

دراسة معوقات تصدير الملابس الجاهزة في مصر Studying Apparel Export Obstacles in Egypt

أ.د./ فايزه فتحى سيد إبراهيم

استاذ تكنولوجيا انتاج النسيج و عميد شعبه التتميه
التكنولوجيه-الجامعه العماليه

م/عبير محمد حلمى فرج

مهندسه بالبيئه العامه للتتميه الصناعيه -وزاره
التجاره والصناعه

أ.د/ عبد الرحيم رمضان عبد الغنى

استاذ كيمياء المنسوجات ورئيس قسم الملابس الجاهزه
كلية الفنون التطبيقيه-جامعه حلوان

أ.م.د/ احمد محمود عبده الشيخ

استاذ مساعد بقسم الملابس الجاهزه كلية الفنون
التطبيقيه-جامعه بنها

المخلص

تعد المشروعات الصغيرة والمتوسطة قاطرة الاقتصاد القومي لما لها من دور مؤثر على صعيد زياده الأنتاج وإيجاد فرص العمل، لذلك فإن تسويق وتصدير منتجات هذه المشروعات يمثل الطريق المضمون لنجاحها. ان هذه المشروعات ما زالت بحاجة لمزيد من الجهد لتعزيز دورها الأنتاجي والتصديرى. وقد تم فى هذا البحث تحديد معوقات تصدير الملابس الجاهزه من خلال استماره استقصائيه واهمها يتضح ان جوده المنتج يليه الأنتقاء الجيد لمدخلات الأنتاج والتأكد المستمر على جودة الخامات والمكونات من اهم عوامل التغلب على مشكلات التصدير وضرورة الألتزام بمعايير الجودة والأشترطات البيئيه. تصميم برامج فاعلة لأداره الجودة الشامله تهئى تحسناً مستمراً فى مستوى جوده المنتجات المصدرة وتكسيها ميزة تنافسية. ضعف القدرة التنافسية للمنتج المصرى يكون نتيجة ضعف الأجهزة التسويقية-عدم وجود أو ضعف أجهزه الترويج والأعلان. ان العماله المدربه والتكنولوجيا المتقدمة من أهم وسائل دعم القدره التنافسية فى الأسواق الدولية وذلك للوصول الى الجودة المطلوبه للمنتج المطلوب لأسواق التصدير.

Abstract

Small and medium enterprises are the locomotive of the national economy because of its influential role in increasing production and creating jobs, the marketing and export of these projects is the guaranteed path to their success. These projects still need more effort to enhance their productive and export role. In this research, the constraints of exporting garments were identified through a questionnaire form and the most important is the quality of product followed by good selection of production inputs and continuous emphasis on the quality of materials and components of the most important factors to overcome the problems of export and the need to abide by the standards of quality and environmental requirements. Design effective programs for the management of the quality to provide continuous improvement in the quality level of exported products and gain a competitive advantage. Weak competitiveness of the Egyptian product is the result of weak marketing, lack of promotion and advertising. Trained labor and advanced technology is one of the most important means of supporting competitiveness in international markets in order to reach the quality of the product required for export markets.

الكلمات الداله

معوقات التصدير-صناعة الملابس الجاهزة-المشروعات الصغيره-الواقع الحالى بجمهورية مصر العربية.

مقدمة :

تتنافس الصادرات إلى الأسواق الخارجية يعتمد في المقام الأول علي مدى نجاح المشروعات الصغيرة والمتوسطة في تطوير منتجاتها بما يعظم من قدرتها التنافسية من حيث الجودة والسعر علي السواء.

وتعد صناعة الملابس الجاهزه الصناعة الأقدر علي المنافسة وتحقيق العوائد المرجوة، ونجاح التصدير له دور هام في إقتصاد الدوله بجانب إنه يحقق فوائد عظيمة مثل المساهمة في استقرار الأقتصاد والتخلص من العجز في الميزان التجاري والمساهمة في تمويل المشروعات الإنتاجية والخدمية بالإضافة إلي المساهمة في تمويل العملة الصعبة اللازم لقطاع الأستيراد ونقل التكنولوجيا، وهذه الدراسة توضح معوقات تصدير الملابس الجاهزه في مصر.

مشكله البحث :

١-صعوبه الوصول الي قنوات التصدير (عدم وجود كيان او منظومة متخصصة في آليات تصدير الملابس بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة) .

٢-نقص الوعي التصديري

أهداف البحث:

١-دراسة معوقات التصدير وكيفية التغلب عليها .

٢-عمل منظومة للمصانع الصغيرة والمتوسطة للتعريف بكيفية التصدير .

اهميه البحث :

١- تحسين القدرات التنافسية لمنتجات الملابس الجاهزة لزيادة الصادرات في مصانع الملابس الصغيرة والمتوسطة .

منهجه البحث :

يتخذ البحث المنهج الوصفي والتحليلي والتطبيقي .

حدود البحث :

يقتصر البحث على مصانع الملابس الجاهزة الصغيرة والمتوسطة بجمهورية مصر العربية.

فروض البحث :

١. جمع البيانات المطلوبة من المصانع الصغيرة والمتوسطة عن معوقات التصدير التي

تقابلهم لوضع منظومة مناسبة لهم لكيفية التصدير .

٢. التعرف علي المنظومة الحالية ويمكن الحصول عليها من المصانع الكبرى وذلك

يؤدي الي وضع منظومة يمكن استخدامها في كيفية تصدير المصانع الصغيره

والمتوسطة.

مصطلحات البحث :

- التصدير (Export) : مصدر صدر ويقصد به يشرف علي تصدير البضائع والمنتجات وتسويقها إلي الخارج بقصد التجارة.
- الملابس الجاهزة ready-made garments : هي التي يرتديها معظم الناس اليوم ويوفرها نمط الإنتاج بالجملة وتؤدي إلي توفير الكثير من الوقت والجهد بالنسبة للمستهلك في صنع الملابس وتوفر المال، وتتميز بأنم لها سوقاً واسعة بين أصحاب الدخل المتوسطة.
- المشروعات الصغيرة small enterprises : تعرف المنشأة الصغيرة بإنها منشأة فردية تمارس نشاطاً إقتصادياً إنتاجياً أو تجارياً أو خدمياً ، ولا يقل رأسمالها المدفوع عن خمسين ألف جنيه ولا يجاوز مليون جنيه ولا يزيد عدد العاملين فيها على خمسين عاملاً.(قانون تنمية المشروعات الصغيرة لسنة ٢٠٠٤).

الإطار النظري للبحث:**١.١ الصناعات الصغيرة والمتوسطة:****١.١.١ مقدمة عن الصناعات الصغيرة**

تحظى المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الوقت الراهن باهتمام مخططي السياسات الاقتصادية والاجتماعية في مختلف دول العالم المتقدم والنامي علي حد سواء وذلك انطلاقاً من الدور الحيوي لهذه الصناعات في تحقيق الاهداف الاقتصادية والاجتماعية . (٢) ، (٣) وتعد صناعه الملابس الجاهزة الصناعه الاقدر علي المنافسة وتحقيق العوائد المرجوة.

٢.١.١ خصائص ومميزات المشروعات الصغيرة :

- يمكن ان توفر الصناعات الصغيرة العديد من إحتياجات المنشآت الكبيره بالكميات والجودة المناسبة والصناعات المغذية معروفة لدى العديد من الصناعات (كأن تقوم منشأه صغيره بإنتاج بعض مكونات إنتاج السيارات بحيث تكون كل منشأه مسئوله عن إنتاج جزء من هذه المكونات و تحسن من إنتاجها من وقت لآخر . (٥) ، (٦)
- ترتبط هذه الصناعه بنسبه قليلة من المعدات والألات ومستلزمات الإنتاج ورأس المال. (١) ، (٤) ، (٥)
- يمكن ان توفر الصناعات الصغيرة العديد من إحتياجات المنشآت الكبيره بالكميات والجودة المناسبة

٢.١ معوقات التصدير :

- تعقد إجراءات التصدير وتعدد مستنداتها وقصور عمليه الشحن والتفريغ وعدم انتظامها .
- عدم وجود دراسته شامله للأسواق الخارجية يستفاد بها في إمكانية الدخول في هذه الأسواق ومدى ملائمة المنتجات المصرية لها . (٧)

١.٢.١ انواع معوقات التصدير العامه :

- ضعف الحوافز الضريبية فى دعم الشركات المصدرة للمنتجات .
- قصور المساعدات الرسمية المحلية فى التغلب على معوقات التصدير .
- المنافسة بين الشركات داخل الأسواق الخارجية .
- محدودية منافذ التوزيع فى الأسواق الخارجية .
- عدم وضوح اللوائح والأجراءات المتعلقة بالاستيراد فى الأسواق الخارجية .
- زياده التعريفه الجمركية على السلع الخارجية فى الأسواق الخارجية . (٢) (٨)

٢- الجانب التطبيقي:

تم تصميم قائمه استبيان تشمل العناصر المراد دراستها من خلال عدد من مصانع الملابس الجاهزة المسجلة فى هيئة التنمية الصناعية ثم تحليل البيانات الواردة منها لتحليل معوقات تصدير الملابس الجاهزة فى مصر .

جدول (١) عدد المصانع (متوسط يصدر - صغير يصدر - صغير لا يصدر)

٢١	متوسط يصدر A
١٦	صغير يصدر B
٦٢	صغير لا يصدر C

مقسمة على الست مناطق التالية (القاهرة الكبرى-الاسكندرية- العاشر من رمضان-

السادس من اكتوبر - الدلتا- اخرى)

٢-١ - الصدق والثبات

تم حساب الصدق والثبات لاستثمارات لمعرفة مدى مناسبة الاستثمارات لتحقيق اهداف الدراسه الحاليه عن معوقات التصدير للصناعات الصغيرة والمتوسطة.

٢-٢- محاور الأستبيان:

- الأسئلة المتعلقة بالمعدات والتكنولوجيا
- درجة الالتزام بمعايير الجودة والاشتراطات البيئية
- علاقة تطبيق المعايير البيئية بالقدرة التنافسية
- اهم القوانين والمعايير الخاصة بالمشروعات الصغيرة
- توافر معلومات خاصة بكيفية اعداد المشروع
- إعداد دراسة جدوي للمشروع
- الإجراءات والتراخيص الحكومية
- نشر القوانين الخاصة بالعمل في المصنع

- توافر مواصفات فنية
- قائمه بأهم مشاكل ومعوقات المشروعات الصغيرة
- قصور في خبرات صاحب المشروع ومهاراته
- صعوبة تسويق منتجات المشروع
- صعوبة التسعير المناسب لمخرجات المشروع
- قصور دراسة جدوى المشروع

٣- النتائج والمناقشة:

جدول (٢) اهم القوانين والمعايير الخاصة بالمشروعات الصغيرة

م	متوسط يصدر A			صغير يصدر B			صغير لا يصدر C		
	المتوسط الوزني %	الانحراف المعياري %	نسبه الاتفاق %	المتوسط الوزني %	الانحراف المعياري %	نسبه الاتفاق %	المتوسط الوزني %	الانحراف المعياري %	نسبه الاتفاق %
بند ١	٥ %	٠.٣٠	٩٠.٥ %	٨٨ %	٠.٦٨	٨٧.٥ %	٧٣ %	٠.٥٠	٥٤.٨ %
بند ٢	٩٥ %	٠.٣٠	٩٠.٥ %	٨٨ %	٠.٦٨	٨٧.٥ %	٧٧ %	٠.٥٠	٥٤.٨ %
بند ٣	٩٠ %	٠.٤٠	٨١.٠ %	٦٣ %	٠.٨٦	٥٠.٠ %	٦٨ %	٠.٤٨	٦٤.٥ %
بند ٤	٨٨ %	٠.٤٤	٧٦.٢ %	٧٥ %	٠.٧٣	٦٢.٥ %	٤٨ %	٠.٧٥	٤٥.٢ %
بند ٥	٨٦ %	٠.٥٦	٧٦.٢ %	٦٩ %	٠.٥٠	٦٢.٥ %	٧٣ %	٠.٥٠	٥٤.٨ %
بند ٦	٩٠ %	٠.٤٠	٨١.٠ %	٦٩ %	٠.٥٠	٦٢.٥ %	٦٠ %	٠.٦٠	٥٩.٧ %
بند ٧	٨٨ %	٠.٤٣	٧٦.٩ %	٨٧ %	٠.٦٩	٨٥.٧ %	٨٤ %	٠.٤٦	٦٨.٩ %
بند ٨	٨٨ %	٠.٤٤	٧٥.٥ %	٩١ %	٠.٣٩	٨٢.١ %	٧٧ %	٠.٥٠	٥٤.١ %
بند ٩	٨٩ %	٠.٤٢	٧٨.٢ %	٩١ %	٠.٣٩	٨١.٣ %	٨٤ %	٠.٤٧	٦٨.٠ %
بند ١٠	٨٦ %	٠.٤٦	٧١.٤ %	٩٤ %	٠.٣٤	٨٧.٥ %	٨١ %	٠.٥١	٦٤.٩ %
بند ١١	٨٤ %	٠.٥٠	٦٩.٨ %	٧٢ %	٠.٤١	٧٧.١ %	٤٤ %	٠.٤٦	٧٨.٨ %

من الجدول (٢) يتضح الاتي:

- اعلى متوسط وزني تحقق فى البنود ١ ، ٢ (توافر معلومات خاصه بكيفية إعداد المشروع -إعداد دراسة جدوى للمشروع) فى الفئة المصدرة
- أقل متوسط وزني تحقق فى البند ٣ (الأجراءات والتراخيص الحكومية) فى الفئة المصدرة .

جدول (٣) قائمة بأهم مشاكل ومعوقات المشروعات الصغيرة

م	متوسط بصدر A			صغير بصدر B			صغير لا بصدر C		
	النسبة %	الأخطاء المعياري	المتوسط الوزني %	النسبة %	الأخطاء المعياري	المتوسط الوزني %	النسبة %	الأخطاء المعياري	المتوسط الوزني %
بند ١	٩٠.٥ %	٠.٣٠	٤٥ %	١٠٠ %	٠.٠٠	٥٨ %	٩٨.٤ %	١.٢٧	٥٨ %
بند ٢	٩٠.٥ %	٠.٣٠	٤٥ %	٨٧.٥ %	٠.٣٤	٥٠ %	٩٠.٣ %	٠.٣١	٥٠ %
بند ٣	٩٠.٥ %	٠.٣٠	٤٥ %	١٠٠ %	٠.٠٠	٤٧ %	٦٤.٥ %	٠.٦٠	٤٧ %
بند ٤	٩٠.٥ %	٠.٣٠	٤٥ %	١٠٠ %	٠.٠٠	٥٥ %	٩٠.٣ %	٠.٣٠	٥٥ %
بند ٥	٤٧.٦ %	٠.٧٤	٤٨ %	٧٥.٠ %	٠.٧٢	٨ %	٨٨.٧ %	٠.٤٩	٨ %
بند ٦	١٠٠ %	٠.٠٠	٥٠ %	٦٢.٥ %	٠.٧٣	٩٤ %	٨٨.٧ %	٠.٣٨	٩٤ %
بند ٧	٩٠.٥ %	٠.٣٠	٥٥ %	٢٥.٠ %	٠.٦٢	٧٥ %	٥٩.٧ %	٠.٦٧	٧٥ %
بند ٨	٩٠.٥ %	٠.٣٠	٥٥ %	٧٥.٠ %	٠.٥٢	٨٠ %	٥٩.٧ %	٠.٤٩	٨٠ %
بند ٩	٥٢.٤ %	٠.٥١	٢٦ %	٧٥.٠ %	٠.٧٢	٢١ %	٧٩.٠ %	٠.٨٢	٢١ %
بند ١٠	٥٢.٤ %	٠.٦٨	٧١ %	٧٥.٠ %	٠.٤٥	٩٨ %	٩٦.٨ %	٠.٢٨	٩٨ %
بند ١١	١٠٠ %	٠.٠٠	٥٠ %	٩٣.٨ %	٠.٢٥	٥٣ %	٩٠.٣ %	٠.٣١	٥٣ %
بند ١٢	١٠٠ %	٠.٠٠	٥٠ %	٨١.٣ %	٠.٤٤	٤٣ %	٧٤.٢ %	٠.٤٨	٤٣ %
بند ١٣	٦١.٩ %	٠.٥٠	٣١ %	٥٠.٠ %	٠.٦٨	٤٠ %	٦٩.٤ %	٠.٥٢	٤٠ %
بند ١٤	٢٨.٦ %	٠.٤٦	١٤ %	٧٥.٠ %	٠.٤٥	١٦ %	٨٠.٦ %	٠.٧٠	١٦ %
بند ١٥	١٠٠ %	٠.٠٠	٥٠ %	٩٣.٨ %	٠.٢٥	٦٧ %	٦٢.٩ %	٠.٥١	٦٧ %
بند ١٦	٨١.٠ %	٠.٤٠	٦٠ %	٦٢.٥ %	٠.٥٠	٨٩ %	٧٧.٤ %	٠.٤٢	٨٩ %
بند ١٧	١٠٠ %	٠.٠٠	٥٠ %	٧٥.٠ %	٠.٤٥	٩٥ %	٩٥.٢ %	٠.٤٣	٩٥ %
بند ١٨	٧٦.٢ %	٠.٤٨	٤٣ %	٧٥.٠ %	٠.٤٥	٩٥ %	٩٥.٢ %	٠.٤٣	٩٥ %
بند ١٩	٥٢.٤ %	٠.٥١	٧ %	٨١.٣ %	٠.٧٠	٩٥ %	٩٥.٢ %	٠.٤٣	٩٥ %
بند ٢٠	١٠٠ %	٠.٠٠	٥٠ %	٦٢.٥ %	٠.٥٠	٧٤ %	٦١.٣ %	٠.٧٤	٧٤ %

من الجدول (٣) يتضح الآتي:

- أعلى متوسط وزني تحقق في البنود ١٠ ، ١٧ ، ١٨ (المنافسة غير الرشيدة بين المشروعات المماثلة - صعوبات في عملية التصدير - صعوبة إيجاد أسواق خارجية) في الفئة المصدرة
- أقل متوسط وزني تحقق في البند ١٤ (قصور التنسيق والتكامل والترابط بين المشروعات الصغيرة في إطار علاقات المدخلات والمخرجات) في الفئة المصدرة

جدول (٤) التكلفة العالية للمنتجات النسجية المصرية

م	متوسط بصدر A			صغير بصدر B			صغير لا بصدر C		
	النسبة %	الأخطاء المعياري	المتوسط الوزني %	النسبة %	الأخطاء المعياري	المتوسط الوزني %	النسبة %	الأخطاء المعياري	المتوسط الوزني %
بند ١	٦١.٩ %	١.٨١	٧٥ %	٣٧.٥ %	٢.٠٠	٥٠.٨ %	٥٩.٧ %	١.٩٤	٥٠.٨ %
بند ٢	٤٢.٩ %	٠.٩٢	٦١ %	٦٢.٥ %	٠.٦٢	٥٦.٤ %	٤٠.٣ %	٠.٩٧	٥٦.٤ %
بند ٣	٥٢.٤ %	١.٤٩	٤٣ %	٥٠.٠ %	١.٣١	٧٤ %	٤٠.٣ %	١.٢٥	٧٤ %
بند ٤	٤٢.٩ %	١.١٢	٥٠ %	٢٥.٠ %	١.٤٤	٥٨ %	٢٩.٠ %	١.٤٣	٥٨ %
بند ٥	٧١.٤ %	٠.٩٣	٧١ %	٦٢.٥ %	٠.٨٦	٦٥.٦ %	٤٣.٥ %	١.١٣	٦٥.٦ %

من الجدول (٤) يتضح الاتى:

أعلى متوسط وزنى تحقق فى البند ٣ (الأرتفاع فى اسعار الطاقة) فى الفئة المصدرة
-أقل متوسط وزنى تحقق فى البند ٢ (الضرائب والرسوم الجمركية) فى الفئة المصدرة

جدول رقم (٥) مبررات توجه

الشركة التصدير

م	متوسط يصدر A			صغير يصدر B			صغير لا يصدر C	
	المتوسط الوزنى %	الأختلاف المعيارى	نسبه الاتفاق %	المتوسط الوزنى %	الأختلاف المعيارى	نسبه الاتفاق %	المتوسط الوزنى %	الأختلاف المعيارى
بند ١	٨٦%	٠.٤٦	٧١.٤%	١٠٠%	٠.٠٠	١٠٠.٠%	٦٣%	٠.٥١
بند ٢	٦٩%	٠.٥٠	٦١.٩%	٨٨%	٠.٦٨	٨٧.٥%	٩٣%	٠.٣٦
بند ٣	٨٦%	٠.٤٦	٧١.٤%	٩٤%	٠.٣٤	٨٧.٥%	٩٠%	٠.٤١
بند ٤	٩٠%	٠.٤٠	٨١.٠%	١٠٠%	٠.٠٠	١٠٠.٠%	٩١%	٠.٣٩
بند ٥	٨٦%	٠.٤٦	٧١.٤%	٨١%	٠.٧٢	٧٥.٠%	٥٦%	٠.٧٠
بند ٦	٦٢%	٠.٤٤	٧٦.٢%	٨٨%	٠.٤٥	٧٥.٠%	٦٥%	٠.٤٦
بند ٧	٨٨%	٠.٤٤	٧٦.٢%	٧٧%	٠.٥٢	٥٠.٠%	٥٩%	٠.٣٩

من الجدول (٥) يتضح الاتى:

أعلى متوسط وزنى تحقق فى البند ١،٤ (وجود فرص تسويقية فى السوق الخارجى)-الحصول
على العملات الصعبة) فى الفئة المصدرة
-أقل متوسط وزنى تحقق فى البند ٦ (الألتزام بسياسة الدولة) فى الفئة المصدرة

جدول (٦) تعتمد الشركة علي اسس المنافسة المختلفه للتصدير

م	متوسط يصدر A			صغير يصدر B			صغير لا يصدر C		
	المتوسط الوزنى %	الأحرف المعيارى	نسبه الاتفاق %	المتوسط الوزنى %	الأحرف المعيارى	نسبه الاتفاق %	المتوسط الوزنى %	الأحرف المعيارى	نسبه الاتفاق %
بند ١	% ٨٦	٠.٤٦	% ٧١.٤	% ١٠٠	٠.٠٠	% ١٠٠	% ٦٥	٠.٤٦	% ٦٩.٤
بند ٢	% ٧٤	٠.٥١	% ٤٧.٦	% ٨٨	٠.٦٨	% ٨٧.٥	% ٩٤	٠.٣٢	% ٨٨.٧
بند ٣	% ٨٦	٠.٤٦	% ٧١.٤	% ٩٤	٠.٣٤	% ٨٧.٥	% ٩٠	٠.٤٠	% ٨٠.٦
بند ٤	% ٩٠	٠.٤٠	% ٨١.٠	% ٩٤	٠.٣٤	% ٨٧.٥	% ٩٢	٠.٣٧	% ٨٣.٩
بند ٥	% ٨٦	٠.٤٦	% ٧١.٤	% ٨١	٠.٧٢	% ٧٥.٠	% ٥٦	٠.٧١	% ٤٨.٤
بند ٦	% ٦٠	٠.٤٠	% ٨١.٠	% ٨٨	٠.٤٥	% ٧٥.٠	% ٦٦	٠.٤٧	% ٦٧.٧
بند ٧	% ٩٠	٠.٤٠	% ٨١.٠	% ٧٥	٠.٥٢	% ٥٠.٠	% ٦٠	٠.٤٠	% ٨٠.٦

من الجدول (٦) يتضح الاتى:

أعلى متوسط وزنى تحقق فى البند ٤، ٣، ١ (وجود فرص تسويقية فى السوق الخارجى-

التصدير أكثر ربحية-أقل متوسط وزنى تحقق فى البند ٦ (الألتزام بسياسة الدولة) فى الفئه المصدره

جدول (٧) تعتمد الشركة علي اسس المنافسة لتصدير المنتجات

م	متوسط يصدر A			صغير يصدر B			صغير لا يصدر C		
	المتوسط الوزنى %	الأحرف المعيارى	نسبه الاتفاق %	المتوسط الوزنى %	الأحرف المعيارى	نسبه الاتفاق %	المتوسط الوزنى %	الأحرف المعيارى	نسبه الاتفاق %
بند ١	% ٨١	٠.٥٠	% ٦١.٩	% ٩٤	٠.٣٤	% ٨٧.٥	% ٩٨	٠.٢٢	% ٩٥.٢
بند ٢	% ٩٠	٠.٤٠	% ٨١.٠	% ١٠٠	٠.٠٠	% ١٠٠.٠	% ١٠٠	٠.٠٠	% ١٠٠.٠
بند ٣	% ٦٠	٠.٤٠	% ٨١.٠	% ٨٨	٠.٤٥	% ٧٥.٠	% ٨٥	٠.٤٦	% ٦٩.٤
بند ٤	% ٩٠	٠.٤٠	% ٨١.٠	% ١٠٠	٠.٠٠	% ١٠٠.٠	% ١٠٠	٠.٠٠	% ١٠٠.٠
بند ٥	% ٥٥	٠.٣٠	% ٩٠.٥	% ٥٦	٠.٣٤	% ٨٧.٥	% ٥٦	٠.٣٨	% ٨٣.٩
بند ٦	% ٨١	٠.٥٠	% ٦١.٩	% ٨١	٠.٥٠	% ٦٢.٥	% ٩٠	٠.٤٠	% ٨٠.٦
بند ٧	% ٩٠	٠.٤٠	% ٨١.٠	% ١٠٠	٠.٠٠	% ١٠٠.٠	% ١٠٠	٠.٠٠	% ١٠٠.٠
بند ٨	% ٨٦	٠.٤٦	% ٧١.٤	% ٨٨	٠.٤٥	% ٧٥.٠	% ٩٨	٠.٢٢	% ٩٥.٢
بند ٩	% ٩٠	٠.٤٠	% ٨١.٠	% ١٠٠	٠.٠٠	% ١٠٠.٠	% ١٠٠	٠.٠٠	% ١٠٠.٠

جدول (٨) الصعوبات التي واجهت الشركة في التصدير للأسواق الخارجية

م	متوسط يصدر A			صغير يصدر B			صغير لا يصدر C		
	المتوسط الوزني %	الانحراف المعياري	نسبة الاتفاق %	المتوسط الوزني %	الانحراف المعياري	نسبة الاتفاق %	المتوسط الوزني %	الانحراف المعياري	نسبة الاتفاق %
بند ١	٦٢ %	٠.٨٩	٥٢.٤ %	٨١ %	٠.٧٢	٧٥.٠ %	١٠٠ %	٠.٠٠	١٠٠.٠ %
بند ٢	٢٤ %	٠.٥١	٥٢.٤ %	٤٧ %	٠.٦٨	٥٦.٣ %	٥٧ %	٠.٥٧	٦٦.١ %
بند ٣	٢٤ %	٠.٥١	٥٢.٤ %	٥٠ %	٠.٨٩	٣٧.٥ %	٩٢ %	٠.٤٩	٨٨.٧ %
بند ٤	٤٥ %	٠.٧٠	٥٢.٤ %	٨١ %	٠.٧٢	٧٥.٠ %	٨٢ %	٠.٥٨	٦٩.٤ %
بند ٥	٨٦ %	٠.٤٦	٧١.٤ %	١٠٠ %	٠.٠٠	١٠٠ %	٩٥ %	٠.٤٣	٩٥.٢ %
بند ٦	٧٦ %	٠.٦٨	٦١.٩ %	٥٠ %	٠.٨٩	٣٧.٥ %	٧١ %	٠.٥٩	٤٨.٤ %
بند ٧	٦٠ %	٠.٤٠	٨١.٠ %	٥٠ %	٠.٥٢	٧٥.٠ %	٥٦ %	٠.٣٤	٨٧.١ %
بند ٨	٧٤ %	٠.٥١	٥٢.٤ %	٩٤ %	٠.٣٤	٨٧.٥ %	٨٧ %	٠.٤٤	٧٤.٢ %
بند ٩	٧١ %	٠.٦٨	٥٢.٤ %	١٠٠ %	٠.٠٠	١٠٠.٠ %	٩٨ %	٠.٢٢	٩٣.٥ %
بند ١٠	٨٦ %	٠.٤٦	٧١.٤ %	١٠٠ %	٠.٠٠	١٠٠.٠ %	١٠٠ %	٠.٠٠	٩٨.٤ %

من الجدول (٧) يتضح الآتي:

- أعلى متوسط وزني تحقق في البند ٩، ٧، ٤، ٢ (جودة المنتج- الأسعار- الترويج- الألتزام بمواعيد التسليم) في الفئة المصدرة- أقل متوسط وزني تحقق في البند ٥ (الأثتمان)
- أعلى متوسط وزني تحقق في البند ٥ (إنخفاض اسعار المنتجات المنافسة) في الفئة المصدرة
- أقل متوسط وزني تحقق في البند ٣، ٢ (عدم كفاية الأمكانيات المالية، قصور او ضعف الكفاءات التصديرية البشرية) في الفئة المصدرة

جدول (٩) ضعف القدرة التنافسية للمنتج المصري من الملابس

م	متوسط يصدر A			صغير يصدر B			صغير لا يصدر C		
	النسبة الاتفاق %	الانحراف المعياري	المتوسط الوزنى %	النسبة الاتفاق %	الانحراف المعياري	المتوسط الوزنى %	النسبة الاتفاق %	الانحراف المعياري	المتوسط الوزنى %
بند ١	٣٨.١ %	٠.٧٩	١٣ %	٧٥.٠ %	٠.٤٥	١٨ %	٦٤.٥ %	٠.٤٨	٤٣ %
بند ٢	٧١.٤ %	٠.٤٦	١٠٠ %	١٠٠.٠ %	٠.٠٠	٩٨ %	٩٥.٢ %	٠.٢٢	٨٦ %
بند ٣	٧١.٤ %	٠.٥٤	١٠٠ %	١٠٠.٠ %	٠.٠٠	١٠٠ %	١٠٠.٠ %	٠.٠٠	٥٥ %
بند ٤	٦١.٩ %	٠.٦٨	١٣ %	٨٧.٥ %	٠.٦٨	٥٨ %	٥٨.١ %	٠.٩٩	٢٤ %
بند ٥	٦١.٩ %	٠.٥٠	١٣ %	٨٧.٥ %	٠.٦٨	٥٦ %	٥٣.٢ %	٠.٩٨	١٩ %
بند ٦	٨١.٠ %	٠.٤٠	١٠٠ %	١٠٠.٠ %	٠.٠٠	٨٨ %	٨٥.٥ %	٠.٦٢	٩٠ %
بند ٧	٦١.٩ %	٠.٦٨	٣١ %	٦٢.٥ %	٠.٨٩	٥٩ %	٥٨.١ %	٠.٩٨	٢٤ %

من الجدول (٩) يتضح الأتي:

- أعلى متوسط وزني تحقق في البندين ٢، ٣ (ضعف الأجهزة التسويقيه-عدم وجود

او ضعف أجهزة الترويج والأعلان) في الفئة المصدره

- أقل متوسط وزني تحقق في البند ٤، ١، ٥ (عدم وجود المصمم الجيد-عدم

الأهتمام بتجديد الألات-عدم الأهتمام بالتجهيز والصباه) في الفئة المصدره

جدول (١٠) اشكال الانشطة الترويجية للمصادر من الملابس

	المتوسط			الانحراف			النسبة		
	الوزنى %	المعياري	الاتفاق %	الوزنى %	المعياري	الاتفاق %	الوزنى %	المعياري	الاتفاق %
بند ١	٩٥.٢ %	٠.٢٢	٤٤ %	٦٢.٥ %	٠.٦٢	١٧ %	٦٦.١ %	٠.٤٨	٤٨ %
بند ٢	٨١.٠ %	٠.٤٠	١٠٠ %	١٠٠.٠ %	٠.٠٠	١٠٠ %	٩٨.٤ %	٠.٠٠	٩٠ %
بند ٣	٨١.٠ %	٠.٤٠	٩٤ %	٨٧.٥ %	٠.٣٤	١٠٠ %	١٠٠.٠ %	٠.٠٠	٩٠ %
بند ٤	٨٥.٧ %	٠.٣٨	٦٣ %	٥٠.٠ %	٠.٦٨	٤٩ %	٨٨.٧ %	٠.٣٤	٥٢ %
بند ٥	٨١.٠ %	٠.٤٠	١٠٠ %	١٠٠.٠ %	٠.٠٠	١٠٠ %	١٠٠.٠ %	٠.٠٠	٩٠ %

من الجدول (١٠) يتضح الآتى:

- أعلى متوسط وزني تحقق فى البند ٥،٢(الأشترتك فى المعارض الدولية-
الاتصال المباشر بالوكلاء والعملاء) فى الفئة المصدرة
-أقل متوسط وزني تحقق فى البند ١ (الأعلان) فى الفئة المصدرة
جدول (١١) اسباب عدم قيام الشركة بالإعلان عن منتجاتها فى الأسواق الخارجية

م	متوسط يصدر A			صغير يصدر B			صغير لا يصدر C		
	المتوسط الوزنى %	الأنحراف المعياري %	نسبه الاتفاق %	المتوسط الوزنى %	الأنحراف المعياري %	نسبه الاتفاق %	المتوسط الوزنى %	الأنحراف المعياري %	نسبه الاتفاق %
بند ١	٦٠ %	٠.٤٠	٨١.٠ %	٧٥ %	٠.٧٣	٦٢.٥ %	٩٣ %	٠.٣٦	٨٥.٥ %
بند ٢	٦٢ %	٠.٤٤	٧٦.٢ %	٨٨ %	٠.٤٥	٧٥.٠ %	٨٨ %	٠.٤٣	٧٥.٨ %
بند ٣	٦٧ %	٠.٤٨	٦٦.٧ %	٧٥ %	٠.٧٣	٦٢.٥ %	٧٨ %	٠.٦٧	٦٦.١ %
بند ٤	٣٨ %	٠.٤٤	٧٦.٢ %	٩٤ %	٠.٣٤	٨٧.٥ %	٧٣ %	٠.٥٠	٥٣.٢ %
بند ٥	٨١ %	٠.٥٠	٦١.٩ %	٩٤ %	٠.٣٤	٨٧.٥ %	٨٣ %	٠.٤٨	٦٦.١ %

من جدول (١١) يتضح الآتى:

- أعلى متوسط وزني تحقق فى البند ٥ (عدم توافر التمويل اللازم) فى الفئة المصدرة
-أقل متوسط وزني تحقق فى البند ٤ (استخدام وسائل اخرى للترويج) فى الفئة المصدرة .

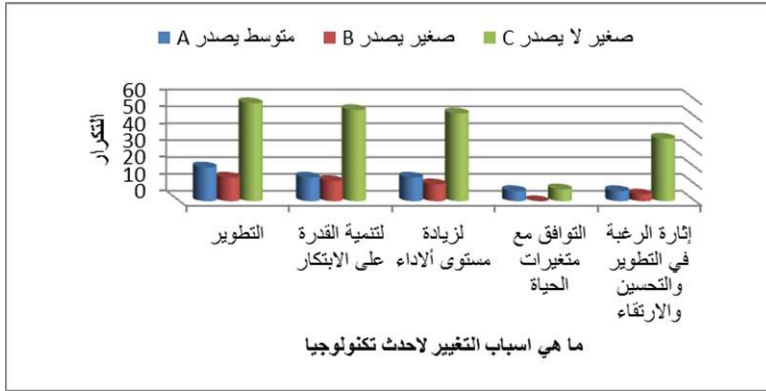
جدول (١٢) عمل دراسات قبل اتخاذ قرارات خاصة بالتصدير

م	متوسط يصدر A			صغير يصدر B			صغير لا يصدر C		
	المتوسط الوزنى %	الأنحراف المعياري %	نسبه الاتفاق %	المتوسط الوزنى %	الأنحراف المعياري %	نسبه الاتفاق %	المتوسط الوزنى %	الأنحراف المعياري %	نسبه الاتفاق %
بند ١	٩٢ %	٠.٣٧	٧٦.٢ %	١٠٠ %	٠.٠٠	٢٥.٠ %			
بند ٢	٩٢ %	٠.٣٧	٧٦.٢ %	١٠٠ %	٠.٠٠	٢٥.٠ %			
بند ٣	٩٧ %	٠.٢٣	٨٥.٧ %	١٠٠ %	٠.٠٠	٢٥.٠ %			
بند ٤	٩٢ %	٠.٣٧	٧٦.٢ %	٧٥ %	٠.٥٨	١٢.٥ %			

من جدول (١٢) يتضح الأتى:

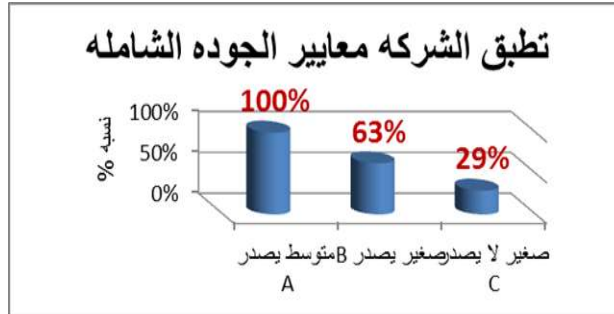
أعلى متوسط وزني تحقق فى البند ١،٢،٣ (دراسات خاصة بإمكانية الشركة ممارسة نشاط التصدير-دراسات خاصة بالعوامل المؤثرة على التصدير فى مصر- دراسة الأسواق الخارجية) فى الفئة المصدرة
 -أقل متوسط وزني تحقق فى البند ٤ (دراسات خاصة بالمنافسين فى الأسواق الخارجية) فى الفئة المصدرة

٣-١- أسباب تغيير المصانع لأحدث تكنولوجيا



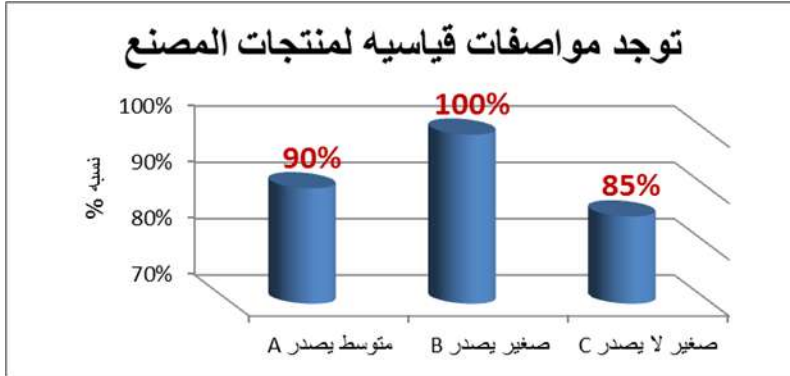
شكل رقم (١) يعرض أسباب التغيير لأحدث تكنولوجيا و يوضح إن أهم الأسباب كانت للتطوير ورفع مستوى الجودة و لتنمية القدرة على الابتكار.

٣-٢- نسبة الشركات التى تطبق معايير الجودة الشاملة



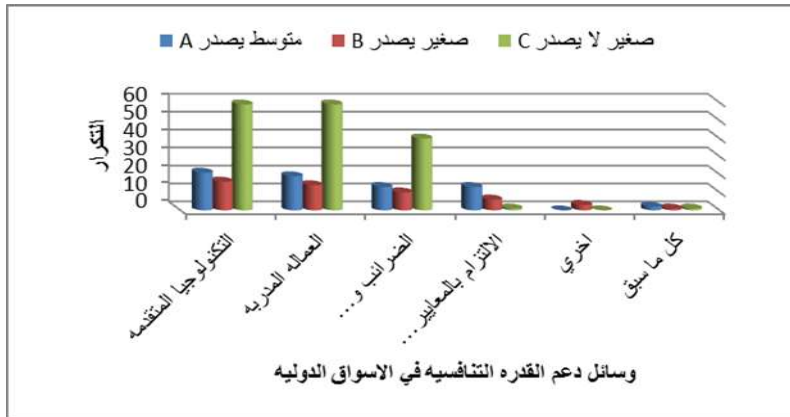
شكل رقم (٢) يعرض نسبة الشركات التى تطبق معايير الجودة الشاملة ويتضح من الشكل إن المجموعه الأولى هى الأكثر تطبيقاً لمعايير الجودة الشاملة وان هناك تناسب طردى بين تطبيق الشركة لمعايير الجودة الشاملة وبين حجم الشركة (متوسط يصدر - صغير يصدر-صغير لا يصدر) بالترتيب مما يدل على أهميه تطبيق معايير الجودة الشاملة لمساعدتهم على التصدير وحتى ان كانت بدون شهادات ايزو.

٣-٣- تطبيق مواصفات قياسية لمنتجات المصنع:



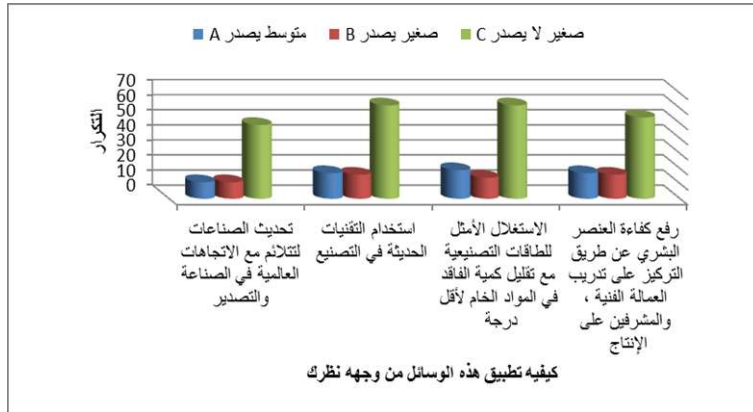
شكل رقم (٣) يعرض وجود مواصفات قياسية لمنتجات المصانع من الشكل يتضح ان المجموعه الثانية هي الأكثر تطبيق للمواصفات القياسية لمنتجات المصنع وذلك لألتزامهم بالمواصفات المرسله إليهم من العملاء للحفاظ على طلبيات التصدير.

٣-٤- وسائل دعم القدرة التنافسية في الأسواق الدولية:



شكل رقم (٤) وسائل دعم القدرة التنافسية في الأسواق الدولية من الشكل يتضح إن العمالة المدربة والتكنولوجيا المتقدمة أهم وسائل دعم القدرة التنافسية في الأسواق الدولية وذلك للوصول إلى الجودة المطلوبة للمنتج المطلوب لأسواق التصدير.

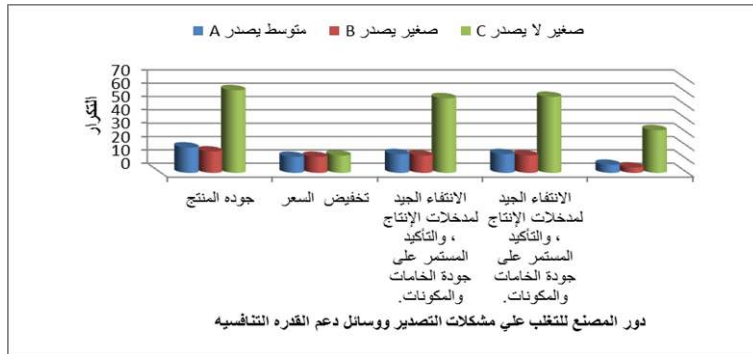
٣-٥ - كيفية تطبيق وسائل دعم القدرة التنافسية



الشكل رقم (٥) كيفية تطبيق وسائل دعم القدرة التنافسية

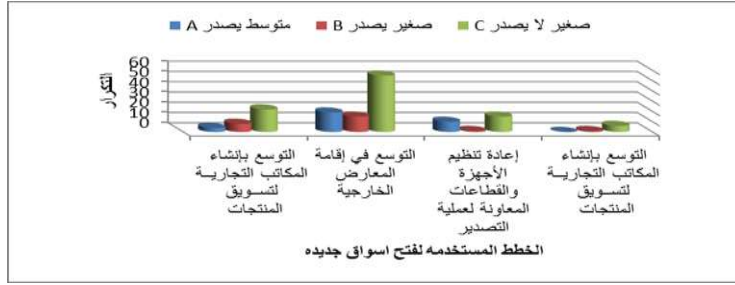
من الشكل يتضح أن أهم هذه الوسائل هي الأستغلال الأمثل للطاقات التصنيعية مع تقليل كمية الفاقد في المواد الخام لأقل درجة يليها إستخدام التقنيات الحديثة في التصنيع في فئات المصانع تحت الدراسة.

٣-٦ - دور المصنع للتغلب على مشكلات التصدير ووسائل دعم القدرة التنافسية



شكل رقم (٦) دور المصنع للتغلب على مشكلات التصدير ووسائل دعم القدرة التنافسية من الشكل يتضح إن جودة المنتج يليه الأنتقاء الجيد لمدخلات الإنتاج والتأكيد المستمر على جودة الخامات والمكونات من أهم عوامل التغلب على مشكلات التصدير ومن أهم وسائل دعم القدرة التنافسية في فئات المصانع تحت الدراسة.

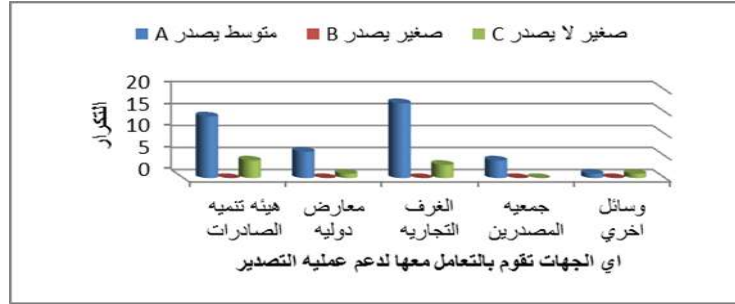
٧-٣ - الخطط المستخدمة لفتح اسواق جديدة



شكل رقم (٧) الخطط المستخدمة لفتح أسواق جديدة

من الشكل يتضح إن التوسع في إقامة المعارض الخارجية من أهم الخطط المستخدمة لفتح أسواق جديدة يليها إنشاء المكاتب التجارية لتسويق المنتجات في فئات المصانع تحت الدراسة.

٨-٣ - الجهات التي تتعامل معها المصانع لدعم عملية التصدير



شكل رقم (٨) الجهات التي تتعامل معها المصانع لدعم عملية التصدير

من الشكل يتضح ان الغرف التجارية هي اكثر الجهات التي تتعامل معها المصانع لدعم التصدير يليها هيئة تنمية الصادرات في فئات المصانع تحت الدراسة. وذلك لضعف الترويج للجهات الداعمة للتصدير .

ملخص النتائج:

1. عدم وجود بيانات أو أبحاث عن الأسواق الخارجية و بالتالى يتم الإنتاج بدون معرفة لمتطلبات العملية التصديرية.
2. ضرورة إعفاء المعدات والماكينات من الرسوم الجمركية و ضريبة المبيعات لأنها تمثل عبئاً كبيراً على التكلفة .
3. النظر الى تخفيض أسعار الكهرباء والمياه .
4. الأشتراك فى المعارض الدولية والعمل على فتح منافذ لتوزيع الملابس بالأسواق الخارجية.
5. ضرورة الألتزام بمعايير الجودة والأشترطات البيئية.تصميم برامج فاعلة لأداره الجودة الشاملة تهيئ تحسناً مستمراً فى مستوى جودة المنتجات المصدرة و تكسيها ميزة تنافسية.
6. ضعف الأجهزة التسويقية مما أدى إلى قصور و ضعف العملية الترويجية للمنتجات النسجية المصرية.

المراجع:

- ١- ريهام بسيونى محمدى بسيونى ، "التقنيات العلمية والتطبيقية المستحدثة في تكنولوجيا القص وإمكانيه الأستفاده منها فى تنمية المشروعات الصغيرة فى صناعة الملابس "، رساله دكتوراه كلية الإقتصاد المنزلى ، جامعة المنوفية ، ٢٠١٣ م .
- ٢- شيماء مصطفى مبارك إبراهيم، "دليل إرشادى لتصدير الملابس الجاهزه للمشروعات الصغيرة"،رسالة ماجستير كلية الأقتصاد المنزلي، جامعة حلوان، ٢٠١٤ م .
- ٣- عبد العزيز جميل مخيمر - أحمد عبد الفتاح ،"دور الصناعات الصغيرة والمتوسطة فى معالجة مشكلة البطالة بين الشباب فى الدول العربية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، ٢٠٠٠ م .
- ٤- هدى خضيرى عبد الرحيم ،"دراسة تحليلية تطبيقية لمعوقات صناعة الملابس الجاهزة (الأطفال) فى محافظة قنا للنهوض بالصناعات الصغيرة والمتوسطة "، رساله ماجستير غير منشورة ،كلية الأقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية ، ٢٠٠٦ م .
- ٥- إبراهيم محمد السيد حميد ،"إمكانية التوصل إلى أفضل نظام إنتاج فى صناعة الملابس الجاهزة لتطبيقه فى المشروعات الصغيره "، رساله ماجستير ، كلية الأقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، ٢٠٠٨ م .
- ٦- حامد طلبه محمد ،" مفاهيم وأسس عامة فى ثقافة العمل الحر ، برنامج تعميق فكر العمل الحر لشباب الخريجين بالجامعات ، كلية التجارة ،جامعة الزقازيق، فرع بنها ، ٢٠٠٠ م .
- ٧- بوسى حمدى فرحات طلبه،"دور التجارة الألكترونية فى زيادة معدل صادرات مصر من الملابس الجاهزة و مستلزماتها"، رساله ماجستير ، كلية الأقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية، ٢٠٠٨ م .
- ٨- هانى محمود عبد الحميد المليجى،"دراسة لبعض الصعوبات التى تواجه تصدير بعض أنواع الملابس الجاهزة فى جمهورية مصر العربية "، رساله ماجستير ، كلية الأقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية ، ٢٠٠٦ م .