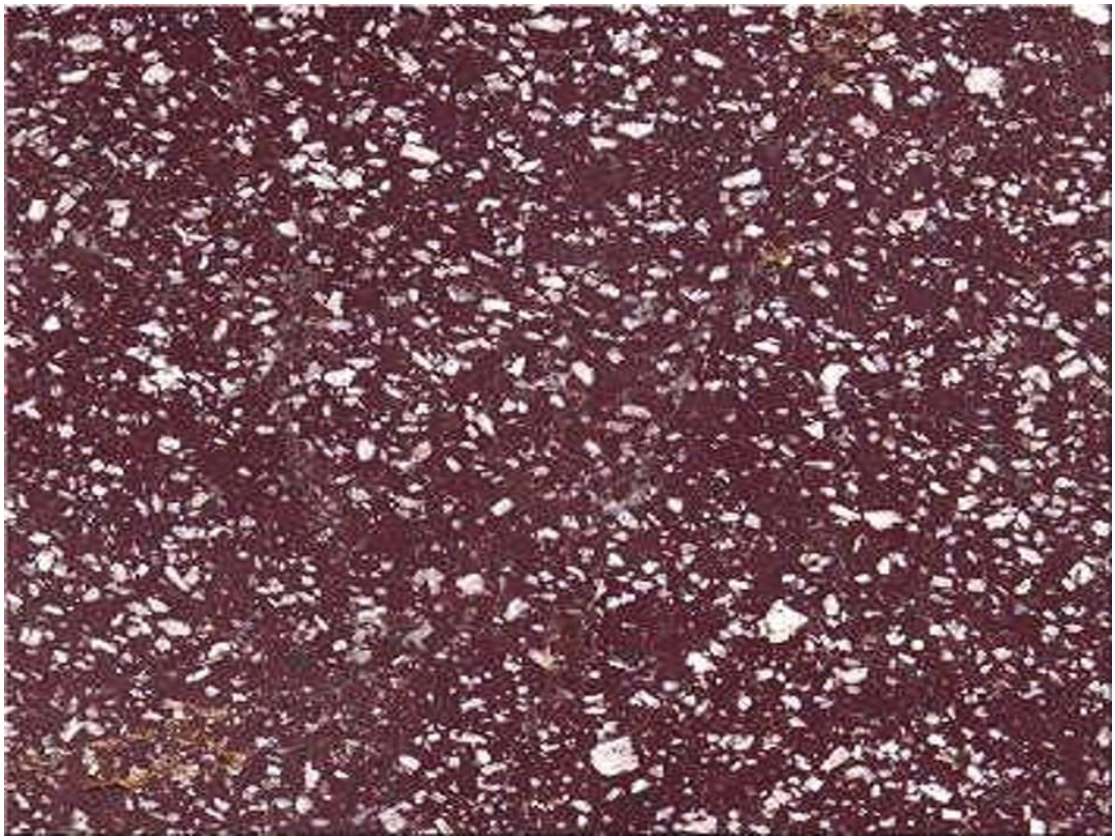
برنامج تحديث الصناعة

INDUSTRIAL MODERNISATION PROGRAMME

دراسة استراتيجية لقطاع الرخام و الجرانيت المصري



ملخص تنفيذي

يونيو 2005

الإنتاج الكلي والاستهلاك العالمي

منذ أوائل التسعينات توسعت صناعة الحجارة بسبب نمو الإنتاج بمعدل يفوق 7% سنويا (8.8% منذ عام 2000). ويرتبط ذلك الاتجاه الذي استمر علي مدي طويل بالنمو العالمي في صناعة البناء و التشييد استجابة للزيادة الاستثنائية في عدد سكان العالم.

وفي عام 2004 ،بلغ عدد إنتاج الحجارة أقصاه فوصل الي 75 مليون طن ، و هو حجم الإنتاج الصافي بدون فاقد عمليات استخراج الحجارة من المحاجر ، ويعادل ذلك ارتفاع منذ يبلغ 11 نقطة ، و هو أعلي ارتفاع منذ بداية التسعينات و حتى ألان . أما عن نوع الحجارة المستخرجة ،فان نسبة المواد السليكونية مازالت تمثل أقل من40% من حجم الإنتاج الإجمالي ، بينما يتكون باقي الإنتاج من مواد جيرية بشكل رئيسي .

أما عن الزيادة الإجمالية في الإنتاج و النشاط التجاري و التي تحققت في العامين الماضيين ، فهي نتاج الأداء الهائل لدول سريعة النمو كالصين ،و الهند ،و تركيا ، و البرازيل ، مصاحبة بتقدم رائع للداخلين الجدد الي السوق مثل إيران و مصر .

وعلي صعيد آخر ،فمن الملاحظ أن الدول الرائدة في هذا المجال ،مثل إيطاليا ، وأسبانيا ، و البرتغال، و بعض الوافدين الجدد في التسعينيات مثل جنوب أفريقيا وكوريا الجنوبية ، بدأت تعاني من الزيادة الضخمة في حجم صادرات السلع الصينية . أما عن مصر ،فان التقديرات المرجحة ،المعتمدة علي التي تم جمعها من خلال الدراسة المحلية ، توضح إنتاجا قدره 3.2 مليون طن في عام 2004 . الأمر الذي يضعها ضمن أكبر عشر منتجين للمواد الخام .

وفيما يخص الصناعة ككل ،نري تركزا شديد في المنتجين الأربع الرئيسين –الصين، و الهند، و إيطاليا ، وأسبانيا – بحيث يمثل إنتاجهم 53% من الإنتاج الكلي ويقدر ب 60% من صادرات العالم .

أما عن جانب الطلب ،فهناك عشرون دولة يتعدي استهلاكهم إنتاج السوق العالمي ب 1% ، وتهيمن الدول السبع الأوائل علي 52% من الاستخدامات .فالي جانب مستهلكي الحجارة ظروفا موائمة في تلك المناطق التي تتسع فيها صناعة البناء بصورة ملفتة ، مثل الصين

، و الهند ،و بعض دول الشرق الأوسط . أما عن الاستهلاك للفرد والذي يعتبر مؤشرا رئيسيا لمسح السوق والقابلية للتصدير ، فمن الملاحظ أن :

- أعلي نسبة طلب نجدها في البلاد الأوروبية ، مثل إيطاليا ، وأسبانيا ، واليونان ، والتي يستهلك فيها كل ساكن أكثر من متر مربع من منتجات الحجارة كل عام . و يبلغ متوسط الاستهلاك السنوي في العالم الغربي 0.5% متر مربع ويبلغ استهلاك المملكة المتحدة و الولايات المتحدة 0.24 متر مربع للفرد و 0.18 متر مربع علي التوالي ،مما يتيح أكبر فرصة لنمو السوق.
- أما عن متوسط الاستهلاك السنوي للفرد علي مستوي العالم ، فيبلغ 0.12 متر مربع ، بينما لا يصل الاستهلاك في الدول الناشئة الرئيسية ، الصين ، والهند ، الي نصف ذلك الرقم.
- أما كبار المنتجين من الداخلين الجدد الي سوق ، البرازيل و تركيا ، والذين يتسمون بمعدل استهلاك شديد الانخفاض للفرد ،فلديهم استعداد جيد جدا للتصدير.

التجارة الدولية

تحتفظ التجارة الدولية بأهميتها المتزايدة في سوق الحجارة ، بحيث تحظي بنسبة من الإنتاج تجاوزت الـ 50% في عام 2003 . و قد بلغ حجم التبادل التجاري في عام 2004 ،29.6 مليون طن (بما يعادل 4509 مليون متر مربع). وقد ارتفع معدل النمو السنوي المتوسط منذ عام 2000 ليصل 10.7 % (19.2% منذ عام 2000)، بينما لم يحقق الجرانيت إلا معدلا ضئيلا يمثل 3% (205%منذ عام 2000) أما عن التحليل الجغرافي ، فعي الرغم من إنتاج 50 دولة للحجارة كبيرة الحجم ،الا أن 6منها فقط تسيطر علي 80% من قيمة هذا الإنتاج ، وهي :

- بالنسبة لقطاع الرخام :إيطاليا، وأسبانيا ، و تركيا، و اليونان، و الصين، و البرتغال
- بالنسبة لقطاع الجرانيت : الصين ، و إيطاليا ، و الهند ، و البرازيل ، و أسبانيا

وعلي نفس النسق في جانب الطلب ، يمثل استيراد كبار المستوردين كاليابان، و الولايات المتحدة الأمريكية ، والصين ، وألمانيا ، و إيطاليا ، و أسبانيا 50% من قيمة التبادل التجاري من المواد الجيرية و السليكونية .

- مازالت الولايات المتحدة هي الدولة الرائدة في الســـوق ، بحيث امتصـــت ما يقرب من 20% من حجم التبادلات الكلية في عام 2003 ، تتوزع الي 44% رخام و 56% جرانيت .
- وتحتل اليابان مركز ثاني مســـتورد في العالم،وهي تســـتورد منتجات الجرانيت النهائية، و تسيطر الصين علي السوق الياباني ، ثم تليها الهند ولكن بحجم سيطرة أقل .

أما عن مصر ،فيتركز التبادل التجاري لقطاع الحجارة في الرخام ، سواء في شكل مادة خام أو منتجات نهائية . وتعتبر الصين الشريك التجاري الرئيسي لمصر ،بحيث تتم معالجة المادة الخام ثم إعادة تصديرها في بعض الحالات . وطبقا لمنهجية الخارطة التجارية المتبعة من قبل مركز التجارة الدولية (كوم تريد) التابع لبرنامج الأمم المتحدة للتجارة و التنمية ، فان نتيجة تحليل أداء السوق المصري قد صنفت منتجات الرخام ضمن المنتجات الرائدة ، أي التي تمكنت الدولة من جعل نمو حجم إنتاجها يفوق السوق العالمي .

توقعات نمو تلك الصناعة

هناك توقعات متفائلة لنمو هذا النوع من الصناعة ، وتعتمد علي التطور التاريخي لكل من الإنتاج ، و الاستهلاك و ألا لتجارة. حيث بلغ متوسط الزيادة السنوي منذ عام 1996 7%بينما وصل الي808% منذ عام 2000 وانطلاقا من أقصي إنتاج في عام 2003 حجمه 75 مليون طن (أو ما يعادل 820 مليون متر مربع). و طبقا لتقديرات معدل النمو ب 8.5% ، ويعتبر توقع وصول حجم الإنتاج و الاستهلاك المستقبلي الي 450 مليون طن (ما يعادل 5 بليوم متر مربع) في خلال العشرين عاما المقبلة ، توقعا مقبولا.

كما تعتبر تلك الأرقام أرقاما واقعية و قابلة لتحقق ، ذلك أنها تستند الي سوق عالمية سريعة النمو و الي تنمية تكنولوجية قوية .

وينطبق هذا النوع من التعليقات علي التجارة أيضا . فقد كان متوسط معدل الزيادة السنوي منذ 1996 8% و تعدي ال 10% في السنوات ال3 الماضية و انطلاقا من حجم تبادل عام 2003 البالغ 25 مليون طن ، يمكننا بناء تخيلات ل 3أنواع من التوقعات المختلفة :

- توقع حذر : يعتمد علي نمو التجارة بمتوسط 8% سنويا عبر مدة قدرها 10 سنوات ، مما ينتج عنه أن يبلغ حجم التبادل التجاري الإجمالي للمواد الي 130 مليون طن في عام 2025.
- توقع متوسط معتدل : يقوم علي معدل نمو تجاري قدره 9.1% (متوسط بين النوع الحذر والتوقع المتفائل) مما ينتج عنه تضاعف حجم التبادل التجاري الحالي في عام 2010 (ليصل الي 45 مليون طن) وبلوغه 170 مليون طن في عام 2025 .

توقع متفائل : أساسه معدل نمو تجاري عند10.7% كما في الأعوام الثلاثة الماضية ، مما ينتج عنه تبادل 220 مليون طن في عام 2025 .

نتائج الدراسة المقار نية

إن التحليل المقارن لمصر و الدول المرجعية ، مثل إيطاليا ، وأسبانيا ، وتركيا ، والصين ، والهند ، يتيح لنا تقييما مثيرا للاهتمام لحالة الصناعة ، ذلك أن تلك الدول تمثل أساس صناعة الحجارة في العالم ، وتسيطر علي أكثر من نصف إنتاج وصادرات العالم و 35% من الاستهلاك الإجمالي .

أن وضع مصر الخاص يتيح لهذه الصناعة فرصة النضوج السريع ،بما لها من نصيب قدره 4.3% و 6.6% من إجمالي السوق العالمي من إنتاج المحاجر وصادرات الرخام علي التوالي ، بينما يمثل سكانها نسبة 101% فقط من إجمالي سكان العالم . لكن دور الدولة ليس واضحا بنفس القدر إذا ما تم تقييمه من خلال إجمالي الماد المصنعة المصدرة إلى الخارج ، حيث أنها تمثل فقط 3.7 % من أجمالي صادرات الدولة الى السوق العالمية ، كذلك إذا ما قيم ذلك الدور بحصتها من الاستهلاك العالمي المقدرة ب105%. أما إجمالي الصادرات المصرية ، فيمكن تقديره وفقا للنشرة المحلية ب 101مليون طن سنويا : مقسمة إلى

0.9مليون طن مواد خام و 0.6 حجارة مصـــنعة . مما يعني أنه يمكن اعتبار مصـــر ســـابع مصدر علي مستوي العالم من حيث حجم الصادرات و هي تلي الصين ، والهند، وإيطاليا و تركيا، والبرازيل.

أما عن معايير الكفاءة الرئيسية ، فيتضح لنا أن :

- إنتاجية قوة العمل تتفاوت بصـــورة شـــديدة بين الدول المتقدمة تكنولوجيا كإيطاليا و أسـبانيا وبين الدول الأقل تقدما مثل الصـين والهند . و مع أن تقديرات عدد العمالة التي يتم توظيفها بصورة مباشرة عادة ما يشوبها بعض الشكوك (خاصة في البلدان الآسيوية)، إلا أن فجوة الإنتاجية مازالت أقل بمعدل درجة كاملة . أما عن مصـــر و تركيا فتقترب القيم من تلك الموجودة في الدول الأوروبية ، بحيث تتراوح ما بين 30% إلى 50% أقل من تلك الدول .
- إن مقارنة عوامل التكلفة الرئيسية ، و التي تدور نسبتها حول 50% من هيكل التكلفة ، توضح صورة مشابهة ،حيث تقل تكلفة الوحدة في الصين و الهند ما بين 10 إلى 50 مرة أقل منها في إيطاليا و أسـبانيا . وفي هذا الصـدد ، تتمتع كل من مصـر و تركيا بميزة تنافسـية أمام الدولتين الأوروبيتين ، حيث أن الوفورات لديها تنتج عن تكلفة أقل بنسـبة تتراوح ما بين 5الي 15 مرة من هاتين الدولتيين
- أن مقارنة متوسـط أسـعار الحجارة يضـع مصـر في مرتبة تنافسـية عالية ، وذلك طبقا للمعلومات المتوفرة عن متوسط أسعار المواد الخام الجيرية و الأحجار المصنعة .ففي حالة الأحجار الجيرية الخام يعتبر متوسط السعر المصري أقل سعر تقريبا ، وذلك باستثناء سعر الصين . كما أن السعر الحجارة المصنعة يعتبر أيضا سعرا تنافسيا جدا . قدره 13 دولارا للمتر المربع ، حيث أن نظيره في الدول الأوروبية أعلي منه بقدر مرتين (تركيا) إلي ثلاث مرات(إيطاليا) . وعلي الرغم من أن تلك الفوارق ترجع بصـورة جزئية إلي اختلافات في

مزيج المبيعات[1] وألي عادة تسجيل أسعار تقل عن الأسعار الحقيقية في الفواتير (و هي عادة منتشرة في مصر و في دول أخري أيضا) ، ألا أن تنافسية سعر الأحجار المصرية مؤكدة في كل مكان ، وذلك فيما يخص الأسواق الأوروبية و الأمريكية بصورة خاصة .

- وربما كانت الصين هي الدولة الوحيدة التي يمكنها تقديم تلك الأسعار التنافسية ذلك أن صناعة تلك الدولة تتمتع بمزايا تنافسية أخري ، مثل وضعها القوي في منطقة الشرق الأقصى ، خاصة في ظل قربها من أسواق هامة وبصورة خاصة (اليابان و كوريا الجنوبية) أما في المناطق الأخرى ، فالمنافسة مفتوحة إلي حد كبير ، والنجاح التجاري يتصل اتصالا تاما بالجودة والتوحيد القياسي، و بالتالي بالعلم والعمل و المبيعات.

الدراسة المحلية

إن توافر ثروة من الموارد الجيولوجية بكميات وفيرة وجودة عالية يمثل نقطة انطلاق جيدة للمنتجين المصريين ، ويضمن الحفاظ علي مكانة مصر في القمة بين الدول الرائدة و تعزيز تلك المكانة ، الآمر الذي يتطلب وجود مجموعة من الشروط المنظمة لعمليات استخراج المادة الخام و إنتاج منتجات المحاجر النهائية و ينظم تجارة تلك المنتجات و استخداماتها المختلفة . وفي هذا الصدد ، تتمتع الصناعة المصرية بعوامل إيجابية ، مثل تكلفة عمالة منخفضة نسبيا و أسعار طاقة أقل ،لكن علي الصعيد الآخر ،تثقل كاهلها العديد من العقبات و مواطن الضعف التي يجب إزالتها أو التخفيف منها من أجل تنمية القطاع بشكل أكبر أما عن عمليات الحفر ، أوجه النقص بها كون الأبحاث الجيولوجية التمهيدية غير ملائمة ، و عدم وجود تشريعات أو قواعد كافية و ملائمة للتخطيط العام و توجيه النشاط ، و علي وجه التحديد السياسة الخاطئة التي تتبعها الإدارة العامة في إصدار تراخيص الحفر .

[1] تجدر هنا الإشارة إلي أنه فيما يخص مزيج المبيعات، تحظى كل من إيطاليا، و أسبانيا، و تركيا بحصة أعلي من مصر في بعض المنتجات الخاصة، مثل الرخام المستخدم في أرضية المطبخ و ذلك المستخدم في سقف الحافلة و الفسيفساء، كما أن الهند تحظى بحصة كبيرة من المواد المصنعة من أجود أنواع الجرانيت التي تستخدم في المباني التذكارية و بلاطات الأضرحة.

والواقع هو أن كون التصريح يمنح لمساحة صغيرة و لمدة قصيرة (تبلغ لمدة سنة واحدة و تتطلب الحصول علي موافقات مرتين سنويا من قبل السلطات العسكرية) يثبط من عزيمة المستثمرين ويؤثر سلبيا علي الاستثمار في تنمية عمليات الاستخراج ، مما ينتج عنه استرجاع ضعيف للكتل و تراكم كمية كبيرة من النفايات . علاوة علي ذلك لا يشجع استخدام التكنولوجيا التقليدية التقدم المهني أ و مشاركة العمالة في نشاط الإنتاج .

هناك أيضا عقبات تعوق الإدارة في مجال تخطيط الإنتاج ، تتلخص في عدم كفاية و ملاءمة البنية التحتية الموجودة ، مثل عدم توفر الطرق المعبدة ، وعدم وجود مساحات تخصص لفاقد الاستخراج ، عدم توفر خدمات عامة للاستخراج (الصيانة ، تسليم المتفجرات ، التزويد بالمواد الاستهلاكية كالمياه ،و الوقود و الطاقة الكهربائية ، وشبكات الاتصال)، وذلك بالإضافة إلي موقع المحاجر الذي يعتبر غير مناسب بالنسبة للمخازن و لمصادر المستلزمات .لذلك يجب بذل جهود إضافية للقضاء علي تلك المشاكل و خلق ظروف مواتية لنمو أفضل لذلك النشاط ،من ضمنها تدريب العمالة بهدف زيادة استرجاع المستخرج ، حيث أن له أهمية محورية في التحكم في تكلفة الإنتاج و في ربحية عملية الاستخراج .أما بالنسبة لمرحلة التصنيع ،فهناك عدد من العوامل التي تقف وراء الإنجازات الهامة لقطاع المحاجر في مصر ، وهي تضع الدولة ضمن منتجي المواد الخام المتميزين و أيضا في منزلة جيدة كمصنع منتجات نهائية ونصف مصنعة . من هذه العوامل ،تركز النشاط في مجموعات مهمة تشجع علي تقاسم الخدمات و البنية التحتية ، وتواجد بعض الشركات الرائدة التي تعمل طبقا للمعايير الأوروبية التي يمكنها دفع هذا القطاع إلي الأمام ، والميل إ لي الاحتفاظ بالفرص التي يوفرها الطلب علي المنتجات المنتقاة (مثل تكوينات الفسيفساء باستخدام قوة اندفاع المياه ، ومنتجات ذات شكل أثري ، ومنتجات النحت).

لكن العديد من المصانع المصرية تعمل في ظروف أبعد ما يكون عن ظروف العمل المثلي ، ومن ثم يمكن الوصول إلي درجة تنافسية أعلي بالاعتماد علي مزيج من السعر و الجودة عن طريق محاولة تقليل الفجوة بين مصر و أكثر الصناع تقدما في العالم ، إيطاليا و أسبانيا و الدول

الصناعية الأخرى من ناحية (والتي لديها أفضل جودة منتجات وخدمات مصاحبة). والصين و البرازيل و إيران (و التي تطرح منتجات ذات أسعار منخفضة في السوق الدولية). ومن ناحية أخري ، يمكن استخدام تركيا كهدف مرجعي لمصر ،بما أنها تتمتع ببيئة و ثقافة متشابهين ، وحيث تصاحب الأسعار التنافسية بجودة جيدة ، مما يفسر الأداء الصناعي و التجاري الهائل لتلك الدولة عبر العشر السنوات الماضية .

أما علي مستوي المصانع المستقلة ، فقلما تتم صيانة الآلات و المعدات وعادة ما تكون مهملة وقديمة مما يجعلها بالنسبة للتقدم التكنولوجي في هذا المجال ، كما أن مستوي احتراف العمالة ليس بمرتفع جدا ، الأمر الذي يتطلب تقديم تدريب معين بهدف رفع مستوي الإنتاجية . وفي هذا الصدد ، يجدر بنا التأكيد علي أن ميزة العمالة المدربة جيدا لا تؤثر وفورات التكلفة المباشرة فقط ، وإنما تحقق زيادة ملحوظة في كفاءة دورة الإنتاج و في جودة المنتج بشكل عام ، وهو ما يعكس صورة جيدة للصناعة المصرية أمام عملائها كصناعة يمكنهم الاعتماد عليها .

إن الاستبيان الذي أجري لدول العينة يبرهن علي أن أحد العوائق التي يجب علي صناعة المحاجر المصرية تخطيها ، هو عدم إتاحة مساحة كافية لخطوط الإنتاج ، مما ينتج عنه الازدحام و عدم القدرة علي إدارة مناطق تخزين كتل الخام والمنتجات داخل المصنع ، كما يترتب عليه افتقار المصنع لشروط الأمن و الصحة . كما أن عدم تطور البنية التحتية يجعلها غير ملائمة في أحيان كثيرة (لم يتم إمداد الطاقة الكهربائية عن طريق شبكة عمومية إلي تجمع الكبير بجوار القاهرة إلا مؤخرا، وهو ما زال في انتظار ربطه بشبكة مياه صناعية وبناء وسائل عمومية للتخلص من النفايات).

لكن و علي الرغم من وجود بعض أوجه النقص في الكفاءة و و في ملائمة التجهيزات الموجودة ، يعتبر متوسط مستوي التكنولوجيا مقبولا ، ومن الجدير هنا دراسة إمكانية تطوير صناعة وطنية للآلات و المعدات اللازمة لتلك الصناعة ، و بخاصة تصنيع الآلات المستهلكة التي ترتفع تكلفة استيرادها .

هناك بعض الخطوات الأخرى التي يمكنها الإسهام في تقدم هيكل تصنيع المحاجر نحو بيئة عمل أفضل و الحصول علي ميزات تنافسية أعلي : منها استعادة الفضلات و القشور الناتجة عن عملية التصنيع و الأتربة الناتجة عن نشر الرخام والتي يمكن استخدامها كمادة للحشو كلما أمكن ، و تبني خطط إنتاج رشيدة تبعا لميزانية سنوية . ومن المهم أيضا وضع نظام محاسبي صناعي يعتمد علي تطبيقات الحاسب الآلي لتحديد أسعار المنتجات.

كما أن المرحلة التجارية تتسم أيضا بمزيج من العوامل الإيجابية و السلبية ، أولها كثرة تجهيزات الموانى ، و من ناحية العوائق ، يجدر هنا ذكر أنه ليس هناك اتفاق بين المنتجين المصريين يهدف إلي وضع بعض القوانين و قواعد السلوك المشتركة(فيما يخص السعر و الجودة) والمبادئ التي يجب إتباعها من أجل زيادة القوة التجارية الكلية للقطاع ، خاصة في السوق الأجنبية . وتشير كل من الدراسة المرجعية و التقييم الكلي إلي أن الأسواق التي يمكن أن تكون منفذ بيع للمنتجات المصرية هي الولايات المتحدة ، أوروبا و أفريقيا ، حيث أن الصين تسيطر علي السوق الآسيوية . كما أن السوق المحلية تعتبر منفذ بيع مهم أيضا ، حيث أنها تمثل مصدر طلب واستهلاك هام جدا ، و بالطبع سوف يكون لدي العاملين بالصناعة المحلية ميز في هذا الصدد. وليس بالضرورة أن يكون هدف مصر التجاري هو السعي وراء الخفض المستمر للأسعار من أجل كسب حصص في الأسواق علي حساب هوامش الربح التي تنخفض بشدة في هذه الحالة ، بل من المفضل أن تعتمد إستراتيجية القطاع علي الوصول إلي المفاضلة بين الجودة و السعر ، و علي تسويق منتجات ذات قيمة مضافة في مواجهة تصدير المادة الخام غير المصنعة .

وأخيرا ، نري أن عملية تطوير البحث القومي وتقديم تدريب متخصص في مجال صناعة المحاجر ما زالا بعدين كل البعد عن المعايير الأوروبية . لكن هناك بعض المبادرات ، لعل أهمها بدء تشغيل مركز تكنولوجيا الرخام و الجرانيت الذي تم إنشاؤه مؤخرا . و يجب أيضا العمل علي بناء و تعزيز الدعم المؤسسي و اتحاد القطاع في ظل ظهور أداء تسويق و دعاية علي مستوى

تستخدم للنفاذ إلي أسواق الاستهلاك المتطورة ذات المعايير الصارمة (و هي الولايات المتحدة ،و ألمانيا ، والشرق الأوسط).

وفيما يخص المحيط الخارجي ، يعتبر ضعف الجنيه المصري ، المصحوب بمعدلات الفائدة المرتفعة ، عامل حاسم في إمكانية توفير الموارد اللازمة للاستثمارات التي يحتاجها القطاع للحصول علي التكنولوجيا الأجنبية . كما يؤثر ذلك العامل علي تكاليف التشغيل أيضا ، حيث يتم حاليا استيراد المعدات المستهلكة أيضا.

التخيلات المستقبلية

يقدم اتجاه الطلب العالمي للصعود إمكانيات وفرصا لجعل قطاع صناعة المحاجر المصري أكثر قوة ، و ذلك بشرط ضمان محيط ملائم لكسب المنافسات العنيفة في الأسواق.

فإذا افترضنا قيم كل من الطلب الإجمالي العالمي علي مواد المحاجر، وأسعارها علي نفس النمط الذي سجلته تلك القيم علي مدار الفترة الأخيرة في المدي القصير (أي في نهاية فترة مقدارها 5 سنوات)- و ذلك كما ورد في دراسة المراجعة الكلية – يمكننا إذن تحديد التغير الممكن حدوثه في المستقبل بالنسبة لقطاع المحاجر المصري تبعا لتغير المحيط العام داخل للدولة ، والذي يؤثر بصورة مباشرة علي أداء الدولة الفني و الاقتصادي .

وتبسيطا للأمور ، تم حصر التخيلات الممكنة إلي بدلين اثنين :

التخيل الأساسي :

تنمية القطاع في ظل الظروف القائمة ، وذلك كما وردت في دراسة التقييم المحلي ،أي ترك العاملين بالسوق يعملون دون أي مساعدة إضافية . وفي هذه الحالة سوف يستمر القطاع في النمو بعدل ...% سنويا ، ويبقى علي مستويات التدريب و المعايير المنخفضة ، ويخسر حصته من سوق المنتجات النهائية ، و سوف يكون هناك تحديث إجباري عندما يتم تطبيق اتفاقية الاتحاد الأوروبي للتجارة الحرة تطبيقا كاملا .

التخيل الأمثل :

تطور الصـــناعة بافتراض أن القطاع ســـوف يســـتفيد من مجموعة من الظروف علي مختلف المستويات المتعلقة بالقرارات ، مع الاتجاه إلي إنشـاء و تطوير البنية التحتية الضـرورية ، و إلي التخلص من الإجراءات البيروقراطية و الإدارية و المالية المرهقة بشكل خاص ، ويتضمن ذلك الســيناريو إعادة تنظيم ســياســة الحكومة لإحداث نمو وتنمية ، وأن تنمي مصــر صــناعتها للاحتفاظ بحصتها في السوق العالمية ، وذلك بالنسبة للكتل و الألواح و المنتجات النهائية ، وأن تقوم مصر بحركة دءوبة ليتم الاعتراف بها كمورد لأجود أنواع الخام والجرانيت .

وأسفرت الدراسة الحالية عن ثلاث دوافع أو محفزات للقطاع ككل :

- تنمية أعمال الحفر (زيادة إنتاج اكتل في المحاجر الموجودة مع تقليل الفاقد).
- تنمية أعمال التصنيع ، مما يؤدي إلي زيادة القيمة المضافة في سلسلة الإنتاج .
- تقوية الصناعات المغذية والمرتبطة بالقطاع (إنتاج قطع الغيار ، والأدوات و المستهلكات، وتخطيط صيانة المصانع ، و استغلال الفاقد ...الخ)

ولا تعتبر تلك الدوافع مســتقلة عن بعضــها،بمعني أن الحل الأمثل ينتج عن مزيج من الثلاثة. ويتكون كل دافع علي حدة من محاور وأقســـام إســـتراتيجية فرعية يمكن الإحلال بينها أو مزجها .

إن بناء التخيل الأمثل وتحقيق الدوافع الإســـتراتيجية يعتمد بدوره علي مجموعة من العوامل تشمل جميع الفاعلين .

وقد تبين أن العوامل الرئيسية للنجاح ، المشتركة بين كل الإستراتيجيات هي:

- إدارة التكلفة .
- تخطيط الإنتاج و التنظيم .
- الدراسة وتطوير المنتج .
- التسويق و الشراكة.

تقييم جودة المنتج .إن جميع الإســـتراتيجيات المتصـــورة هنا تلعب دورا هاما تجاه تخصـــص الفاعلين الاقتصاديين المشاركين كمنتجي مواد خام أو سلع نهائية و أيضا موردين للآلات و المستهلكات و الخدمات في قطاع المحاجر.

لكن دفع دورة إنتاج جيدة يتطلب تنظيم جميع الفاعلين بطريقة مركزة ، ابتداء بالفاعلين الاقتصاديين (المنتجين و التجار و المستهلكين) وأيضا الأجهزة المعاونة (جمعيات المستثمرين ، غرفة مواد البناء ، المركز التكنولوجي للرخام و الجرانيت ،الخدمة الجيولوجية ، الجامعة ، والمركز القومي للبحوث) ،والأجهزة الحكومية علي كل من المستوي المحلي والقومي .

معايير اختبار الإستراتيجية

يعتمد اختيار أكثر الإســـتراتيجيات علي الهدف النهائي المراد تحقيقه ، والذي يعتمد بدوره علي الفائدة التي يمكن لكل من الفاعلين تحقيقها .فعادة ما تهتم المشـــاريع الصـــناعية أولا بتعظيم الربح إلي أقصـــي حد ممكن ، و يمكن تحقيق ذلك ســـواء بزيادة حجم الإنتاج مع الحفاظ علي هامش ربحية لكل وحدة منتجة ، أو بزيادة ســـعر البيع عند نفس تكلفة الإنتاج (أو بزيادة سعر البيع عند نفس أسعار البيع) لمستوي إنتاج معين ، أو باستخدام مزيج من تلك البدائل.

أما الحكومة ، فهي تهتم إلي حد ما بزيادة دخلها من الضـــرائب (ضـــريبة القيمة المضـــافة و حجم واردات أو صادرات مواد المحاجر و أدوات الإنتاج ، و ضريبة الدخل علي الشركات ، و الرسوم والتراخيص).

إن مقارنة الميزات التي يمكن تحقيقها من خلال كل من الإســـتراتيجيات المذكورة تنصـــح بأن تعمل الصـــناعة المصـــرية علي تعزيز المكانة المكتســـبة و ذلك نظرا للوضـــع الراهن في الســـوق العالمية . يتتبع ذلك إبطاء عملية النمو غير المنظم الذي ســـاد في الســـنوات ، والتركيز علي تحقيق المهام التي تؤدي إلي خلق بيئة أفضل للتنمية السليمة .

فبدلا من الاتجاه إلي التوســـع في النشـــاط بفتح محاجر جديدة أو بناء مصـــانع جديدة ، فإن تركيز الجهود علي تحسين التكنولوجيا ووسائل الإنتاج وعلي زيادة مهارات العمال يكون أكثر

فائدة .وإلي جانب الآثار المباشرة علي ربحية الصناعة ، سوف تساهم تلك الطريقة في خلق صورة أفضل لمصر كمنتج يمكن الاعتماد عليه ، وذلك عامل هام لكسب ميزة تنافسية علي المستوي العالمي .

لكن يجب هنا التأكيد علي إن الهدف المقترح لا يتحقق إلا في ظل التخيل الأفضل ، والذي يتم من خلاله إيجاد البنية التحتية اللازمة و تبني السياسات المعاونة المعروضة في تلك الدراسة .و بذلك الافتراض ، يمكن تطوير مزيج مناسب من الإستراتيجيات الثلاث –يحتوي علي زيادة معقولة في أسعار السوق ، يمكن تحقيقها لكون المواد المصرية تعتبر ذات سعر منخفض مقارنة بأسعار منافسيها – يشجع زيادة صادرات السلع النهائية بدلا من الكتل الخام ، ويعكس بذلك الاتجاه السائد في الماضي .

وتبعا لنتائج ذلك الطريقة، يجدر هنا ذكر أنه يمكن زيادة إجمالي التوظيف بنسبة 30% عبر الفترة من عام 2004 إلي 2009 ونموه بمعدل سنوي قدره حوالي 6% كما أن دخل القطاع سوف يتضاعف تقريبا علي الرغم من افتراض زيادة الأسعار بقدر بسيط هو 10% عبر الفترة المذكورة .وفي نفس الوقت ، سوف يزيد إنتاج المحاجر بنسبة أقل من 10% وذلك يرجع بشكل أساسي إلي الابتكارات التكنولوجية ، بينما يزيد حجم إنتاج السلع النهائية بقدر أكبر بقليل (حول 15%)