدريب التجارة الخارجية التابع لوزارة التجارة والصناعة، إلى جانب برامج ومبادرات عديدة أخرى لدعم الترويج للصادرات المصرية لأسواق محددة مثل برنامج جسور لترويج الصادرات المصرية في السوق الإفريقية، وتوفير بعض المعلومات عن الفرص التصديرية من خلال مكاتب التمثيل التجاري المصرية المنتشرة في معظم دول العالم وغيرها.

يضاف إلى الجهود التحفيزية العديدة السابقة جهود أخرى تتعلق بتبني سياسة تجارية تعمل على دمج مصر في الاقتصاد العالمي من خلال توقيع العديد من الاتفاقيات الثنائية والإقليمية بجانب الانضمام لمنظمة التجارة العالمية.

أسفرت الجهود العديدة التي تمت خلال السنوات الماضية في زيادة قيمة الصادرات المصرية الإجمالية وخاصة الصادرات غير البترولية حتي وصلت لنحو ٣٩ مليار جنيه عام ٢٠٢٢ / ٢٠٢١ وهو ما يمثل أربعة اضعاف قيمتها قبل تطبيق برامج التحفيز، وهو ما يتضح من الشكل (٢)-

شكل (٢) تطور الصادرات المصرية غير البترولية خلال الفترة (٢٠٠١/٢٠٠٠ - ٢٠٢٢/٢٠٢١)

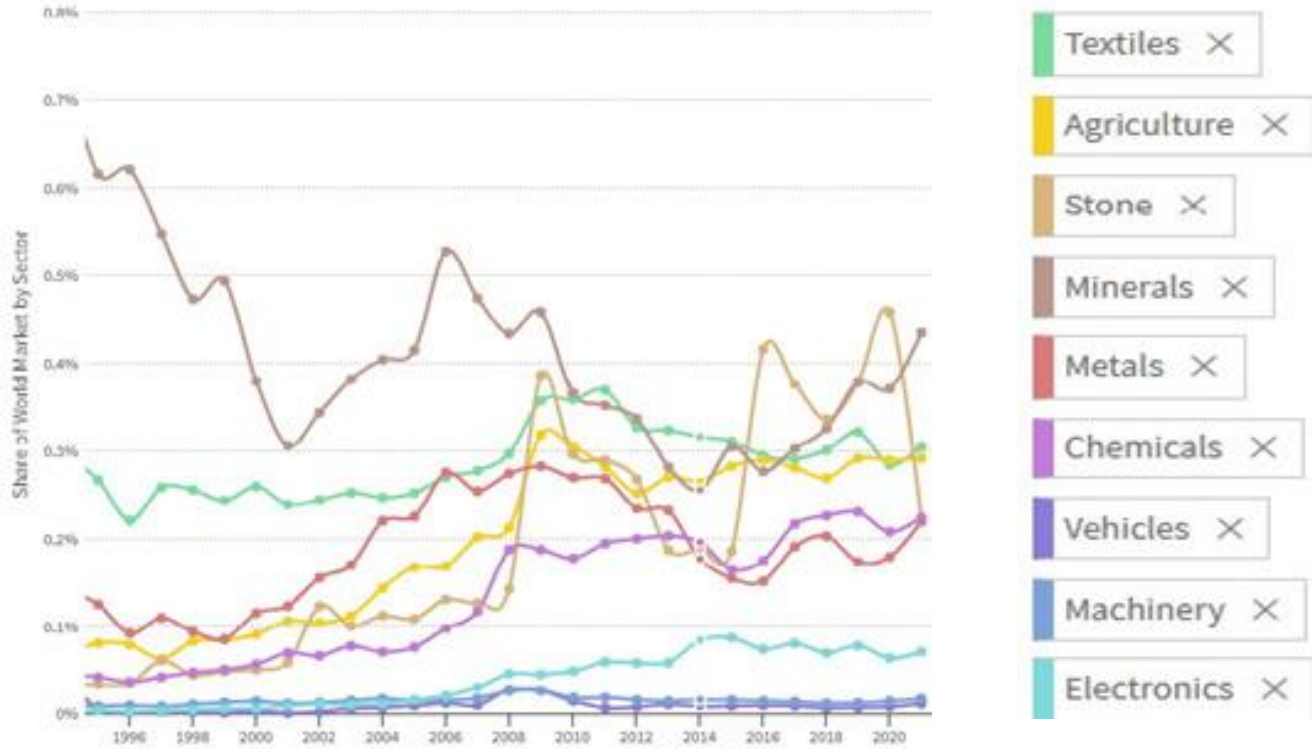


المصدر: البنك المركزي المصري، النشرة الإحصائية الشهرية، أعداد مختلفة

وبالرغم من تحسن الأداء التصديري إلا أنه يعاني من تحديات عديدة أبرزها ما يلي:

- محدودية الشركات المصدرة؛ حيث لا تتجاوز نسبة الشركات الصناعية التي تصدر ما لا يقل عن ١٠٪ من مبيعاتها سواء بشكل مباشر أو بشكل غير مباشر ٧,٥٪ من إجمالي شركات العينة في مصر، مقابل ٢٠٪ متوسط الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وذلك وفقاً لآخر مسح للمنشآت الصادر عن البنك الدولي عام ٢٠٢٠^(١).
- عدم وجود تغير كبير ملموس في هيكل الصادرات المصرية؛ حيث لا تزال الحصة الأكبر من الصادرات المصرية تتضمن منتجات منخفضة التعقد، بالإضافة إلى الزيوت والوقود والمنتجات الزراعية، ولا تزال مصر بعيدة عن مسار التحول الهيكلي التقليدي، الذي يتضمن الانتقال من منتجات أقل إنتاجية إلى أخرى أعلى إنتاجية، وتحديداً الانتقال من المنتجات الزراعية إلى المنسوجات والملابس، ثم الإلكترونيات ثم تصنيع الآلات والمعدات، بينما نجد شبه ثبات في حصة صادرات المنسوجات والملابس الجاهزة، وتواضع حصة الإلكترونيات والآلات والمعدات.

شكل (٣) تطور حصة الصادرات المصرية من إجمالي الصادرات العالمية من المجموعات السلعية المختلفة خلال الفترة (١٩٩٦ وحتى ٢٠٢٠)

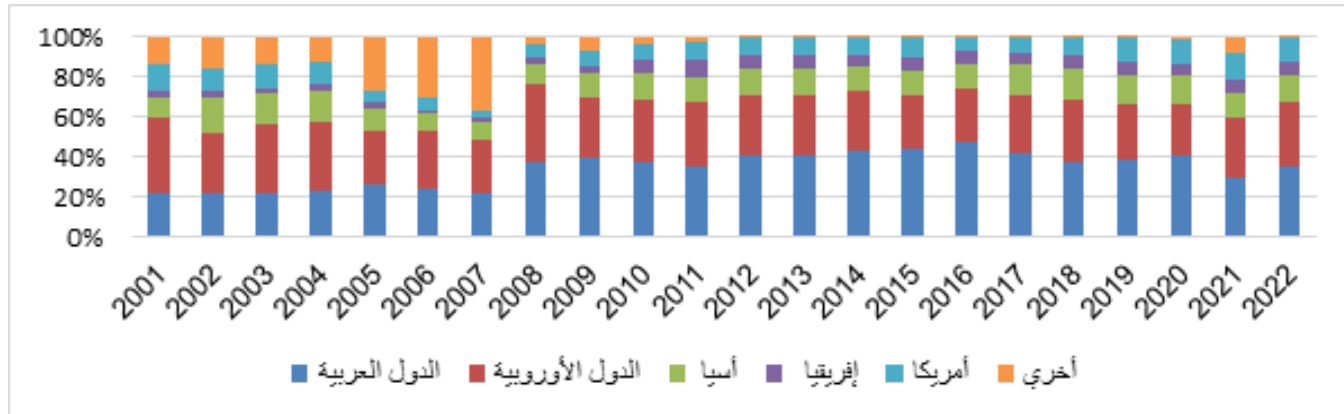


المصدر: The Atlas of Economic Complexity (harvard.edu)

تتركز الصادرات المصرية في الأسواق الخارجية على مجموعتي الدول العربية والاتحاد الأوروبي. وعلى الرغم من البعد الاستراتيجي الهام للسوق الإفريقية، إلا إن حصة الدول الإفريقية من الصادرات المصرية لا تزال محدودة؛ حيث لم تتجاوز ٦٪ عام ٢٠٢٢ كما يتضح من الشكل (٤) علاوة على استحواذ ١٠ دول فقط على نصف الصادرات المصرية.

(6) The world bank enterprise survey for Egypt ,2020.

شكل (٤) التوزيع النسبي للأسواق الخارجية للصادرات المصرية خلال الفترة (٢٠٠١-٢٠٢٢)



المصدر: البنك المركزي المصري، النشرة الإحصائية الشهرية، أعداد مختلفة

- وجود العديد من الفرص التصديرية غير المستغلة، والتي تضم فرصًا حالية وأخري جديدة، حيث أنه وفقًا لمركز التجارة الدولي يُقدر حجم الصادرات المصرية غير المستغلة بنحو ٢٩ مليار دولار^(٧). كما يصنف معمل النمو بجامعة هارفارد مصر في المجموعة الأولى للدول من حيث قدرتها على إحداث تنوع في هيكلها التصديري^(٨).
- يدفع هذا الأداء لمراجعة السياسات التصديرية المصرية، وتقييمها بغرض الخروج بمقترحات للتحسين، وتعد برامج تحفيز ومساندة الصادرات الحالية أحد محاور التقييم المطلوبة أيضًا، حيث يتم إجراء التحليل من واقع برامج التحفيز التي أشارنا إليها سابقًا، وأهدافها ومسح للدراسات التي قيمتها إلى جانب إجراء مجموعة من المقابلات مع عينة من المصدرين ومديري المجالس التصديرية للتعرف على رؤيتهم لبرامج التحفيز الحالية، والتحديات التي تواجهها وتحد من تأثيرها على تحسين الأداء التصديري بشكل أكبر.



(7) Export Potential Map (intracen.org)

(8) The Atlas of Economic Complexity (harvard.edu)

تجارب تحفيز الصادرات في تركيا وجنوب إفريقيا

تاريخياً، برزت مؤسسات مساندة الصادرات منذ خمسينات القرن الماضي في معظم الدول النامية من خلال التركيز على تقديم الدعم المالي المباشر، ثم مع العولمة والانفتاح على العالم أصبح الدعم المباشر محظور بموجب قواعد منظمة التجارة العالمية والاتفاقيات التجارية⁽⁹⁾، ولكن بداية من منتصف التسعينات اتجهت الدول إلى سياسات مساندة للصادرات أكثر ذكاءً، وتستهدف التعامل مباشرة مع مشاكل المصدرين وتوسيع نطاق الخدمات المقدمة لهم.

وقد تم اختيار تجربتي تركيا وجنوب إفريقيا في تحفيز الصادرات حيث تمكنا من تحقيق قفزات في قيمة صادراتهم؛ حيث تعتبر تركيا الأولى على منطقة الشرق الأوسط من حيث قيمة الصادرات، حيث بلغت صادراتها غير البترولية نحو ٢٥٤ مليار دولار عام ٢٠٢٢، بينما تأتي مصر في المرتبة الرابعة بعد الإمارات وإسرائيل والسعودية، كما تعد جنوب إفريقيا الأولى على مستوى القارة الإفريقية حيث قامت بتصدير ما قيمته ١٢٤ مليار دولار عام ٢٠٢٢، في حين تأتي مصر في المرتبة الثالثة بعد المغرب.

تم إطلاق استراتيجية الصادرات التركية لعام ٢٠٢٣ بمبادرة من وزارة التجارة وجمعية المصدرين الأتراك، بهدف جعل الاقتصاد التركي واحداً من أكبر عشرة اقتصادات في العالم بحلول عام ٢٠٢٣ وتكون حصته ١,٥% من حجم التجارة العالمية، وبالإضافة إلى ذلك، تهدف الاستراتيجية إلى زيادة نسبة الصادرات إلى الواردات إلى ٨٠% بحلول عام ٢٠٢٣.

في حين تستهدف استراتيجية التصدير الوطنية المتكاملة لجنوب إفريقيا (INES) زيادة حجم الصادرات Volume بنسبة ٦% سنوياً، وزيادة قيمة صادرات المنتجات المصنعة بنسبة ٧% سنوياً (أي مضاعفتها خلال ١٠ سنوات)، بحيث تمثل قيمة صادرات المنتجات المصنعة نحو نسبة ٤٠% من إجمالي الناتج الصناعي بحلول عام ٢٠٣٠ وأن تستحوذ على ١% من إجمالي الصادرات العالمية بحلول عام ٢٠٣٠.

وقدمت كلا الدولتين العديد من الآليات لتحفيز صادراتها، وتوسيع قاعدتها التصديرية، بما يحقق مستهدفاتها الاستراتيجية ويعرض الجدول (١) بالملحق الآليات التفصيلية لتحفيز الصادرات بدولتي تركيا وجنوب إفريقيا علي كافة المحاور المختلفة.

وفيما يلي أبرز المقومات الرئيسية المشتركة في نجاح برامج تحفيز الصادرات، ليس فقط في الدولتين محل الدراسة بل وتؤكدهم افضل الممارسات عالمياً، وذلك علي النحو التالي:

- تتم كافة جهود تنمية الصادرات بما فيها المستهدفات وبرامج التحفيز بقيادة مجتمع الاعمال ممثلاً في اتحاد المصدرين والكيانات التي تمثل القطاعات الإنتاجية المختلفة.
- لا يتم تحفيز التصدير بمعزل عن تحفيز الإنتاج والاستثمار، بل هو جزء من آليات تحفيز الاستثمار والإنتاج، ورفع القدرة التنافسية للمنتجات الوطنية سواء للسوق المحلي أو التصدير، وهو ما يتضح من خلال التركيز خدمات الدعم الفني الموجهة لتنمية الصادرات، مثل الحصول على شهادات الجودة والمواصفات وخدمات تطوير المنتجات وخفض التكاليف والإنتاج المرن Lean manufacturing.
- ربط آليات تحفيز الصادرات بأهداف استراتيجية كمية واضحة ومعلنة، وموضوعة بناء على دراسات علمية للقدرات التصديرية الحالية والمستقبلية، وخطط تنفيذية ومؤشرات أداء لمتابعتها بما فيها تقييم المستفيدين للبرامج.

(9) Arozamena, Leandro, (2012), "Incentive schemes in export and investment promotion agencies", IDB working paper series; 359, Inter-American Development Bank.

- تنطلق كافة برامج تحفيز الصادرات من ثقافة ووعي لدي الجميع بأهمية التصدير، ومساندة المنتج الوطني، لذلك من الضروري تحفيز المنتجين لتطوير منتجاتهم ورفع تنافسيتها وتحفيز المصدرين على النفاذ للأسواق بمنتجات تنافسية وبحرفية في إجراء التعاقدات التصديرية وفهم لثقافة التصدير.
- بالرغم أن الأدوات التحفيزية حكومية أو/ و شبه حكومية إلا إن إدراتها تتم بفكر القطاع الخاص، وهو ما ينعكس في ربطها بمستهدفات وتقييمها وتتبع أدائها، علاوة علي جهود لزيادة سلاسة كافة الخدمات التي يحتاجها المصدر عبر الدورة التصديرية، واختصار للوقت والإجراءات والتكلفة بشكل مستمر مع المتابعة وتقييم الأداء بصورة تصدر ثقة الدولة في المنتج والمصدر وفي نفس الوقت تحفظ حقوقها.
- تقديم خدمات متنوعة للمنتجين والمصدرين بناء على الاحتياجات ومستوي جاهزية كل منشأة للتصدير - التي تختلف وفقا لحجم المنشأة وطبيعة المنتج وطبيعة السوق المستهدف - لذلك تقوم الدول بإجراء تقييم لمدي جاهزية المنشأة للتصدير حتي تتمكن من تقديم الخدمات المناسبة.
- كافة الخدمات التي تقدم للمنتج أو المصدر تتم من خلال منصة واحدة وإن اختلفت متطلبات الاستفادة من كل خدمة، حيث تكون المنصة إلكترونية والتقديم عليها أون لاين وسهلة الاستخدام ومتاحة طول الوقت ولها دليل وخط ساخن للمساعدة.
- لا تقتصر الاستفادة من الخدمات الخاصة بالتصدير على المصدرين الفعليين، وإنما تتسع لكافة المنشآت التي قد تكون مصدر محتمل، وتخصيص خدمات موجهة لصغار المصدرين من خلال مكاتب منتشرة في كل الأنحاء لتقييم جاهزيتهم ولمساعدتهم على التصدير وتقديم استشارات مختلفة ذات صلة (مثل التعاقد- التمويل- الشحن... إلخ).
- توظيف أحدث التكنولوجيات لتقديم خدمات معلوماتية متكاملة للمصدرين - وخاصة الذكاء الاصطناعي AI والبيانات الضخمة BD وغيرها - و تحليل الأسواق وتتبع الاتجاهات العالمية، وتوفير كافة المعلومات التي يحتاجها المصدر عن منتج او سوق معين.

مقترحات السياسات

- بناء على دراسة الوضع الحالي لتحفيز الصادرات المصرية ودراسة تجربتي تركيا وجنوب إفريقيا وفضل الممارسات في هذا الشأن علاوة على قراءة المشهد الاقتصادي العالمي والمحلي تؤكد الدراسة أهمية وضرورة استمرار برامج تحفيز الصادرات في الوقت الحالي لعدة أسباب من أهمها:
- وجود اتجاه عالمي لتكثيف التدخلات الحكومية لتحفيز ومساندة الصادرات في مواجهة تداعيات الحرب التجارية بين الولايات المتحدة والصين والتي قد تتسبب في ببطء حركة التجارة الدولية، وصولاً إلى مساندة الشركات نتيجة تباطؤ النشاط الاقتصادي العالمي وتراجع معدلات التجارة الدولية بعد أزمتي كوفيد- ١٩ و الحرب الروسية الأوكرانية، حيث تشير أحد التقديرات إلى أن برامج تحفيز الصادرات التي طبقتها مختلف دول العالم - بما فيها الدول المتقدمة- بلغت ١٦٧٠ برنامجاً منذ الأزمة المالية العالمية عام ٢٠٠٩ وحتى ٢٠٢٣، وقد وجهت ما نسبته ٨٦٪ من هذه التدخلات الحكومية لحفز الصادرات خلال آخر خمس سنوات⁽¹⁰⁾.
 - أدت الأزمات التي شهدتها العالم منذ عام ٢٠٢٠ إلى تفاقم التحديات التي تواجه المصدر عالمياً ومحلياً؛ فعالمياً هناك تباطؤ النشاط الاقتصادي العالمي/ وتراجع الطلب الخارجي، واضطرابات سلاسل التوريد، وارتفاع تكلفة الشحن، وارتفاع أسعار المواد الخام والسلع الوسيطة، ومحلياً هناك تباطؤ في النشاط الاقتصادي، وتراجع لنشاط القطاع الخاص غير النفطي، وارتفاع معدلات التضخم والفائدة، ارتفاع تكاليف الإنتاج.

(10) Global dynamics (globaltradealert.org)

- هناك اضطراب الإنتاج محليا نتيجة صعوبات الاستيراد بسبب نقص العملة الأجنبية، وتأخر الإفراج الجمركي عن المستلزمات المستوردة إلى حد تعثر الالتزام بالتعاقدات التصديرية لبعض المصدرين.... وغيرها.
 - ارتفاع تكاليف التمويل بعد إلغاء مبادرات البنك المركزي لتمويل الصناعة ودعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة^(١١).
- في ضوء ما سبق، تقدم الدراسة مقترحين للتطوير، حيث يقوم المقترحان على تطوير الإطار الاستراتيجي والتشغيلي لبرامج تحفيز الصادرات - ولكن بأجال زمنية مختلفة، ونطاق تطوير متباين، ويركز المقترح الأول على إجراءات محددة لتطوير برنامج مساندة الصادرات الحالي بحيث يمكن تنفيذها في أقل من عام، لذا سيكون بمثابة حلاً عاجلاً للحفاظ على استمرارية النشاط التصديري الحالي وزيادته فهو سهل التنفيذ ولا يتطلب تعديلات واسعة.
- بينما يركز المقترح الثاني على وضع إطار استراتيجي شامل لبرامج تحفيز الصادرات، ويحتاج التنفيذ على مراحل، ويتطلب تعديلات واسعة، ويستغرق تنفيذه مدة زمنية أطول من العام .
- ويُقترح أن يتم البدء في تنفيذ المقترحين بالتوازي؛ بحيث يمكن تنفيذ الإجراءات المطلوبة في المقترح الأول فوراً، والبدء في التجهيز للمقترح الثاني في الوقت نفسه؛ بحيث بانتهاء المدة الزمنية للمقترح الأول يكون المقترح الثاني قابل للتنفيذ دون وجود فترات بينية غير واضحة المعالم، ويعرض الجدول (١) مجموعة الإجراءات التفصيلية التي يتضمنها كل مقترح.



(١١) أطلق البنك المركزي المصري عددا من المبادرات منذ عام ٢٠١٥ بهدف تحفيز القطاع المصرفي على توفير التمويل والسيولة للأنشطة الاقتصادية بفائدة مخفضة وذلك من خلال مبادرة دعم المشروعات المتوسطة والصغيرة بما فيها المشروعات الصناعية؛ حيث تم تخصيص مبلغ ١٠٠ مليار جنيه عام ٢٠١٥ لمدة اربعة أعوام لتمويل المشروعات بمعدل عائد متناقص لا يتجاوز ٥٪ للمنشآت الصغيرة ومتناهية الصغر، ولا يتجاوز ٧٪ للمشروعات متوسطة الحجم وكذلك تمويل شراء المعدات والآلات للمشروعات المتوسطة بعائد لا يتجاوز ٧٪ وبحد أقصى ٢٠ مليون جنيه. يضاف الي ذلك مبادرة دعم القطاع الصناعي التي أطلقت في ديسمبر عام ٢٠١٩، والتي ركزت بشكل أساسي على إتاحة مبلغ ١٠٠ مليار جنيه بسعر عائد ١٠٪ متناقص لتمويل النفقات الاستثمارية ورأس المال العامل للشركات الصناعية متوسطة وكبيرة الحجم التي لا تتجاوز مبيعاتها المليار جنيه.

جدول (١) مقترحات تطوير برامج تحفيز الصادرات المصرية

المقترح الثاني وضع اطار استراتيجي شامل لبرامج تحفيز الصادرات	المقترح الأول تطوير لبرامج تحفيز الصادرات الحالية	
<p>١. استراتيجية للتنمية الصناعية يتم تصميمها بشكل علمي مبني على دراسات للقدرات الإنتاجية وأولويات الدولة واتجاهات الإنتاج والتجارة في العالم، وبمشاركة واسعة من القطاع الخاص في إعدادها، ووضع خطط تنفيذها ومتابعتها.</p> <p>٢. تحديد مستهدفات كمية وقطاعية للصادرات في ضوء القدرات التصديرية الحالية والمستقبلية.</p> <p>٣. حوافز متنوعة لتشجيع الإنتاج من أجل التصدير (أسعار فائدة تفضيلية لتمويل الاستثمارات والتوسعات - أسعار طاقة تفضيلية - دعم فني وفقاً للاحتياجات - إعفاءات من الرسوم الحكومية)</p> <p>٤. برامج تمويلية تفضيلية للصادرات ولضمان مخاطرها .</p> <p>٥. ربط جهود تنمية الصادرات بجهود ترويج الاستثمار والسياحة .</p> <p>٦. تقييم لفاعلية وكفاءة برامج تحفيز الصادرات المختلفة من واقع الأداء التصديري لمصر وآراء الشركات والقطاعات المستفيدة من مختلف الأحجام.</p> <p>٧. تصميم لبرامج تحفيز الصادرات في ضوء المستهدفات وبناء على إجراء تقييم لمستوي جاهزية الشركات للتصدير.</p> <p>٨. توسيع نطاق البرامج لتشمل رفع الجودة والمواصفات والابتكار وآليات لتحفيز صغار المصدرين والمصدرين المحتملين.</p> <p>٩. مراجعة المؤسسات التي تقدم برامج تحفيز الصادرات، ومهامها وكيفية تطوير خدماتها بما يتناسب مع المستهدفات التصديرية، واحتياجات الشركات.</p> <p>١٠.مراجعة للإطار المؤسسي الحالي للتصدير ليكون داعماً للتصدير ويتضمن مشاركة واسعة من خبراء التصدير وممثلي القطاع الخاص.</p>	<p>١. تشكيل مجموعة عمل (task force) تضم أكبر ٥٠ مصدر، ممثلين لمختلف القطاعات والأسواق الخارجية لتقديم مقترحات بالإجراءات العاجلة الضرورية لزيادة الصادرات القطاعية، والاستفادة من الفرص المتاحة حالياً ولكنها غير مستغلة (تعظيم الدخل الدولاري).</p> <p>٢. تدشين منصة قومية للتصدير تتضمن المنتجات المصرية المصدرة والشركات والأسواق، وكذلك الفرص التصديرية المتاحة ومتطلباتها، وتكون المنصة سهلة الاستخدام ومحدثة ومتاحة.</p> <p>٣. دليل للخدمات التي تقدمها مختلف الجهات للمصدرين، ونشره من خلال المجالس التصديرية واتحاد الصناعات.</p> <p>٤. حملات توعية واسعة النطاق للمنشآت المصدرة وغير المصدرة وحديثه العهد بالتصدير حول كيفية الممارسة الاحترافية للعملية التصديرية ومتطلباتها ومراحلها.</p>	<p>الاطار الاستراتيجي</p>

الإطار التشغيلي

<p>١. ربط شبكي بين صندوق تنمية الصادرات ومنصة نافذة بحيث تصل مستندات كل شحنة تصديرية مباشرة إلى الصندوق.</p> <p>٢. رقمنة كافة الخدمات والإجراءات الخاصة بالعملية التصديرية من خلال شبك واحد وربط شبكي بين كافة الجهات ذات الصلة.</p> <p>٣. ربط مكاتب التمثيل التجاري ومجالس الأعمال المصرية والأجنبية والمجالس التصديرية واتحاد الصناعات وكل من له علاقة بالإنتاج أو التصدير بالمنصة القومية للتصدير.</p> <p>٤. آليات لتحفيز كبار المصدرين في الأسواق المختلفة على تبني حلول عملية لزيادة الصادرات المصرية في هذه الأسواق مثل إنشاء معارض دائمة أو مناطق لوجيستية أو غيرها من الحلول التي تخدم مجموعة واسعة من المصدرين على مستوى سوق معين أو قطاع معين.</p> <p>٥. الاستفادة من التطورات التكنولوجية الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة وغيرها في توفير معلومات متكاملة عن الفرص التصديرية المتاحة للأسواق والمنتجات المختلفة.</p>	<p>١. سرعة صرف مخصصات المساندة التصديرية للعام المالي ٢٠٢٣ / ٢٠٢٤.</p> <p>٢. ميكنة الدورة المستندية داخل صندوق تنمية الصادرات والبناء على جهود سابقة ومتاحة داخل وزارة الصناعة والتجارة.</p> <p>٣. وضع جدول زمني محدد ومعلن للانتهاء من إجراءات صرف المستحقات التصديرية داخل الصندوق.</p> <p>٤. الاتفاق مع الهيئة العامة للتنمية الصناعية على مدة محددة للانتهاء من حساب نسب القيمة المضافة والمكون المحلي أو وضع قائمة واحدة بنسب القيمة المضافة المتعارف عليها لكل منتج ويتم الاعلان عنها وكذلك الاتفاق مع مصلحة الرقابة الصناعية على مدة محددة للانتهاء من حساب نسب الهالك أو وضع قائمة واحدة بنسب الهالك المتعارف عليها لكل منتج ويتم الاعلان عنها.</p> <p>٥. سرعة إنهاء إجراءات الأفراج الجمركي عن مستلزمات الإنتاج للشركات المصدرة.</p> <p>٦. تشكيل لجنة عاجلة تابعة لمجلس الوزراء تعمل على مدار اليوم وطول أيام الأسبوع لاستقبال شكاوي المصدرين، والعمل على حلها بأقصى سرعة.</p>	
<p>يستغرق تنفيذه أكثر من سنة إلا أنه يتم التجهيز له بالتوازي مع المقترح الأول.</p>	<p>يمكن تنفيذه في مدة زمنية أقل من سنة.</p>	<p>الإطار الزمني</p>
<p>١. جهات حكومية: مجلس الوزراء - وزارة التجارة والصناعة - وزارة المالية - وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات</p> <p>٢. القطاع الخاص/ الخبراء: المجالس التصديرية- اتحاد الصناعات المصرية - جمعيات المستثمرين- خبراء في التصدير وتطوير المنتجات.</p>	<p>١. جهات حكومية: مجلس الوزراء - وزارة التجارة والصناعة - وزارة المالية- وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات</p> <p>٢. القطاع الخاص/ الخبراء: المجالس التصديرية- اتحاد الصناعات المصرية - جمعيات المستثمرين- خبراء في التصدير وتطوير المنتجات.</p>	<p>الجهات المسؤولة</p>

- البنك المركزي المصري. (٢٠١٩). كتاب دوري بشأن مبادرة القطاع الصناعي الخاص، ١٢ ديسمبر.
- البنك المركزي المصري. (سنوات مختلفة). النشرة الإحصائية الشهرية، أعداد مختلفة.
- المركز المصري للدراسات الاقتصادية والمعونة الأمريكية USAID 2022. توثيق دورة حياة العملية الاستيرادية والتصديرية لمجموعة من المنتجات في مصر. ملخصات لعروض عدة ورش عمل.
- عبود، سحر، أسماء مليجي (٢٠٢٣). توجهات السياسة النقدية وتحفيز تمويل الاستثمار الصناعي في مصر. المجلة الدولية للسياسات العامة في مصر. مركز معلومات مجلس الوزراء، المجلد الثاني، العدد الثاني ٦٠-٩٦ أبريل .
- عبود، سحر، (٢٠١٨). الوضع الحالي للصادرات المصرية غير البترولية : مؤشرات رئيسية» في علام، نجلاء واخرون، « سياسات تنمية الصادرات فى مصر فى ضوء المستجدات الإقليمية والعالمية»، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم ٢٩٩، معهد التخطيط القومي.
- وزارة التجارة والصناعة، برنامج رد اعباء الصادرات (١ / ٧ / ٢٠٢٠ - ٢٠ / ٦ / ٢٠٢٣)، صندوق تنمية الصادرات، نسخة غير منشورة.
- وزارة التجارة والصناعة، ٢٠١٧، خطة عمل مضاعفة الصادرات المصرية.
- Aboud, Sahar and Said, Rama. (2022). The Export Support System. In Abdel-Latif, A.(ed), Building Forward Better- Focus on a Few Drivers of Change, Part III, Egyptian Center for Economic Studies,
- Department of Trade, Industry and Competition (2021). A Guide to the dtic Incentive Schemes 21/2020. DTIC.
- Department of Trade, Industry and Competition (2013). The National Exporter Development Programme (NEDP). DTIC
- The European Economic and Social Committee (EESC), 2018, Best practices on national export promotion activities”, September.
- International Monetary Fund (IMF), 2023. World Economic Outlook Update: Near-Term Resilience, Persistent Challenges. July, IMF.
- South African Revenue Service (2023). SARS Administered Incentives. SARS.
- The Department of Trade, Industry and Competition (2016). Integrated National Export Strategy (Export 2030). DTIC.
- World Trade Organization (2018). Trade Policy Review for Egypt, WT/TPR/G/367.
- World Bank Group 2019, From Floating to Thriving: Taking Egypt’s Exports to New Levels, Washington dc.

[/https://www.investsa.gov.za](https://www.investsa.gov.za)

[/http://www.thedtic.gov.za](http://www.thedtic.gov.za)

[/https://www.gov.za](https://www.gov.za)

[/https://eximbank.gov.tr](https://eximbank.gov.tr)

[/https://www.invest.gov.tr](https://www.invest.gov.tr)

[/https://www.sanayi.gov.tr](https://www.sanayi.gov.tr)

[/https://www.trade.gov.tr](https://www.trade.gov.tr)

[/https://ihracatdestek.org.tr](https://ihracatdestek.org.tr)



جدول (٢) مصفوفة عوامل نجاح كل من جنوب إفريقيا وتركيا في العملية التصديرية

تركيا	جنوب إفريقيا
<p>- يستهدف برنامج تحفيز الاستثمار الجديد، توجيه المدخرات إلى استثمارات ذات قيمة مضافة عالية، وزيادة الإنتاج والتوظيف، وتشجيع الاستثمارات الكبيرة والاستراتيجية والبحث والتطوير لزيادة القدرة التنافسية الدولية وزيادة الاستثمار الأجنبي المباشر، وتقليص الفوارق التنموية الإقليمية، وتشجيع الاستثمارات في حماية البيئة، وفقا للأهداف المحددة في خطط التنمية والبرامج السنوية، ولذا فإن الدعم المقدم من خلال برنامج حوافز الاستثمار الجديد أصبح متاح لجميع الاستثمارات التي لديها شهادة حوافز incentive certificate صادرة بعد ١ يناير ٢٠١٢.</p> <p>- تشتمل أساسيات نظام الحوافز في تركيا على المنظور الإقليمي REGIONAL PERSPECTIVE، والهدف من هذا المنظور هو المساهمة في تنمية المناطق الأقل نمواً من خلال تشجيع الاستثمار ومنظور المنتج PRODUCT PERSPECTIVE لدعم الاستثمارات التي تعتبر استثناءات للمنظور الإقليمي. على سبيل المثال، في حين أن منتجات التكنولوجيا المتوسطة والعالية يمكن أن تستفيد من حوافز المنطقة ٤، يمكن أن تستفيد منتجات التكنولوجيا العالية من حوافز المنطقة ٥ بشكل مستقل عن منطقة الاستثمار. يوجد أيضاً برنامج حوافز يسمى «الحوافز القائمة على المشاريع» وهو مخطط مصمم خصيصاً لجذب الاستثمارات ذات الأهمية الكبيرة لتركيا.</p>	<p>- تعمد وزارة التجارة والصناعة والمنافسة بجنوب إفريقيا إلى تشجيع الاستثمار الداخلي والأجنبي، حيث تركز على تشجيع الصادرات من أجل الاستفادة من التوسع العالمي والاستفادة منه لتعزيز نمو اقتصاد جنوب إفريقيا من خلال تكوين شركات تعاونية مع الأسواق النامية الديناميكية سريعة التوسع والشركاء التجاريين الحاليين.</p> <p>- تشارك وزارة التجارة والصناعة والمنافسة في مبادرات ترويج الاستثمار والصادرات في أسواق محددة تتوافق مع علاقات جنوب إفريقيا الدولية واتفاقيات التعاون، بالتعاون مع وكالات ترويج الاستثمار الإقليمية (PIPAs).</p> <p>- كما توفر منصة استثمار في جنوب إفريقيا investsa دليلاً هاماً للمستثمرين عن القطاعات المحتملة والمناطق الاقتصادية تم تحديد الفرص بناء على استراتيجية للتنمية الصناعية والقطاعية.</p> <p>- وتعد مبادرة InvestSA One Stop Shop جزءاً من حملة الحكومة لخفض تكلفة ممارسة الأعمال التجارية بالإضافة إلى تسهيل العملية.</p> <p>- تعد المراكز أو المكاتب التي توفر خدمات متعددة في مكان واحد «One Stop Shops»، بمثابة نقطة اتصال للمستثمرين للتعامل مع الإدارات الحكومية ذات الصلة فيما يتعلق بالمسائل التنظيمية والتسجيل والتصاريح والترخيص.</p> <p>- تعمل المراكز أو المكاتب التي توفر خدمات متعددة في مكان واحد على تبسيط الإجراءات الإدارية الخاصة بالمواقف التجارية وتساعد على إزالة الاختناقات التي يواجهها المستثمرون في إنشاء وإدارة الأعمال التجارية.</p> <p>- كما تم تصميم الحافز الضريبي 12I Tax 12I (The Incentive لدعم استثمارات Greenfield (أي المشاريع الصناعية الجديدة التي تستخدم أصول التصنيع الجديدة وغير المستخدمة فقط)، بالإضافة إلى استثمارات Brownfield (أي توسعات أو تحديث المشاريع الصناعية القائمة)، يقدم الحافز الدعم لكل من استثمار رأس المال خاصة ذلك المقام في المناطق الاقتصادية الخاصة Special Economic Zone، وكذلك الدعم التدريب.</p>

تشجيع
الإنتاج
والاستثمار
من أجل
التصدير

<p>- تهدف استراتيجية التصدير التركية ٢٠٢٣، التي أطلقتها وزارة التجارة وجمعية المصدرين الأتراك في عام ٢٠٠٩، إلى جعل تركيا واحدة من أكبر ١٠ اقتصادات في العالم بحلول عام ٢٠٢٣، وزيادة نسبة التصدير إلى الاستيراد إلى ٨٠٪</p> <p>- وإجمالاً يمكن القول إن «استراتيجية الصادرات التركية لعام ٢٠٢٣» تستهدف تطوير هيكل صادرات حديث ومرن يعتمد على التكنولوجيا المتقدمة والبحث والتطوير لتلبية متطلبات بيئة الأعمال الحالية والمستقبلية، وتسعى الاستراتيجية لتحديث هيكل صادرات تركيا من خلال تحسين الإنتاجية والابتكار والتركيز على القطاعات ذات القيمة المضافة العالية وتوسيع الوصول إلى الأسواق العالمية.</p> <p>- ومن أجل تحقيق هذه الأهداف، تتبنى تركيا مجموعة متنوعة من البرامج لتحفيز الصادرات ودعم مجال البحث والتطوير وتعزيز القدرة التنافسية الدولية لتعزيز القدرة التصديرية القطاعية.</p>	<p>- يعد ترويج الصادرات في جنوب إفريقيا أحد الآليات لتحقيق رؤية أوسع لاقتصاد جنوب إفريقيا الصناعي الديناميكي والمنافس عالمياً، والذي يتميز بالتحول الاقتصادي الهادف، والنمو الشامل والتنمية، وفرص العمل اللائق والإنصاف، وبناء على الإمكانيات الكاملة لجميع المواطنين.</p> <p>- تم إعداد الاستراتيجية بناء على مشاركة واسعة لممثلي الحكومة وقطاع الأعمال والخبراء وتم اجراء مقابلات مع المصدرين الحاليين والسابقين والمحتملين علاوة على دراسة افضل الممارسات التي تسبق جنوب إفريقيا وتقييم للاستراتيجيات السابقة أيضا</p> <p>- تهدف الاستراتيجية الوطنية المتكاملة للتصدير إلى زيادة إجمالي الصادرات بنسبة ٦٪ سنويا وقيمة المنتجات الصناعية بنسبة ٧٪ سنويا، بهدف جعل صادرات المنتجات والخدمات الصناعية ٤٠٪ من إجمالي الناتج و٤٠٪ من جميع الخدمات بحلول عام ٢٠٣٠.</p> <p>- يتم تحقيق الاهداف الاستراتيجية من خلال أربع ركائز اساسية :</p> <p>- الركيزة الأولى: تحسين بيئة التصدير والقدرة التنافسية الدولية في جنوب إفريقيا</p> <p>- الركيزة الثانية: زيادة الطلب على سلع وخدمات جنوب إفريقيا من خلال تحديد أولويات السوق والترويج والوصول</p> <p>- الركيزة الثالثة: زيادة القدرة التصديرية وتعزيز أداء المصدرين من خلال البرنامج الوطني لتنمية المصدرين (NEDP)</p> <p>- الركيزة الرابعة: تعزيز آليات ترويج الصادرات من خلال تعزيز عرض القيمة في جنوب إفريقيا South Africa's value-proposition</p> <p>- يندرج تحت الركائز المختلفة ثلاث برامج اساسية لتحفيز الصادرات وهما :</p> <p>برنامج تسويق الصادرات والاستثمار (EMIA) وخطة المساعدة الخاصة بقطاعات محددة (SSAS)، وبرنامج جدوى المشاريع الرأسمالية (CPFP)</p> <p>- يضاف إلى ذلك مجموعة كبيرة ومتنوعة من برامج الدعم والتحفيز القطاعية المتخصصة مثل:</p> <p>- برنامج نظام دعم المعالجة الزراعية Agro Processing Support Scheme (APSS) - برنامج الاستثمار في السيارات Automotive Investment Scheme (AIS)</p> <p>- برنامج تعزيز القدرة التنافسية للملابس والمنسوجات Clothing and Textile Competitiveness Programme (CTCP)</p>
--	---

يقود جهود تنمية الصادرات في جنوب إفريقيا المجلس الاستشاري الوطني للتصدير (NEAC) الذي تتمثل وظيفته الأساسية في خدمة دور المناصرة للمصدرين وتوفير قناة يمكن من خلالها للمصدرين التواصل الفعال مع الحكومة وتحديدًا من خلال :

- تمثيل وتعزيز مصالح المصدرين والمصدرين المحتملين ومؤسسات خدمات التصدير.
- تقديم المشورة إلى الدوائر الحكومية الوطنية والإقليمية والمحلية بشأن السياسات الحكومية لتشجيع الصادرات وزيادة عدد المصدرين والمصدرين المحتملين.
- أنشأت حكومة جنوب إفريقيا مجالس التصدير على مستوى المحافظات لتسهيل التنسيق والتواصل بشكل أفضل بين مختلف قطاعات الصناعة حول استراتيجيات اختراق الأسواق الخارجية.
- وتشكل مجالس التصدير عنصراً حاسماً في استراتيجية الحكومة لزيادة الصادرات، وتنويع خط إنتاجها، وفتح أسواق جديدة، وتعزيز قاعدة المصدرين من خلال حشد دعم المصدرين الناشئين والشركات المملوكة للسود والنساء والشباب.
- تم تسجيل ١٨ مجلساً تصديرياً وستة اتحادات صناعية وأربع مجموعات عمل مشتركة لدى وزارة التجارة والصناعة، والتي تغطي القطاعات التالية: السيارات، وتصنيع المعادن ونقل رأس المال والسكك الحديدية، والجلود والأحذية، والكهربائية التقنية، ومصنعي الصلب، والمهن البيئية المبنية، والمعالجة الزراعية، ومستحضرات التجميل وما إلى ذلك.
- يتم تمويل هذه الكيانات من قبل وزارة التجارة والصناعة من خلال برنامج المساعدة الخاصة بالقطاع (SSAS) ضمن برنامج تسويق الصادرات ومساعدة الاستثمار (EMIA).

- تنمية الصادرات في تركيا وتعزيزها لا تتولاها الحكومة بمفردها، وإنما يشاركها فيه أصحاب المصلحة المعنيين بالعملية التصديرية وعلى رأسهم جمعية مصدري تركيا (TIM) وهي منظمة شاملة لاتحادات المصدرين، مسؤولة عن تطوير وتعزيز الصادرات في تركيا. تأسست TIM عام ١٩٣٧، وتهدف إلى توجيه التجارة الخارجية لتركيا، ووضع سياسة التصدير، وتعزيز تنويع السوق، وتسهيل الميزة التنافسية للمصدرين الأتراك، وتعزيز العلاقات التجارية والاجتماعية والثقافية مع الدول الشريكة التجارية، والعمل كجسر بين القطاعين الخاص والعام في الأنشطة التي تدعم هذا الهدف.

- وتضم أكثر من ١٠٣,٠٠٠ عضو في ٢٧ قطاعاً، تقوم TIM بتنسيق العلاقات مع مجتمعات التجارة الخارجية، وتنظيم المنظمات التجارية، وإجراء أبحاث حول سمعة البضائع التركية في الخارج.

- كما أنها توفر الحوافز والدعم للمصدرين لتحقيق ميزة تنافسية في الإنتاج والتجارة الخارجية، وتدعم رواد الأعمال من خلال إنشاء نظام بيئي للبحث والتطوير والتصميم وزيادة الأعمال.

- وتلعب مؤسسات أخرى، مثل اتحاد الغرف وتبادل السلع في تركيا (TOBB)، دوراً حاسماً أيضاً في تشجيع الصادرات وتعزيز التطوير المهني. وتحفيز رواد الأعمال.

<p>- يهدف بنك Türk Eximbank إلى تعزيز الصادرات وتنويع السلع والخدمات وفتح أسواق جديدة وزيادة نسبة المصدرين في التجارة العالمية ودعم مبادرات المصدرين.</p> <p>- ويدعم Türk Eximbank المصدرين من خلال برامج الائتمان والتأمين والضمان قصيرة ومتوسطة وطويلة الأجل. توفر معاملات تأمين ائتمان الصادرات للمصدرين تأميناً ضد المخاطر التجارية والسياسية ضمن حدود معينة، مما يسهل الحصول على التمويل من المؤسسات المالية.</p> <p>- يتم تزويد شركات التصدير التي تضمن مستحقات قيمة الصادرات بميزة تخفيض الفائدة في مدفوعات قروضها الناشئة من Türk Eximbank</p> <p>- ويعمل البرنامج على تمكين الصادرات بطرق دفع أطول أجلاً وأكثر خطورة، ويضمن الثقة في الأسواق الناشئة الجديدة، ويزيد من حصتها في الأسواق الحالية.</p> <p>- تتم تغطية الشركات المصدرة بموجب بوليصة واحدة ضد المخاطر التجارية والسياسية لمدة تصل إلى ٣٦٠ يوماً. إذا لم يفي المصدرون بالتزاماتهم، يحق لـ Türk Eximbank إنهاء العقد من جانب واحد.</p> <p>- اعتباراً من ١ أبريل ٢٠١٢، تمت تغطية ٢٣٨ دولة من خلال ممارسة تأمين ائتمان الصادرات قصير الأجل التي يقدمها Türk Eximbank .</p> <p>- قائمة برامج دعم الصادرات تمويلها الذي يقدمها البنك تتضمن</p> <p>- تأمين ائتمان الصادرات Export Credit Insurance</p> <p>- تمويل الصادرات قبل الشحن Pre-shipment Export Financing</p> <p>- قروض ائتمان المشتري Buyer Credit Loans</p> <p>- القروض الائتمانية للموردين Supplier Credit Loans</p> <p>المشاريع والتمويل على أساس العقود Project and Contract-Based Financing</p>	<p>١. يعد برنامج دعم القطاع في جنوب إفريقيا Sector Specific Assistance Scheme (SSAS) بمثابة حافز لتقاسم التكاليف يدعم نمو قطاعات الصناعة ويعزز صادرات جنوب إفريقيا.</p> <p>- ويهدف البرنامج إلى توسيع قاعدة التصدير، وإنشاء أسواق جديدة، وتحفيز نمو الوظائف، وتطوير حلول على مستوى القطاع لحواجز التصدير، وتشجيع المشاركة الاقتصادية للشركات المملوكة للسود والشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم.</p> <p>- يغطي الحافز التكاليف المرتبطة بمبادرات تشجيع المصدرين الناشئين، بحد أقصى ٩, ١ مليون راند لكل مشروع معرض. يتم دعم المخطط من قبل مجالس التصدير والجمعيات الصناعية والمجالس الإقليمية والحضرية</p> <p>٢. برنامج جدوى المشاريع الرأسمالية (Capital Projects Feasibility Programme (CPFP هو عبارة عن منحة قابلة للسداد لتقديم الدعم لعمل دراسات الجدوى لمشاريع السلع والخدمات الرأسمالية في جنوب إفريقيا.</p> <p>- يهدف البرنامج إلى تحفيز الأنشطة الاقتصادية ذات القيمة المضافة، وزيادة الاستثمار المحلي والأجنبي، وتعزيز القدرة التنافسية العالمية، وتوليد فرص عمل مستدامة، وتوليد الطلب على المدى الطويل، وتشجيع تطوير المشاريع في إفريقيا، وخاصة في بلدان مجموعة تنمية الجنوب الإفريقي.</p> <p>- يبلغ الحد الأقصى للمنحة ٨ ملايين راند للمشاريع العالمية المؤهلة لبرنامج BFS و ٥٠٠٠٠٠٠ راند لمبادرات التصنيع المحلية.</p> <p>٣. يدعم برنامج مساعدة تسويق الصادرات والاستثمار Export Marketing and Investment Assistance (EMIA)) القطاع الخاص في أسواق التصدير المستهدفة، ولا سيما أكبر ٥٠ إلى ١٠٠ مصدر.</p> <p>- تم تصميم برنامج مساعدة تسويق الصادرات والاستثمار (EMIA) لمنح تعويضاً جزئياً للمصدرين الأفراد الحاليين والمحتملين عن التكاليف المؤهلة المتكبدة فيما يتعلق بالأنشطة التي تهدف إلى تطوير أسواق التصدير لمنتجات وخدمات جنوب إفريقيا، ولجذب استثمارات أجنبية مباشرة جديدة إلى جنوب إفريقيا.</p>
--	---

<p>- تستخدم منصة التصدير السهل Türkiye's Easy Export Platform في تركيا الذكاء الاصطناعي لتوفير معلومات شاملة عن السوق والمنتجات للمصدرين.</p> <p>- تخدم المنصة كلا من المصدرين النشطين والمحتملين، مما يسمح لهم باختيار الأسواق المستهدفة المناسبة وتطوير استراتيجيات دخول السوق.</p> <p>- يوفر واجهة سهلة الاستخدام وخدمة استشارية رقمية مجانية، متجاوزاً نظيراته العالمية من حيث النطاق والطبيعة والجمهور المستهدف والتكنولوجيا.</p> <p>- تستخدم المنصة تكامل البيانات في الوقت الفعلي وتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي لإنتاج نتائج موضوعية ومبنية على تحليل المعلومات والبيانات علاوة على دراسات سوقية متخصصة.</p> <p>- يقدم وحدات لتطوير استراتيجيات دخول السوق، بما في ذلك وحدة «Smart Export Robot»، التي توصي بالأسواق المستهدفة المحتملة، ووحدات «Riigileht» و«Industry page»، التي توفر إحصائيات خاصة بالمنتج ومعلومات عن السوق بحيث تكون بمثابة دليل شامل مخصص للمصدرين.</p> <p>- كافة المعلومات يمكن النفاذ إليها من خلال تسجيل المصدر.</p>	<p>- يساعد مركز إمكانيات التجارة Trade Opportunities Centre (TOC) التابع لوزارة التجارة والصناعة والمنافسة الشركات في جنوب إفريقيا في جميع الصناعات في العثور على إمكانيات الأعمال في الخارج. توفر شبكة الممثلين الاقتصاديين الأجانب التابعة لـ DTIC والمصادر الأخرى الجديرة بالثقة معلومات عن آفاق الأعمال الدولية على أساس منظم، والتي يتم بعد ذلك توزيعها ومطابقتها مع الشركات الصغيرة والمتوسطة الجاهزة للتصدير في جنوب إفريقيا.</p> <p>- يقدم نشرات التجارة الرائدة وهي نشرة شهرية تزود الشركات في جنوب إفريقيا بمعلومات حول آفاق الأعمال الأجنبية التي تم الحصول عليها من مصادر حسنة السمعة وشبكة الوكلاء الاقتصاديين الأجانب التابعة لوزارة التجارة والصناعة والمنافسة، ويجب على الشركات في جنوب إفريقيا التي ترغب في الرد على عميل محتمل أن تتواصل مع ممثل الوزارة المعين المذكور في النشرة.</p> <p>توافر المعلومات المتكاملة مكن جنوب إفريقيا من استهداف الأسواق التي تمثل فرصاً لنمو الصادرات وتحديد المنتجات لكل سوق والإجراءات المطلوبة.</p>
--	--

- يهدف البرنامج الوطني لتنمية المصدرين National Exporter Development Programme (NEDP) التي تم إطلاقها عام ٢٠١٣ إلى توسيع قاعدة المصدرين في جنوب إفريقيا وزيادة الصادرات بشكل عام، وخاصة تلك المنتجات والخدمات التي تضيف قيمة، وتساهم في التوظيف والاقتصاد الأخضر.

- توفر NEDP نهجاً متكاملًا لتطوير وتثقيف كل من المصدرين والمصدرين المحتملين

- البرنامج هو سلسلة من التدخلات بهدف تطوير المصدرين المحتملين ليصبحوا مصدرين عالميين فعالين من خلال مبادرة Global exporter passport بالإضافة إلى مراقبة تقدم المصدرين من خلال التدخلات المرحلية.

- يتم تحديد التدخلات بناءً على تحديد المرحلة التي ينتمي إليها المصدر وهم خمسة مراحل أساسية لكل منها مجموعة التدخلات الخاصة به:

- المرحلة الأولى: المستكشف هو المؤسسة التي تستكشف خيارات تطوير الأعمال، والتي قد يكون تصديرها ممكنًا؛

- المرحلة الثانية: تكون لدى المؤسسة المدركة للتصدير فكرة ما عما يستلزمه التصدير، وتكون جاهزة للتصدير في بعض الجوانب، ولكنها تفتقر إلى مهارات التصدير الأساسية؛

- المرحلة الثالثة: تمتلك الشركة الجاهزة للتصدير الأساسيات وتحتاج إلى تطوير خطة لتسويق الصادرات؛

- المرحلة الرابعة: المصدر الناشئ جاهز للتصدير وقد أكمل خطة تسويق التصدير، والتي يجب الآن تنفيذها لتحقيق الطلبات الأولية؛

- والمرحلة الخامسة: ربما كان المصدر العالمي يقوم بالتصدير لعدد من السنوات ويحتاج الآن إلى المزيد من اختراق الأسواق، أو تطوير أسواق جديدة، أو تطوير منتجات جديدة.

- يتم تقديم تدريب موحد على التصدير في جميع أنحاء البلاد مبني وفقًا لأفضل الممارسات ومعتمد من قبل هيئة المؤهلات بجنوب إفريقيا (SAQA) ويشرف على تنفيذه قبل مجلس الجودة للتجار والمهنيين (QCTO).

- أطلقت الحكومة التركية ووزارة الاقتصاد وجمعية المصدرين الأتراك (TIM) وجمعية مصدري المنسوجات والملابس في إسطنبول (ITKIB)، مبادرة . (TURQUALITY) وهي تعتبر «برنامجًا وطنيًا لبناء العلامة التجارية».

- تعتبر المبادرة نظام اعتماد يهدف إلى رفع مستوى المؤسسات المستفيدة إلى المعايير الدولية. إنه «برنامج بناء العلامة التجارية الوطنية» الذي يعزز تطوير الشركات التركية على مستوى العالم .

- تقدم المبادرة الدعم المالي والاستشارات التنظيمية والدعم التعليمي والحملات الإعلامية لتعزيز الوعي العالمي بالعلامات التجارية التركية إلى جانب نشر ثقافة التصدير.

- اعتبارًا من عام ٢٠١٧، تمت رعاية ١٦٢ شركة من خلال المبادرة

تشمل المساعدة المقدمة للشركات التي ترغب في المشاركة ما يلي:

١- المساعدة الترويجية وتشمل أنشطة الإعلان والترويج والتسويق كل من الإعلانات والرعاية في التلفزيون والراديو والانترنت والترويج المطبوع واللوحات الاعلانية والمواد الترويجية غير القابلة للبيع وبعض رسوم المعارض ... إلخ؛

٢- المساعدة العادلة؛

٣- المساعدة الاستشارية؛

٤- استئجار الوحدة مع خدمة التخزين؛

٥- التثبيات الأساسية ومفهوم المساعدة في العمل المعماري؛

٦- المساعدة في الامتياز؛

٧- المساعدة في التوظيف؛

٨- المساعدة في شهادات دخول السوق والترخيص؛

٩- المساعدة في دراسات وتقارير أبحاث السوق



	<p>- تهدف الخطة الإستراتيجية لترويج الصادرات من أجل تعزيز حجم الصادرات (نمو الصادرات) وزيادة قيمة الصادرات (الارتقاء في سلسلة القيمة)، ويتم تحقيق هذا التعزيز من خلال الاحتفاظ بالمصدرين الحاليين، وتوسيع صادرات المصدرين الحاليين، وتطوير مصدرين جدد</p> <p>- تتضمن المنهجية إعداد مصفوفات بالمنتجات للأسواق التقليدية والمتنوعة والمبنية على عوامل الطلب والعرض لتنمية القطاع والوصول إلى الأسواق، وسيتم استخدام آليات ترويج الصادرات الاستراتيجية بالمشاركة مع القطاع الخاص في الأسواق المستهدفة لا سيما أكبر ٥٠ إلى ١٠٠ مصدر التي تحتاجها البلدان النامية بناءً على عوامل العرض والطلب.</p> <p>يدعم برنامج مساعدة تسويق الصادرات والاستثمار Export Marketing and Investment Assistance (EMIA) القطاع الخاص في أسواق التصدير المستهدفة، ولا سيما أكبر ٥٠ إلى ١٠٠ مصدر.</p>	<p>تطوير أداء المصدرين وتوسيع القاعدة التصديرية</p>
--	---	---

- يتم تقديم الخدمات المختلفة لتحفيز الصادرات بناء على قياس لجاهزية كل منشأة لتصدير واحتياجاتها.
- كافة الخدمات والبرامج الداعمة للتصدير موجودة على منصة واحدة اليكترونية سهلة الاستخدام وبها دعم فني بطرق متعددة ودليل للاستخدام.

- تقدم تركيا انواع متعددة من المساندة لصغار المصدرين والشركات الناشئة تبدأ بالمساعدة في تحمل تكاليف دعم إعداد مشروع دخول السوق ، واستراتيجية التمويل والتسعير للأسواق الخارجية، واستراتيجية التسويق والقنوات، وخطة العمل والميزانيات الخاصة بذلك، وكلها تهدف إلى ضمان نمو الصادرات المستدام. وقد يصل معدل الدعم إلى ٥٠٪ بما يعادل ٣٦١٠٠٠ ليرة تركية / لكل مشروع.
- كما تقدم دعم أبحاث الأسواق الخارجية بما يشمل نفقات السفر لاجتماعات العمل، وتقتصر نفقات السفر والإقامة على عشرة أيام في ثلاثة بلدان مختلفة في وقت واحد، وخمسة كل عام، وإجمالي عشرين. نسبة دعم ٥٠٪ بإجمالي ١٨٠,٠٠٠ ليرة تركية لكل نشاط.

- أما دعم تسجيل العلامات التجارية للعلامات التجارية التي لديها شهادة تسجيل علامة تجارية محلية، وتكاليف التسجيل الأجنبية، بما في ذلك (خدمة مكتب العلامات التجارية/براءات الاختراع، وتكاليف الاستشارات، والبحث الذي يتعين إجراؤه حول ما إذا كانت العلامة التجارية قد تم تسجيلها باسم شركة أخرى في ذلك البلد، والفحص، جميع المصاريف الإجبارية المتعلقة بالتوكيل) و مصاريف حماية التسجيل الأجنبي (محامي حماية العلامات التجارية المسجلة في الخارج)، وقد يصل معدل الدعم إلى ٥٠٪ مع حد أقصى لمدة ٤ سنوات بما يبلغ ١,٣٧٧,٠٠٠ ليرة تركية كل عام، بالإضافة إلى أنواع أخرى من الدعم مثل دعم شهادات دخول السوق، ودعم سلسلة التوريد العالمية، وتعويضات التأمين، والوفد التجاري القطاعي، والمشتريين. كما تقرر إنشاء مكاتب دعم الصادرات في الغرف الموجودة في المحافظات المحددة بالتعاون مع وزارة التجارة و TOBB، وذلك لتقديم خدمة معلوماتية تعتمد على التواصل المستمر والمنتظم من أجل زيادة صادرات الدولة وعدد المصدرين وإبلاغ المصدرين الحاليين، ومكاتب دعم الصادرات هو إجراء يتم تنفيذه ضمن نطاق خطة عمل الـ ١٠٠ يوم لوزارة التجارة والتي تم تحديدها على أنها «إنشاء مكاتب دعم الصادرات داخل غرف الصناعة و/أو التجارة».

المصدر: إعداد الباحث بناء على مصادر متعددة والمواقع الإلكترونية لوزارة التجارة في تركيا وجنوب إفريقيا.





مجلس الوزراء
مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار

الحي الحكومي - العاصمة الإدارية الجديدة

رقم بريدي: 11582 ص.ب: 191 مجلس الشعب تليفون: (202)27929292 فاكس: (202)27929222

 www.idsc.gov.eg

 info@idsc.gov.eg

