

معوقات التسويق فى دول الخليج العربى

دكتور

مجدى محمود شهاب

قسم الاقتصاد والمالية العامة
كلية الحقوق - جامعة الاسكندرية

المحتويات

المقدمة

- أولا : التسويق في دول الخليج العربي •
- ثانيا : حركة مبادلات التجارة في دول الخليج العربي •
- ثالثا : مشكلات التسويق الداخلي
- رابعا : مشكلات التسويق الخارجي

استنتاجات

المراجع

مقدمة

يتميز الاقتصاد الخليجي بأنه اقتصاد أحادي الجانب ، يعتمد على النفط ، ليس فقط كمصدر رئيسي من مصادر الدخل القومي ، ولكن كعنصر أساسي في تحريك العملية الاقتصادية . ويؤدي استمرار هذا الوضع الى بقاء اقتصاديات هذه الدول أسيرة المستويات غير المستقرة في أسعار النفط وصادراته ووقوعها تحت تأثير التغيرات المختلفة التي تطرأ على اقتصاديات الدول الصناعية .

لهذا أصبح الهدف الرئيسي للاقتصاديات الخليجية : هو تنويع القاعدة. الانتاجية المحلية ، وبناء قاعدة انتاجية جديدة ومتجددة بحيث تحتل الموارد الجديدة محل إيرادات النفط ، على نحو منظم يمكن من تعظيم العائد من الثروة النفطية ، ومن الأصول المنتجة على حد سواء . وبالنظر لندرة الموارد المائية وقلة فاعلية القطاع الزراعي ، ومحدودية القدرة الاستيعابية للبنية الاقتصادية للتدفقات المالية النفطية من هنا تبرز أهمية الصناعة باعتبارها سبيلا أساسيا لايجاد تحولات هيكلية ، تؤدي الى تكوين قاعدة انتاجية ذاتية ، يتحقق بموجبها تنويع عضوي في مصادر الدخل والثروة ، وتأمين معدل نمو اقتصادي قادر على الاستمرار بجهوده الذاتية وبعيدا عن عائدات النفط الأيل للنضوب في المستقبل .

ان فوائد التصنيع في هذا المجال واضحة اذ انه يعمل على استفلال عوامل الانتاج المتوفرة: كراس المال والطاقة ، ويؤدي الى تدعيم التشابك القطاعي في الاقتصاد الوطني ، واستثمار عائدات النفط في مشروعات منتجة ، وتأمين فرص عمل للأجيال القادمة بالاضافة الى تخفيض الاعتماد على الخارج واحلال الاستثمار المحلي محل الاستثمارات الخارجية .

يضاف الى ذلك ان التصنيع من شأنه أن يوجد علاقة أقوى بين الدخل المكتسب والعمل ويعمل على ايجاد مجتمع منتج بدل مجتمع الاستهلاك ، بالاضافة الى مساهمته في توسيع القاعدة العلمية التكنولوجية للاقتصاد ، وانتاج سلع جديدة غير تقليدية ، وتحقيق الروابط الاقتصادية بين دول المنطقة ، وتهيئة اقتصاديات المنطقة لمرحلة ما بعد النفط .

وانطلاقاً من الحقائق السابقة فقد سمت دول المنطقة الى تدعيم تطوير الصناعات التحويلية سواء من خلال الاستثمارات الحكومية المباشرة فيها ، أو من خلال تقديم مختلف أنواع الدعم والحوافز الصناعية للمستثمرين ورجال الأعمال أو من خلال العمل على ازالة عقبات تسويق منتجات تلك الصناعة .

وتهدف هذه الدراسة الى التعرف على مشكلات تسويق المنتجات الوطنية في دول الخليج العربي . فالصناعات الوطنية في دول الخليج تواجهها كثير من الصعوبات وذلك في تصريف منتجاتها في الاسواق الداخلية في الدول المنتجة أو على مستوى الدول الخليجية الأخرى . كما أن المجمعات الضخمة للصناعات التحويلية التي أنشأتها دول الخليج للتصنيع بهدف التصدير ، والمرتكزة على النفط والغاز وتصنيع البتروكيماويات ، يعترضها العديد من المعوقات ، ذات أبعاد مختلفة فهي صناعات ترتبط بالسوق الدولية لهذه المنتجات .

وتبرز أهمية هذه الدراسة بأنه إذا كانت دول الخليج العربي ، تسعى لتنويع مصادر الدخل القومي بتشجيع وتدعيم الصناعات ، فمن الأساسي لتحقيق هذه الاستراتيجية التعرف على معوقات تسويق المنتجات الصناعية .

سوف تعمل هذه الدراسة تباعاً على استعراض ، التسويق في دول الخليج العربي ، حركة مبادلات التجارة في دول الخليج العربي ثم مشكلات التسويق الداخلي ، وأخيراً مشكلات التسويق الخارجي .

أولاً : التسويق في دول الخليج العربي

يحتل تسويق منتجات الصناعات الوطنية ركناً هاماً من أركان العملية الانتاجية. ولاشك أن عدم اتمكن من ذلك يسهم في تعطيل جزء كبير من طاقاتها الانتاجية. ويولد ارتفاعاً مستمراً في تكاليف الإنتاج. الأمر الذي يزيد مشكلة التسويق حدةً وتعقيداً. ولقد أولت المؤسسات الانتاجية في دول الخليج العربي اهتماماً كبيراً بقضية تسويق المنتجات الوطنية وبخاصة بعد تغير الوضع الاقتصادي منذ بداية الثمانينيات، حيث أدى الاهتمام المتزايد بسياسة ترشيد الإنفاق إلى تزايد صعوبة تسويق المنتجات الوطنية، وخلق في نفس الوقت حاجة إلى وجود عناصر بشرية أكثر كفاءة وقدرة في مجال التسويق.

١- مفهوم التسويق :

يقصد بالتسويق القيام بأنشطة المشروع التي توجه تدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك^(١) ويعرفه البعض بأنه العملية الادارية التي يتم بواسطتها تحقيق الالتقاء بين السلع والاسواق، ومن خلالها تتحول ملكية المنتجات^(٢).

كما عرف مكارشي التسويق بأنه : "تنفيذ أنشطة المشروع التي توجه تدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك النهائي أو المشتري الصناعي بهدف اشباع حاجات العملاء. ويهدف تحقيق أهداف المشروع"^(٣).

ومن ذلك نعرف طبيعة التسويق، إلا أنه يجب أن يكون واضحاً أن هناك نوعين من السلع المصنعة في السوق يتمثل النوع الأول في السلع التي يتم شراؤها لغرض الاستهلاك الشخصي، ويمكننا تسميتها "سلعاً استهلاكية مصنعة". ويتمثل النوع الثاني في السلع التي يكون الغرض من شرائها هو أن تنتج أو تكون جزءاً من منتج آخر، ويمكن أن نطلق عليها أسم "سلع صناعية"^(٤).

وتجدر الإشارة إلى أن الطلب على السلع الصناعية يختلف في بعض خصائصه عن الطلب على السلع الاستهلاكية. فالعلاقة بين السعر والطلب في سوق السلعة الصناعية علاقة طردية، وهي تختلف عن العلاقة العكسية المعروفة في سوق السلع الاستهلاكية.

فالطلب على السلع الصناعية ينخفض عندما تنخفض أسعارها، وذلك لأن سبب انخفاض الأسعار في الغالب يكون نتيجة للكساد، وفي حالة ارتفاع الأسعار يزيد الطلب على السلع الصناعية لكونها فترة رواج^(٤)، كما أن الطلب على السلع الصناعية يكون أكثر تذبذباً من الطلب على السلع الاستهلاكية المصنعة^(٥).

٢ - حجم السوق وتأثيره على القطاع الصناعي

ارتبطت المناقشات التقليدية عن حجم السوق وتأثيره على حجم المنشأة بالتركيز على العلاقة بين الحجم الأمثل للمنشأة وكمية الإنتاج التي يمكن تسويقها داخلياً، وخلص الكثيرون إلى أنه عندما يكون حجم السوق صغيراً وتكون إمكانية التصدير ضئيلة، فإن حجم المنشأة يكون في الغالب صغيراً^(٦)، وتأثير ذلك تحرم المنشأة من التمتع بوفورات الحجم الكبير.

وهنا يمكن القول أن السوق الواسعة لها دور كبير في نشأة الكثير من المشروعات الإنتاجية الحديثة ونجاحها، فهي الجسر إلى ظهور الوفورات الاقتصادية للحجم ومالها من آثار في رفع الإنتاجية وخفض التكاليف، ومن ثم رفع كفاءة استخدام الموارد^(٧).

وتعاني السوق الخليجية من الضيق والمحدودية. فعلى سبيل المثال بينت إحدى الدراسات^(٨) أن أيّاً من دول الخليج غير مؤهلة بشكل منفرد لإقامة صناعة محلية لاتياج خطوط الهواتف المباشرة بسبب ضآلة حجم الطلب المحلي. أما أسواق هذه الدول مجتمعة، فيمكن أن توفر الحد الأدنى للطاقة الإنتاجية المطلوبة لإقامة مثل هذه الصناعة (حوالي ٣٠٠ ألف وحدة) ابتداءً

من عام ١٩٨٥، كما يتضح من الجدول التالي :-

جدول رقم (١)
حجم الطلب على خطوط الهاتف المباشرة بالوحدات
للاعوام ٨٠ . ٨٥ . ١٩٩٠

الامارات	البحرين	الكويت	السعودية	عمان	قطر	اجمالي الطلب
٤.٠٠٠	٧.٠٠٠	٤٨.٠٠٠	١٤.٠٠٠	١١.٠٠٠	٦.٠٠٠	٢٥٩.٠٠٠
٦.٠٠٠	١.٠٠٠	١٠.٤.٠٠٠	٣.٠٠٠	٢٢.٠٠٠	١.٠٠٠	٥٠٦.٠٠٠
٨.٠٠٠	١٦.٠٠٠	١٦.٠٠٠	٣.٠٠٠	٤٢.٠٠٠	١٢.٠٠٠	٦١.٠٠٠

المصدر : رمزي زكي، مشكلات الصادرات الصناعية لدول الخليج العربية، مؤتمر الصناعيين الأول في دول الخليج العربي (الدوحة ١٥، ١٦، ديسمبر ١٩٨٥) ص ١٤٤

يتبدى لنا من الجدول السابق أن حجم السوق السعودية يُكفيها من الوصول للحد الأدنى للطاقة الانتاجية، وبإضافة سوق دول الخليج الأخرى تستطيع أن تزيد الطاقة الانتاجية وتخفيض تكلفة الانتاج. ولكن عندما يتعدى حجم السوق ليشمل باقى الدول العربية، يصبح من الممكن أن يتم تحقيق مستوى من الانتاج عند أنى نقطة على منحني متوسط التكاليف. ولا يقف أمر الانتاج عند الحد الأدنى الاقتصادي الذي تقترب فيه تكلفة الانتاج المحلي من سعر الواردات^(١٠).

ثانياً ، حركة مبادلات التجارة في دول الخليج العربي

٦- الأسواق في دول الخليج :

على الرغم من ارتفاع نصيب الفرد من الدخل القومى في دول الخليج العربي ومصر^(١١) كمؤشر لارتفاع الطلب على المنتجات المصرية ، فإن قلة عدد السكان تعتبر قيدا أساسيا في هذا المجال. فمهما ارتفعت وتعددت أنماط الاستهلاك الفردى يظل الطلب الاجمالي

محدوداً. وإذا اجتمع ذلك مع التفاوت في مستويات الدخل، فإنه يؤدي بلا شك إلى تفتيت كسبة الطلب على سلعة معينة إلى شرائح عديدة من أنواع وأشكال مختلفة من السلعة، تتباين في مستوى الجودة والسعر، الأمر الذي يؤدي إلى صعوبة شح و تسويق كافة تلك الأنواع^(١٢).

ومع أن الدراسات التي تتناول نمط توزيع الدخل في هذه الدول نادرة نظراً لقصور البيانات الإحصائية من جانب، ولما تتسم به هذه الدراسات من حساسية خاصة لنظم أحكام القائمة من جانب آخر، يمكن القول بأن النمط العام والسائد في دول الخليج يتسم بالتفاوت الشديد في توزيع الدخل^(١٣).

ولو نظرنا إلى طبيعة الأسواق في أنظار الخليج العربي لوجدنا أنها أسواق مفتوحة على العالم الخارجي، حيث لم تعتمد التعريفات العامة على الواردات في هذه الدول ٥٪ خلال الفترة

جدول رقم (٢)

متوسط نصيب الفرد من اجمالي الناتج القومي
لعام ١٩٨٩م

دولار امريكي

الدولة	متوسط دخل الفرد
١- دول الخليج العربي	
أ - الامارات	١٨٤٣.
ب - عمان	٥٢٢.
ج - الكويت	١٦١٥.
د - السعودية	٦٠٢.
٢- الدول النامية	
- ذات الدخل المنخفض.	٣٣.
- ذات الدخل المتوسط.	٢٠٤.
٣- الدول الصناعية الغربية	١٩٠٩.

المصدر :

(١٩٧٥-١٩٨٣). وفي سبتمبر ١٩٨٣ اتخذت السلطات التنفيذية لتطبيق المادة الرابعة من الاتفاقية الاقتصادية الموحدة لدول مجلس التعاون الخليجي، والتي تنص على أن يكون الحد الأدنى للرسوم الجمركية المفروضة على السلع الأجنبية الواردة لدول الخليج هر ٤٪ ويصل الحد الأعلى إلى ٢٠٪^(١٤).

والرسوم المفروضة لحماية المنتجات الوطنية تتباين بين اقطار المنطقة. فبالنظر لجدول (٣) يتضح أن الامارات والبحرين لاتفرض أى رسم جمركى لحماية صناعاتها المحلية على الرغم من وجود قرانين فيها تسمح بذلك. بينما تفرض الكويت رسوما تتراوح بين ١٥، ٢٠٪ وتفرض كل من عُمان والسعودية وقطر رسوما تصل إلى ٢٠٪، وهذا إلى جانب المنع الكامل لاستيراد بعض السلع في الكويت. وهذا يعنى أن الدول الخليجية أتفقت جميعها على مبدأ الحماية الا أنها لم تتفق فيما بينها على مستوى هذه الحماية.

جدول رقم (٣)

الرسوم الجمركية المفروضة بقصد حماية المنتجات المحلية في دول الخليج العربي

الدولة	نسبة التعرفة	ملاحظات
سلطنة عمان	٢٠٪	عدد نئات السلع المنع ٨
المملكة العربية السعودية	٢٠٪	عدد نئات السلع ٢٨
دولة الكويت	١٠ - ٣٠٪	عدد نئات السلع ١٣ ومنع استيراد الالاست والانايب المعدنية.
دولة قطر	٢٠٪	أخديد والصب والمائل للنتج محليا فقط.
دولة البحرين	لا يوجد	
دولة الامارات العربية المتحدة	لا يوجد	

المصدر :

منظمة الخليج للاستشارات الصناعية، حوافز واطر التنسية الصناعية في دول الخليج العربي، الدوحة ١٩٨٦ - ص ٦٦.

والجدير بالذكر أن أنظمة الحماية والدعم للصناعة الوطنية ومتجاتها قد اعتمدت معايير الريع التجارى للمستثمر الصناعى، وتعويضه عن ارتفاع تكاليف الاستثمار والانتاج بصرف النظر عن اسباب هذا الارتفاع، ولم تتجه إلى تنمية المهارات والقدرات التسويقية المحلية لديه (١٥).

وتتم الاسواق المحلية لانتظار المنطقة باعتماد المنشآت على التسويق المباشر لمنتجاتها وعدم اشتراك مؤسسات التجارة والتسويق المتخصصة فى ذلك. ويعزى ذلك إلى عدم توفر مثل هذه المؤسسات أو لعدم كفاية خبرتها فى بعض الأحيان بالإضافة إلى ارتفاع تكلفتها متى كانت على مستوى عال من الخبرة.

ولا يغرب عن الذهن أهمية نشاط إعادة التصدير فى أغلب دول المنطقة، والذي يستحوذ على قسم كبير من نشاط المؤسسات التجارية، ولاسيما فى الكويت والامارات، مما ينتج عنه تضارب فى المصالح بين المنتجين المحليين وشركات إعادة التصدير، غالباً ما يتفانم فى غياب المناطق اخرة المنظمة.

وتعتبر أنظمة الأعمال التجارية وشروطها فى هذه الدول مرنة، ولاتتضمن قيوداً على التجار إلى جانب التنسيق والتعاون اختيبيين بين المنشآت الانتاجية ومؤسسات التجارة المحلية.

٢- التجارة البينية :

لاشك فى أن الترابط بين اقتصاديات أمة مجموعة من الدول ومدى التكامل بينها توضحه مستويات التبادل التجارى البينى لهذه الدول وبالنظر إلى الوضع فى دول الخليج نجد أن مستوى التبادل التجارى البينى لم يتعد نسبة ٧٪ من اجمالى المبادلات التجارية للمنطقة مع العالم الخارجى فى عام ١٩٨٨ (١٦).

فقد بلغت نسبة اعتماد كل من السعودية والامارات على الدول الخليجية الأخرى فى اجمالى تجارتها ما يوازى ٢١٪ و ٤٦٪ وذلك فى مقابل حوالى ٧٤٪ بالنسبة لقطر و ١٠٧٪ للكويت و ١٨٦٪ بالنسبة لعمان أما دولة البحرين فهى الوحيدة فى هذه المجموعة

التي استوعبت ٤٦٪ من اجمالي وارداتها من دول الخليج الأخرى، ٩٧٪ منه واردات من النفط السعودي لغرض تكريره.

وأجدير بالذكر أن نسبة التجارة الخليجية البينية من السلع ذات المنشأ الوطني (مصنعة وغير مصنعة) خلال الفترة (١٩٨٥-١٩٨١) بلغت ١٦٪ من اجمالي تجارة هذه الدول مما يعنى أن ٨٤٪ من هذه التجارة البينية تمثل سلعا أجنبية يصاد تصديرها. إلى جانب أن التجارة فى السلع المصنعة ذات المنشأ الوطني لم تشكل الا ٩.٠٪ فقط من اجمالي تجارة دول الخليج البينية (١٧).

٣- التجارة الخارجية :

يعكس تركيب السلع الداخلة ضمن نطاق التجارة الخارجية، الهيكل الاقتصادى ومستوى التنمية لأى دولة، كما يوضح هيكل السوق والتوزيع الجغرافى للتجارة الخارجية، والأطراف الرئيسية التى تتعامل معها هذه الدولة وتعتمد عليها كسائذ لصادراتها أو كمصادر لوارداتها.

وشير الهيكل السلى للصادرات الخليجية إلى اعتمادها الكبير على تصدير السلع الأولية، المتمثلة فى النفط الخام والغاز الطبيعى. هذا التحلل الهيكلى للصادرات يعكس التحلل الهيكلى لقاعدتها الانتاجية.

وعلى الرغم من ارتفاع النسبة المخصصة للقطاع الصناعى فى جملة خطط التنمية الاقتصادية فى هذه الدول؛ فإن نسبة الزيادة السنوية لصادرات السلع الصناعية، بما فيها المنتجات البتروكيمياوية، لا تكاد تصل إلى واحد فى المائة سنويا مما يدل على أن الاهتمام بالصناعة فى هذه الدول قد تركز فى قطاع الصناعات الاستخراجية (١٨) فى الفترة (١٩٧٥-١٩٨٥) فى المتوسط.

وتبدو الصورة عكسية تماماً بالنسبة لواردات الدول الخليجية، حيث تتركز فى السلع الصناعية، دين أى تباطؤ فى استيراد الخامات الصناعية، فبالنظر للجدول رقم (٤) يتضح أن

جدول رقم (٤)

هيكل التجارة الخارجية لدول الخليج لعام ١٩٨٨

الواردات	الصادرات	البيان
١٤.٤	٧.٩٥	الاغذية والحيوانات الحية .
١.٤	٠.٦	المشروبات والتبغ.
١.٩	٣.٨	المواد الخام غير المعده للاكل باستثناء المحروقات.
١.١	٠.٧	الرقود المصرى ومواد التشحيم والمواد المشابهه.
٠.٤	٠.٤	الزيت والشحوم الحيوانية والنباتية المنشأ.
٨.٣	٤٦.٩	المواد الكيماوية.
٢٢.٥	٢١.٧	البضائع المصنوعة مصنفة.
٣٣.٥	١٢.٦	الالات ومعدات النقل.
١٥.١	٣.٩	مصنوعات متنوعة.
١.٤	١.٨	اصناف ومعاملات غير مصنعة حسب العنق.
١٠٠	١٠٠	المجموع

المصدر :

تم احتساب بيانات الجدول من :-

الامانة العامة لمجلس التعاون ، النشرة الاقتصادية ، العدد الخامس ، ١٩٩٠ جنول رقم (٢٧) ص ٧٢.

نسبة الواردات من السلع المصنعة بلغت فى عام ١٩٨٨ ما يقارب ٨٥٪ من اجمالى الواردات.

والبند الخاص بالالات والمعدات يعتبر أكثر البنود أهمية فى هيكل الواردات الحقيقية، إذ بلغت نسبه حوالى ٣٤٪ غير أن فى الحقيقة يضم هذا البند بالإضافة إلى الآلات ومعدات النقل- اجهزة الاتصال واجهزة التلفزيون والمذياع والسيارات الخاصة وغيرها من السلع الاستهلاكية المعصرة التى ليس لها صلة بالاستخدام الانتاجى. لذا فان ضخامة هذا البند لا تعكس بالضرورة

جدول رقم (٥)

نسب التبادل التجاري لدول الخليج العربي مع العالم
للسنوات (٨١، ٨٢، ٨٥، ٨٨)

٨٨	٨٥	٨٣	٨١	السنوات الدول
٧	٥,٦	٤,٠	٤,١	دول الخليج
٢	٣,٠	٢,٧	٢,٩	بقية الدول العربية
٣,٥	٣,٩	٣,٢	٢,٦	بقية الدول الاسلامية
٢٥	٢٥,٥	٢٧,٨	٣٢,٦	دول المجموعة الأوروبية
١٣	٨,٥	٩,٦	١٢,٦	الولايات المتحدة الامريكية
٢,٠	٢٩,٤	٢٥,٧	٢٠,٦	اليابان
٢٩,٥	٢٤,١	٢٧,٠	٢٤,٠	بقية دول العالم
١٠٠٠٠	١٠٠٠٠	١٠٠٠٠	١٠٠٠٠	

المصدر :

الإمانة العامة لدول مجلس التعاون الخليجي . النشرة الاقتصادية، العدد الثاني،
١٩٨٠، ص ١٣٣ . العدد الخامس، ١٩٩٠، ص ٦٨ جدول ٢٤

وبالنظر إلى التوزيع الجغرافي لمراكز التبادل التجاري مع دول الخليج يتضح أنها تتمثل
في الولايات المتحدة ودول المجموعة الأوروبية واليابان، حيث بلغت نسبة التبادل التجاري لدول
الخليج مع الدول المذكورة حوالي ٦٠٪ من نسبة التبادل لهذه الدول مع العالم في الفترة
(١٩٨٨-١٩٨١) في حين لم تتجاوز نسب التبادل التجاري لأقطار الخليج مع الدول الاسلامية
٣,٩٪، ومع الدول العربية الأخرى ٣٪ (١٩٩١).

ونخلص مما تقدم إلى أن الارتباط بين دول الخليج والدول الصناعية الغربية يمثل نوعاً من

التبعية الاقتصادية.

دالنا ، مشكلات التسويق الداخلي

تقابل الصناعات الرطبة في دول الخليج الكثير من الصعوبات في تصريف منتجاتها في السوق الداخلية للدول المنتجة أو على مستوى أسواق الدول الخليجية الأخرى.

وتتنوع طبيعة هذه المشكلات، فهي قد تنتج عن عوامل خاصة بالمشأة الانتاجية وتستطيع التحكم فيها، أو عن عوامل خارجة عن سيطرتها. ولما كانت معوقات التسويق في الدول العربية الخليجية متشابهة إلى حد كبير، فأتينا ستعرض لبعضها بشكل اجمالي.

١ - الصعوبات علي مستوى المنشآت الصناعية :

أ - قصور المفاهيم التنظيمية :

تبنى القطاع الخاص الخليجي التصنيع بغرض احلال الواردات، ولكن يلاحظ أن أغلب القائمين على هذا القطاع كانوا ولا يزالوا يمارسون النشاط التجاري، ويحصر مفهوم التسويق لديهم في أعمال البيع والشراء وليس لديهم المام كامل بطبيعة مشكلات التسويق للمنشأة الصناعية.

ويعتد أغلب المنتجين الصناعيين في المنطقة إلى اتباع نمط مركزية الادارة، الذي يحد من مرونة العملية التسويقية ومن حرية تصرف مدراء التسويق.

ب - الافتقار إلى تنظيم التسويق الجيد :

تنتشر غالبية المنشآت الصناعية إلى وجود وحدات تنظيمية للتسويق، وأن وجدت فهي تقوم بأعمال بيع ماتم انتاجه فعلا وتوزيعه. وغالبا ما ينظر للتسويق على أنه في مرتبة أدنى من أنشطة أخرى في المشأة ولا يتم توفير الاعتمادات المالية الكافية لأدائه.

ج - أهمال البحوث التسويقية :

تنتشر أنشطة التسويق إلى بحوث التسويق وبرامجه، ولا توجد وحدات تنظيمية لهذا

النشاط تقدم بتوفير نظم للمعلومات للوقوف على ما يدور في السوق للاعتماد عليه في اتخاذ القرارات. فغالبا ماتخذ قرارات التسويق في المصانع اعتمادا على الخبرة الذاتية للإدارة^(٢٠).

د - نقص الكفاءات العملية :

تعانى أغلب المنشآت الصناعية الخليجية من انخفاض مهارات البيع لدى معظم العاملين بها، ويعزى ذلك في جانب منه إلى انخفاض معدل الأجر في تلك المنشآت الأمر الذي يحول دون قدرتها على الاحتفاظ برجال التسويق الكفاء، وفي جانب آخر إلى عدم توفر فرص التدريب للقائمين بهام التسويق.

هـ - ارتفاع أسعار المنتجات :

يتم تشغيل المصانع عادة بمستويات أقل من الطاقات الانتاجية المعسمة. الأمر الذي يؤدي إلى ارتفاع أسعار المنتجات. كذلك تعتمد بعض المصانع على تحديد أسعار منتجاتها بما يقارب مثيلتها من السلع المستوردة، رغم الاختلاف في النوعية، نظرا لعدم ادراك أغلب المصانع لمفاهيم التسعير، ويؤدي ارتفاع مصاريف النقل والتخزين في هذه الدول دورا كبيرا في رفع أسعار المنتجات.

٢- الصعوبات على مستوى الدولة :

أ - الدعاية والإعلام :

تعتبر مصاريف الدعاية والإعلام مرتفعة نسبيا في دول الخليج، إلى جانب عدم سماح بعض الدول بالدعاية في الإذاعة المرئية^(٢١)، ومن الملاحظ أن المصانع في أمة دولة خليجية لا تهتم بالأهلام عن منتجاتها المصنعة داخليا في دول الخليج الأخرى على الرغم من توافرها في الأسواق، مما يؤدي إلى قصور في تعرف المستهلك على السلع الخليجية المتوفرة.

ونشير في هذا الخصوص إلى أن وسائل الإعلام الحكومية لا تسهم في الترويج للسلع المنتجة محليا إلا بمقابل مادي مرتفع، هذا بالإضافة إلى عدم وجود معارض دائمة للمنتجات

الوطنية، كما أن إجراءات المعارض مرتفعة في النطقة^(٢٢)، وغالبا لا تقدم خصما للمنتجات الوطنية.

ب - العلامات التجارية المقلدة :

تعتبر تشريعات التجارة الخاصة بحماية العلامات التجارية في دول الخليج غير رادعة، فهي لا تسهم في كثير من الأحيان في حماية مالك العلامات التجارية، ومن ثم تنتشر العلامات التجارية المقلدة في الكثير من الواردات، وخصوصا السلع المصنعة الواردة من جنوب شرقي آسيا^(٢٣) وهذا إلى جانب الصعوبات الإدارية التي تواجهها المصانع الوطنية في تسجيل العلامة التجارية في دول الخليج.

ج - ندرة العمالة الماهرة :

تستقطب الأجهزة الحكومية في دول الخليج معظم انكفادات، ومن ثم تندر العمالة الوطنية الكفء للعمل في مجال التصريق، كما أن نظرة بعض المجتمعات الخليجية لمهنة البيع على أنها أقل مستوى من الأعمال الأخرى لها أثر في عدم توجه المواطنين للعمل في هذا المجال.^(٢٤)

ويؤدي كل ذلك إلى الاعتماد غالبا على جنسيات غير عربية لتسويق المنتجات الوطنية، ونظرا لاختلاف اللغة بين البائع والمشتري من جانب، وعدم استقرار العمالة الوافدة من جانب آخر يصعب إيجاد علاقة بين العميل والقائم على التصريق.

د - إهمال دراسة سلوك المستهلك :

تلعب حداثة الصناعات الوطنية، وقصور التصريح لها دورا في انصراف المستهلك الخليجي عنها، كما أن عدم الاهتمام بدراسة سلوك هذا المستهلك تخفى كثيرا من الأمور التي يمكن بمعرفتها تحقيق ترويج أكبر للسلعة. يضاف إلى ذلك ضعف الاهتمام بالتغليف والتعبئة للمنتجات الوطنية، الأمر الذي يؤدي إلى الانصراف عنها.^(٢٥)

د - ارتفاع تكلفة التخزين :

يتم المناخ في أغلب دول الخليج بأنه قارى مما يؤدي إلى رفع تكاليف التخزين للمواد المصنعة وبخاصة تلك التي تحتاج إلى برادات صيفيا.

وسهم غلاء ايجارات مستودعات التخزين في رفع تكلفة الوحدة بالاضافة إلى التزام المصانع بتخزين كميات كبيرة من المواد الأولية، نتيجة لعدم توفرها محليا. وكل هذا يؤدي إلى ضعف تصريف المنتجات وزيادة المخزون منها، وبالتالي ارتفاع تكلفتها (٢٦).

و - صعوبة النقل والتوزيع :

الوصول للمستهلك من أقصر الطرق، هو بلاشك الأفضل ولكن ذلك لا يتسنى دائما وتوقف في كثير من الاحيان على طبيعة السلعة نفسها وتواتر التوزيع المتوفرة (٢٧). وتتم أبعاد النقل والشحن في دول الخليج بالارتفاع النسبي، وبالإضافة إلى ارتفاع هامش الربح الذي يطلبه بعض الموزعين فإن ذلك يؤدي إلى ارتفاع أسعار المنتجات وفي الغالب ينصرف أغلب التجار عن توزيع المنتجات الوطنية بسبب انخفاض هامش الربح فيها مقارنة بالسلع المستوردة.

ز - تذبذب أسعار المواد الأولية :

يؤدي انعدام تشابك الانتاج في القطاع الصناعي في دول الخليج إلى اعتماد أغلب المنشآت الانتاجية على استيراد مستلزمات انتاجها مما يخضعها لتذبذبات أسعار المواد الأولية التي كثيرا ما تؤدي إلى رفع تكلفة الانتاج المحلي (٢٨).

٣ - الصعوبات على مستوى دول الخليج :

أ - تناقص الهياكل الانتاجية :

تشابه الهياكل الصناعية لأقطار الخليج العربي، حيث تتمثل الصناعات الاساسية فيها

في الأنشطة الخمس التالية :

- البتروكيماويات ، والاسنت ، والاسدة الكيماوية ، والالمونيوم ، والحديد والصلب .

هذا بالإضافة إلى العديد من الصناعات التحويلية المتوسطة والصغيرة التي تشابه فيما بينها إلى الحد الذي يجعل منها صناعات تتناسب أكثر منها تكاملية^(٢٩).

ويرى البعض أن تشابه الموارد هو السبب في ذلك، بينما يعزى الجانب الأكبر منها إلى جهود التنمية القطرية والتي تتم بتوجيهها المحلي أكثر من الخليجي، مما أدى الدور الأكبر في ذلك.

وجدير بالذكر أن نقص المعلومات الدقيقة عن الأسواق الخليجية الأخرى أدى إلى عدم الالمام بظروف المنافسين ولا ببرايمهم المستقبلية. وهذا إلى جانب أن ضآلة علاقات التشابك والترابط الخلفي والأمامي للصناعات الخليجية أضعف من امكانية اسهام كل منها في توفير مستلزمات الانتاج للصناعات الأخرى^(٣٠). كما أدى في الوقت نفسه إلى ضعف الاعتماد المتبادل بين دول المنطقة.

ب - الاغراق :

يُعرف الاغراق بأنه بيع سلعة مصدرة بسعر يقل عن سعرها في بلد المنشأ، وقد اعترفت الاتفاقية الدولية للتعريف والتجارة (الجات) بمضار الاغراق وأقرت بأنه بسبب تهديدا وخسارة للصناعة في البلد المستورده، ويعوق تأسيس صناعات جديدة بها.^(٣١)

وتتلخص شروط ممارسة أية شركة لسبابة الاغراق في : فتح اسواقها المحلية بحماية شديدة تجعل من المتعذر على المستهلك المحلي الحصول على السلعة في مكان آخر. وتفتح المنتج بدرجة عالية من الاحتكار في السوق المحلية. وأن تتميز الأسواق المستوردة بمنافسة شديدة من جهة وغياب الحماية الفعالة للمنتجات المحلية من جهة أخرى.

ويقاس أثر الاغراق - من وجهة نظر عدد كبير من الاقتصاديين - بمقدار الضرر الذي يلحق بالصناعة الوطنية وهذا يشمل ضباغ فرص تحقيق القيمة المضافة من انتاج السلعة موضوع

الاغراق في الاقتصاد الوطني، ومن ثم تعطل جانب من طاقاته الانتاجية^(٣٢).

والاغراق المتبع في السوق الخليجية هو من زاوية الأسعار التي تضع المنتج المحلي في مركز حرج^(٣٣). وقد أثبتت بعض الدراسات الميدانية أن هذه الأقطار تتعرض لسياسة اغراق واسعة في المنتجات المصنوعة على وجه الخصوص. والنسبة العظمى من مصادر الاغراق تتركز في عدد من بلدان شرقي آسيا أولاً، ثم في أوروبا الغربية والشرقية ثانياً، وتعتبر الصناعات الورقية والصناعات البلاستيكية من أكثر الصناعات التي تتعرض للاغراق في الاسواق الخليجية^(٣٤).

ج - اختلال هيكل التكلفة :

أدى وجود تفاوت في درجة تطور البنية الأساسية وفي اخوانز واجراءات احسابة والنشجيع - المقدمة في كل دولة من دول الخليج - إلى اختلال هيكل التكلفة بين المنتجات المصنعة في هذه الدول^(٣٥)، الأمر الذي دفع بعضها إلى التردد في تحرير المبادلات بينها^(٣٦) بناء على قرارات مجلس التعاون الخليجي، بقصد حماية انتاجها الداخلي من المنافسة الخليجية.

وتعتبر المنتجات الكويتية والسعودية من أكثر المنتجات قسماً بالخوايز والنعم إلى جانب قسماً بالخبرة، الأمر الذي يضعف قدرة الصناعات الناشئة في الأقطار الخليجية الأخرى على التنافس.

د - ارتفاع التكلفة :

تتصف غالبية المنتجات الصناعية الخليجية بالارتفاع النسبي في تكلفتها بالمقارنة مع نظائرها الأجنبية. وهذا يؤدي إلى ارتفاع سعرها، ويحد من انسيابها داخل السوق الخليجية. ويعزى هذا الارتفاع في التكلفة إلى العديد من الأسباب، منها :

- اعتماد المصانع الخليجية عادة على مدخلات أجنبية - بالإضافة إلى ارتفاع أثمان الآلات وتكلفة تشغيلها - يؤدي إلى ارتفاع تكلفة الانتاج.
- انخفاض نسبة استغلال طاقات الانتاج.

- انخفاض مستوى كفاءة الإدارة والعمالة الصناعية، فضلا عن مشكلات الصيانة والتخزين.
- انتقال البيئة الصناعية إلى الأجهزة المتخصصة في الخدمات الاستشارية والفنية المتمشية مع التحولات المستمرة في تقنيات التشغيل، فاخكومات في دول الخليج تهتم بتوفير بني أساسية وإقامة مناطق لتشجيع الانتاج ولكن دون جهد مقابل لتكوين الأجهزة والكوادر الوطنية القادرة على تزويد القطاع الخاص بالمعلومات الكافية عن السوق.

هـ - انتفاء مواصفات قياسية مشتركة :

للمواصفات القياسية المشتركة دور كبير في تيسير التبادل التجاري بين الدول عن طريق ازالة المعوقات الفنية الناتجة عن اختلاف المواصفات والمقاييس، فهذه المعوقات الفنية، أشد ضرا من الحواجز الجمركية، فالأخيرة يمكن ازالتها او تخفيفها بواسطة الاتفاق بين الدول المعنية في حين لا يمكن ازالة العتبات الفنية الا من خلال تغيير كبير في أساليب وأدوات الانتاج. (٣٧)

و - قصور خدمات التسويق :

ويمكن الاستدلال على ذلك من خلال : عدم وجود شركات نقل متخصصة، مما يعنط المشروعات لاستنجار شاحنات لنقل البضائع على مستوى السوق الخليجية، وقد أشارت احدي الدراسات الميدانية إلى أن نسبة تكلفة النقل إلى تكلفة الانتاج تتراوح بين ١٠-٢٠٪ في حوالى ٧٣٪ من الشركات انصناعية الوطنية في السعودية (٣٨).

ولا يختلف احوال في الدول الخليجية الأخرى كثيرا عما هو قائم بالمملكة العربية السعودية بحيث يمكن القول بأن ارتفاع تكلفة النقل من العوامل المعوقة للتبادل التجاري بين دول المنطقة.

ز - انخفاض مستوى الحماية الجمركية :

تعمل الدول على حماية صناعاتها الوليدة عن طريق فرض رسوم عالية على الواردات من السلع التي لها مشيل محلي، وقد أتخذت الحماية في الوقت الحاضر العديد من أشكال تدخل الدولة في جهاز الأسعار للتأثير على حركة تدفق السلع من وإلى الخارج (٣٩).

وتتمثل الحماية التي تفرضها دول الخليج لبعض منتجاتها الصناعية في الرسوم الجمركية على السلع المستوردة التي تتراوح في المتوسط بين ١٠-٣٠٪ وهي نسب منخفضة، هذا مع العلم أن السلع المحببة في دول الخليج هي سلع قليلة العدد^(٤٠)، وعلى الرغم من أن الحماية الجمركية تفرض لمدة محددة تصل إلى خمس سنوات في أغلب دول الخليج مثل السعودية، الكويت، قطر- إلا أنها تطبق في أضيق الحدود، بالإضافة إلى أن الدول الأخرى مثل عُمان والامارات توجد فيها تشريعات للحماية، ولكن عدد السلع المحببة منخفض جدا، أما في البحرين فلا يوجد أي تشريع للحماية الجمركية^(٤١).

ويُمكن أزعاج ما تقدم إلى تعاضم النفوذ السياسي لموردى السلع الأجنبية من تجار وفئات حاكمة ومعارضتهم لفرض رسوم على الواردات.

ح - صعوبة الاستفادة من القرارات الحكومية :

على الرغم من وضوح قرارات تشجيع الصناعة الوطنية وتفصيل المنتجات الخليجية. لا يزال الالتزام بها عند تأمين المشتريات الحكومية تكثفه صعوبات تعترض تحقيق ما يامله المنتجون من حجم أكبر لمبيعاتهم للجهات الحكومية في ضوء ما تنص عليه هذه القرارات^(٤٢).

وما ينبغي الإشارة إليه أن أهم الصعوبات التي تواجه الصناعة الوطنية هي تنفيذ قرارات التشجيع في ظل المفاضلة على أساس الأسعار^(٤٣). كما أن عدم وجود اجراءات رادعة في حالة عدم الالتزام بالقرارات من قبل الجهة الحكومية يعد من الأسباب الجوهرية التي تؤدي إلى عدم تنفيذها.

ط - الاجراءات والأنظمة الادارية :

أبرز تطبيق نصوص الاتفاقية بين دول الخليج العربية بعض المستجدات التي أدت إلى الحد من الاستفادة المثلى من هذه النصوص^(٤٤). وظهرت معوقات تتعلق بتفسير بعض نصوص الاتفاقية مثل المقصود بالقيمة المضافة، أي الاجمالية أم الصافية، ومعوقات تتصل بأهمية تحويل نصوص الاتفاقية إلى تعميمات ومنشورات تفصيلية ومتابعة التنفيذ، إلى جانب

الاجراءات الإدارية التي تواجه رجل الأعمال عند تعامله مع سلطات الموانئ وانجمارك والوقت الذي تستغرقه عملية فرز المنتجات الوطنية مما يعرضها للتلف والتباين في الأنظمة الاجرائية والإدارية المستخدمة في تطبيق البنود الخاصة بالاتفاقية الاقتصادية الموحدة في كل دولة من الدول الست الأعضاء في مجلس التعاون، وأخيراً خضوع المنتجات الخليجية لبعض اجراءات الفحص في الدول الخليجية المستوردة على الرغم من استصدار شهادة صلاحية لها من البلد الخليجي المصدر.^(٤٤)

رابعاً ، مشكلات التسويق الخارجي

انشأت دول الخليج مجمعات ضخمة للتصنيع بهدف التصدير، أهمها تلك المرتكزة على النفط والغاز وتصنيع البتروكيماويات أو التي تعتمد على الطاقة الرخيصة مثل الانسبوم والحديد. ولعل البتروكيماويات هي أكثر المنتجات التي تواجه مشكلات في التصريف ومن هذا المنطلق سيتم التركيز على شرح المعوقات التي تحول دون تصريفها. وللتمكن من ذلك يجب في البداية توضح طبيعة السوق الدولية لهذه المنتجات، والتعرف على الأسواق المتاحة أمام المنتجات العربية، ثم بيان معوقات التصريف للمنتجات البتروكيماوية الخليجية.

١ - طبيعة السوق الدولية للمنتجات البتروكيماوية

تصدر الدول المتقدمة التجارة الدولية للبتروكيماويات، وبخاصة أمريكا الشمالية ودون السوق الأوروبية المشتركة واليابان. وتقتصر الكميات التي يتم تبادلها عانياً على عُشر الانتاج العالمي^(٤٥)، وذلك لما تنسم به أسواق المنتجات البتروكيماوية في الدول المتقدمة من التكامل الرأسي، حيث نجد أن الذي يقوم بانتاج الايثلين والبتزين على سبيل المثال، يستغل منتجاته في تصنيع المشتقات الرسيطة والنهائية لهذه المواد^(٤٦).

وفي مجال التبادل التجاري في البتروكيماويات بين الدول المتقدمة والدول النامية يتضح أن واردات الدول المتقدمة من انتاج الدول النامية لاتتعدى ١٪ من نسبة ما تستهلكه الدول المتقدمة، وهي تعادل ١٣ر٦٪ من نسبة ما تستورده هذه الدول في المتوسط.

وتستورد الدول المتقدمة نصف البتروكيماويات من الدول المصدرة للنفط، والنصف الآخر من الدول غير النفطية. ومن ناحية درجة التصنيع فإن ٥٥٪ من صادرات الدول النامية تتكون من منتجات أساسية، و٤٪ من منتجات وسيطة، و٤١٪ منتجات نهائية. وهذا التقسيم يشوه أيضا نوع من الاختلال، حيث أن ٨٠٪ من المنتجات الأساسية المذكورة المصدرة من الدول النامية للدول المتقدمة تتمثل في الأمونيا والميثانول، ويشمل الستيرين أغلب البتروكيماويات الوسيطة المصدرة، وما يوازي ٧٦٪ من المنتجات النهائية تحتوى على بولى فينيل الكلورايد (٤٧).

وتتميز السوق العالمى للبتروكيماويات، بأنه مُحتَكِر من قبل قلة من المنتجين التقليديين الذين اتسم نشاطهم بانتاج وتوزيع سلسلة متواصلة من المركبات والسلع البتروكيماوية، فهو سوق احتكار القلة، وأهم ما تتمتع به هذه القلة هو قدم عهدها بصناعة البتروكيماويات والاتجار بها.

وتتلك الشركات المنتجة للبتروكيماويات قاعدة عريضة تشمل مؤسسات انتاجية ومالية وتجارية وتكنولوجية تساعدها على تنوع المواد الأولية، والمنتجات، وطرق التصنيع. هذا إلى جانب توفر وسائل النقل والتسويق. ولاشك أن هذه القلة تتخذ العديد من الأساليب لعرقلة مسيرة المنتجين الجدد.

وبالنظر إلى سوق أهم سلعة خليجية مُنتَجة بفرض التصدير وهي الايثلين، نجد أن المعلومات المتوفرة تشير إلى أن انتاج الايثلين في دول السوق الأخر، تتحكم فيه ثمانى شركات، أما بصورة مباشرة، أو عن طريق شركائها، وتسيطر أربع منها على حوالى ٤٠٪ من الايثلين المنتج في الولايات المتحدة وعلى مايزيد على ٦٠٪ في خمس دول أوروبية غربية.

وتعطى الصورة السابقة فكرة مبسطة عن أوضاع سوق البتروكيماويات في الدول الصناعية، ومدى صعوبة ولوجه من قبل منتجى الدول النامية الجدد دون تخطيط واقعى مدروس.

٢ - الأسواق المتاحة للبتروكيماويات العربية الخليجية :

أدى اختلال هيكل البتروكيماويات الخليجية وتركزها حول تصنيع المنتجات الأساسية إلى

ترجى الصادرات البتروكيميائية نحو أسواق الدول الصناعية الكبرى التي تعتبر المنفذ الرئيسي لها.

وساعد على عدم توجه هذه المنتجات إلى أسواق الدول النامية أن طبيعة مرحلة النمو التي تعيشها هذه المجتمعات لا تزهلها لتصنيع المنتجات الأساسية وتحولها لمنتجات وسيطة ونهائية لما تتطلبه الأخيرة من مستويات مرتفعة في رأس المال ومن المستوى التكنولوجي المتقدم، إلى جانب أن استهلاك هذه الدول من المواد البتروكيميائية منخفض مما يشير إلى ضعف القابلية لدى أسواقها لتصرف كميات كبيرة مما يرفع من تكلفة الشحن والتسويق^(٤٨).

جدول رقم (٦)

مناطق مبيعات المنتجات البتروكيميائية الخليجية
في النصف الأول من عام ١٩٨٢م

المنطقة	نسبة المبيعات
معليا	٧.٦
الشرق الأوسط	٦.٠
الدول الأوروبية	٢٨.٤
الولايات المتحدة	٥.٤
جنوب شرق آسيا	٢٦.٤
الشرق الأقصى	١٣.١
أفريقيا	٣.١
	١٠٠.٠

المصدر :

Escwa & AIDO, Trade in Industrial Strategic Commodities, Escwa
Industrial Dev., Series No. 7, 1987, P.44.

بتبين مما سبق أن سعى الدول الخليجية إلى تعريف منتجاتها في الاسواق الأكثر فاعلية لاستيعابها أمر منطقي جدا. وتمثل هذه الاسواق في الدول المتقدمة، وهي الولايات المتحدة واليابان ودول السوق الأوروبية المشتركة.

وتعتبر السوق الامريكية من أصعب المنافذ للمنتجات العربية، حيث أن تكلفة النقل تُفقد المنتجات العربية ميزة رخص اللقيم، وخاصة بالمقارنة مع كندا والمكسيك والبريتين من الولايات المتحدة) والمنتجتين للبتروكيماريات. وعلى الرغم من ذلك، فإن السوق الامريكية تتقبل العديد من المنتجات البتروكيمارية الخليجية، وأن كانت تقتصر على الكميات التي يورقها الشريك الاجنبي.^(٤٩)

وتشبه حالة السوق الياباني حالة سوق الولايات المتحدة، نظرا لقرب اليابان من بلدان عديدة مثل أندونيسيا وتايلان وكوريا الجنوبية التي تنتج موادا بتروكيمارية أساسية رخيصة الأسعار معتمدة على انفاذ الطبيعي المتوافر لديها. وهنا تجدر الإشارة إلى أن مشاركة اليابان في العديد من المشروعات المشتركة في بلدان الخليج متبع الفرصة للمنتجات البتروكيمارية الخليجية للدخول لبعض الاسواق العالمية، غير أن النسبة التي سيتم تسويقها ستقتصر على النسبة التي تشارك بها اليابان، أما فيما عدا ذلك فإن السوق اليابانية تعتبر مغلقة في وجه المنتجات البتروكيمارية الخليجية.^(٥٠)

يتبدى لنا مما سبق أن سوق الدول الاوروبية المشتركة تُعتبر أكبر وأقرب سوق لتصدير المواد البتروكيمارية المُنتجة في دول الخليج العربي، وبخاصة إذا علمنا أن الدول الاوروبية بأعتبارها مجموعة اقتصادية، تعتبر الشريك التجاري الأول للدول الخليجية إلى جانب كونها من أكبر المنتجين والمصدرين للبتروكيماريات.

٣ - صعوبات تسويق المنتجات البتروكيمارية الخليجية :

هناك العديد من العوامل التي تتحكم في تسويق المنتجات البتروكيمارية منها حجم السوق، وحرز التجارة وسياسات الحماية، ونقل المنتجات، والقفور في نظام معلومات التسويق، ونقص التعاون مع الدول النامية، والمنافسة مع الشركات العالمية.

وبدراسة هذه العوامل ، وأثرها على تصريف المنتجات الخليجية من البتروكيماويات
يمكننا التعرف على العوائق التي تواجه تصريف المنتجات البتروكيماوية الخليجية في السوق
العالمية.

أ - حجم السوق :

اتجهت دول الخليج العربي إلى تصنيع البتروكيماويات بهدف تصديرها للعالم الخارجي.
وتتمثل أهم المنتجات البتروكيماوية الخليجية المصدرة في مادتي الايثلين والميثانول.

والجددير بالذكر، أن السوق العالمية للبتروكيماويات واجهت فائضا في الطاقات الانتاجية
وانخفاضاً في الربحية مع بداية الثمانينات. وللتعرف على امكانية تصريف المنتجات
البتروكيماوية الخليجية ستتطرق حجم السوق العالمي الذي يبينه الجدول رقم (٧).

تبين أرقام الجدول رقم (٧) انه على الرغم من تناقص الكميات المنتجة من الايثلين، في
عام ١٩٨٤م بالمقارنة بعام ١٩٨٢م، فإن هذا التناقص عانى من فائض عرض بلغ ١١.٥ ألف طن
مترى. وعلى الرغم من التوقعات التي كانت تبشر بارتفاع الطلب في عام ١٩٩٠، إلا أن الطاقات
الانتاجية سترتفع بكمية أكبر، مما سيولد فائضا يقدر بحوالي أربعة آلاف طناً مترياً.

ولا يختلف الوضع بالنسبة للمنتجات المشتقة من الايثلين مثل البولي ايثلين منخفض
الكثافة والبولي ايثلين مرتفع الكثافة، وهي من أهم المنتجات التي تقوم الدول الخليجية باشتقاقها
في معامل البتروكيماويات التي شيدتها،

ومن المعروف أن الانتاج الخليجي من الميثانول يتم تصديره بالكامل للخارج. والبيانات
الواردة في جدول رقم (٧) تبين أن الفائض العالمي من هذه المادة في تزايد. حيث ارتفع بنسبة
٧٧٪ عام ١٩٨٤م عما كان عليه عام ١٩٨٢، ومن المتوقع أن يكون قد ارتفع بنسبة ٨٤٪ في
عام ١٩٩٠. ومن هنا نرى أن وضع السوق العالمي لا يتيح مجالا واسعا لتصريف بتروكيماويات
دول الخليج العربي.

جدول رقم (٧)

العرض والطلب العالمي على بعض المنتجات البتروكيميائية حتى عام ١٩٩٠

البلد	الطلب العالمي		العرض العالمي		المخزون العالمي		البيان
	١٩٨٢	١٩٨٤	١٩٨٢	١٩٨٤	١٩٨٢	١٩٨٤	
الاتحاد السوفياتي	١٩,٩٠+	١٩,٩٠+	٥٢,٤٠	٣٧,٧٠	٣٣,٠٠	٥٦,٤٣	الاتحاد السوفياتي
الولايات المتحدة	١٠,٢٦+	١٠,٢٦+	٢٥,٢٠	٢٠,٥٠	١٨,٠٦	٢٤,٣٧	الولايات المتحدة
ألمانيا الغربية	٨,٤١+	١٠,٦٣+	٢١,٦٠	١٦,٠٩	١٣,٥٦	٢٨,٦٢	ألمانيا الغربية
فرنسا	٥,٥٠+	٣,١٠+	١٩,٠٠	١٤,٥٠	١٢,٢٠	٢٩,١٠	فرنسا
إيطاليا	٣,٥٠+	٤,١٠+	١٧,٧٠	١٣,٣٠	١١,٥٠	١٩,٤٠	إيطاليا
الهند	٢,٣٦+	٤,٠٠+	١٧,٦٠	١٣,٦٠	١١,٧٠	٢٠,٥٦	الهند
اليابان	١,١٠+	١,٩٠+	١١,١٠	٧,٥٠	٦,١٠	١٢,٠٠	اليابان
كندا	٠,٣٠+	٠,٦٥+	١٠,٠٠	٧,١٠	٥,٥٠	١٠,٣٥	كندا
أخرى	٢,٤٠+	٣,٥٠+	٨,٤٠	٥,٩٠	٤,٨٠	١٠,٤٠	أخرى

ب - حواجز التجارة والحماية الجمركية :

تواجه مصانع البتروكيماويات الخليجية، أسوة بمصانع البتروكيماويات في العالم صعبة في تسويق منتجاتها بسبب عدد من الظروف، من بينها الكساد العالمي، ومعدلات النمو المنخفضة في البتروكيماويات، إلى جانب الفائض العالمي، فقد بدأ نمو البتروكيماويات في التراجع في الدول الصناعية منذ بداية السبعينات، حيث كان معدل النمو ٨.٥٪ خلال الفترة ١٩٧٠-٦٥. ٧.٥٪ بين ١٩٧٠-١٩٧٣، ومنذ ١٩٧٣ إلى منتصف الثمانينات تراوح معدل نمو البتروكيماويات بين ٤٪ و ٦٪ سنويا، مع بعض الانخفاض في الطلب.^(٥١)

وأدت الظروف السابقة إلى تشغيل معامل البتروكيماويات بأقل من طاقات إنتاجها. الأمر الذي استلزم أن تتخذ الدول المتقدمة العديد من التدابير لمواجهة هذه المشكلة. فالتجهت الدول الأوروبية إلى ادخال برنامج ترشيد كان من شأنه اشلاق أكثر من عشرين مصنعا في أوروبا الغربية، بهدف تحقيق نوع من التوازن بين العرض والطلب^(٥٢). ويفضل ذلك استطاعت أوروبا تصريف أربع أخماس الطاقة الفائضة الموجودة لديها من الايثلين في عام ١٩٨٥^(٥٣). كما فرضت السوق الأوروبية الرسوم الجمركية على واردتها من البتروكيماويات الخليجية.

وتعتبر الرسوم الجمركية التي فرضتها الدول الأوروبية على المنتجات الخليجية أكبر عامل معوق أمام تسويق هذه المنتجات وتصريفها، فالنسب المفروضة مرتفعة، كما يتضح من الجدول رقم (٨) مما يؤدي إلى فقدان هذه الدول الميزة النسبية التي تتمتع بها منتجاتها.

ولقد استندت الدول الأوروبية في اتخاذها قرارات فرض الرسوم الجمركية على مادة الميثانول بنسبة ١٣.٤٪ في يونيو ١٩٨٤ إلى أن هذه المادة من المنتجات البتروكيماوية الاساسية المدرجة في قائمة السلع الحساسة التي يمكن استثنائها من شمولية نظام التفضيل الموسع الذي تبنته المجموعة الأوروبية وأخذت تعمل بموجبه منذ عام ١٩٧١- ويتنص النظام التفضيلي^(٥٤) المعمم بأنه في رسع الدول النامية أن تصدر إلى البلدان الصناعية القسم الأكبر من منتجاتها المصنعة وشبه المصنعة، متمتعاً بخفض جزئي أو كلي للضريبة الجمركية باستثناء السلع الحساسة التي تشمل أساساً في المنتجات التي تواجه بعض المشكلات في أوروبا^(٥٥).

جدول رقم (٨)

هيكل التعريفات الجمركية المفروضة على البتروكيمياويات
السعودية في أوروبا

المنتج	معدل التعريفات الجمركية	الخصص المعفاة من الضريبة (مليون)
برلي ايثلين منخفض الكثافة.	٪١٢.٥	٦.٦
برلي ايثلين عالي الكثافة.	٪١٢.٥	٨.٠
ميثانول.	٪١٣.٠	٣.٣
بوليا.	٪١١.٠	٠.٣٧٥
ايثيلين جلايكول.	٪١٣.٠	١.٠٩٠
داي ايثلين جلايكول.	٪٨.٠	٠.٣٤٠

المصدر :

AIDO & Escwa. "Trade in Strategic Commodities". Escwa Industrial Dev., Series No.7. Dec., 1987.

وقد تم تصنيف المنتجات الحساسة على أثر قرار مجلس المجموعة الأوروبية في عام ١٩٨٠. ويوجب التصنيف الجديد إلى نوعين من المنتجات تبعاً لحساستهما :

المنتجات الحساسة : وتوضع تحت رقابة صارمة، بحيث يتم تطبيق التعريفات الجمركية على وارداتها، بعد بلوغها حصة محددة.

المنتجات غير الحساسة : وتكون معفاة من القيود الضريبية، ولكنها تخضع لتابعة إحصائية، ويمكن أن تفرض عليها الضريبة الجمركية، إذا تعدت كمية الصادرات النسبة المحددة في عام ١٩٨٠ بالنسبة لكل بلد مستفيد.

وقد نشرت المجموعة الأوروبية قائمة السلع اخصاسة لعام ١٩٨٥ قبل نهاية عام ١٩٨٤ ، والتي تضمنت - اضافة للميثانول - ثلاث منتجات بتروكيماوية خليجية جديدة هي الستارين والايثيلين جلايكول وثاني ايثلين الجلايكول.

وعلى الرغم من المحاولات التي بذلتها الدول الخليجية لاتفانح الدول الأوروبية باعادة النظر في أمر هذه الرسوم الا أن دول المجموعة الأوروبية قامت في مطلع عام ١٩٨٥ ، بتطبيق نفس الرسوم وأعتبرتها برسوم أخرى في أغسطس ١٩٨٥ على مادة البولي ايثلين منخفض الكثافة الخطى بنسبة ١٣.٩٪ واستمر احوار حول ذلك لجولات عديدة بين مثلى مجلس التعاون الخليجي ، ومثلى السوق الأوروبية المشتركة دون أن ينتهى هذا احوار إلى اتفاق بين الطرفين. وعلى الرغم من ذلك، فقد فرضت السوق الأوروبية المشتركة في مطلع عام ١٩٨٦ رسوما جديدة بنسبة ١٢.٥٪ على البولي ايثلين عالى الكثافة الخطى. ثم قامت دول السوق أيضا بتعديل ستروف البتروكيماويات السعودية وفقا برسوم جمركية تحت نظام الافضليات المعم لعام ١٩٨٦ بشكل مخفض للغاية، ولايمكس الطاقة الانتاجية للسلكة ولا النطلب الداخلى لهذه السول. فقد تم تحديد اخصة السعودية الداخلة إلى دول للسوق ما يوازى انتاج يوم واحد فقط من الميثانول، وانتاج نصف يوم من من الستارين^(٥٦) من الطاقات الانتاجية السعودية.

وأدت القرارات السابقة إلى خلق جو من التوترب بين دول الخليج والدول الأوروبية وفي محاولة من جانب الدول الأوروبية لتهدئة الموقف - تم عقد ندوة تمهيدية للحوار الخليجي الاوروبى فى ابوظبى فى نهاية عام ١٩٨٥. وعقد اجتماع آخر فى ١٩٨٧/٦/٢٣ م ، وتم عقد اجتماع ثالث بين وزراء خارجية المجموعة الأوروبية ودول الخليج وذلك على هامش اجتماعات الدورة الثانية والاربعين للامم المتحدة فى أواخر عام ١٩٨٧ ، ولكن لم يسفر هذا احوار والاجتماعات عن نتيجة محددة.

وبعد عدة مفاوضات رسمية قلمت دول الخليج بالتوقيع رسميا لأول مرة كمجموعة اقليمية ، على اول اتفاقية اقتصادية لها مع المجموعة الأوروبية بلكسمبرج فى ١٩٨٨/٦/١٥ ، ولكن لم تحتو بنود هذه الاتفاقية على نصوص محددة فى صالح البتروكيماويات الخليجية بل نصته على

أن الضرائب الأوروبية على البتروكيمياويات الخليجية تبلغ حوالى ١٤٪، ولم تحقق شيئا يذكر لصالح الدول العربية الخليجية فى حين حصلت الدول الأوروبية على مزايا كثيرة^(٥٧).

و - نقل المنتجات :

النقل هو أحد عناصر الميزج التسويقى اللازمة لتصرف المنتج، ويدخل جنباً إلى جنب مع عناصر المنتج، السعر، الترويج، وعندما يتعلق الأمر بتسويق منتج يفيض عن حاجة الاستهلاك المحلى، فأن النقل يتقلد أهمية خاصة.

ويعتبار أن المنتجين فى أوروبا والولايات المتحدة يشتمون بقرب مراكز الانتاج من أماكن الاستهلاك، فقد أصبح مفروضاً على الدول الخليجية من أجل تسويق انتاجها أن تعرض مزايا مماثلة، إن لم تكن اضافية، كى تجتذب عملاء وتخلق طلباً مناسباً، وهذا يعنى أن تكون جودة الانتاج مناسبة والاسعار الموضوعة للنافسة والعرض ملائمة، وإذا استثنينا المنصر الاول فأن المنصرين الآخرين يرتبطان بالنقل إلى حد كبير^(٥٨)

وتعتمد أنماط النقل فى صناعة البتروكيمياويات على طبيعة المادة البتروكيمياوية وكونها سائلة أو صلبة، وبالتالي فأن نقل البتروكيمياويات يأخذ الاشكال التالية :

١) النقل بسفن متخصصة لنقل المنتجات السائلة أو الغازية بأنواعها، وفى العادة ذات طاقة نقل عالية، وتقتصر فى الغالب على قبول نوع واحد من المنتجات وتحتاج إلى موانئ مجهزة خصيصاً لآعمال الشحن والتفريغ وتميز بمواصفات فنية متقدمة.

والجدير بالذكر أن معظم المواد البتروكيمياوية سامة وعلى درجات أشتعال مختلفة لذلك وجب نقلها بسفن متخصصة.

٢) النقل بسفن الحمولات العامة والحاربات بالنسبة للبتروكيمياويات الصلبة. وفى هذه الحالة تقل التكلفة، لامكانية الاستفادة من خدمات النقل فى كل من رحلتى التصدير والاستيراد.

وتتسم تكاليف النقل والتخزين فى دول الخليج بالارتفاع نتيجة لعوامل ذات علاقة

بخصائص الاقتصاد الخليجي مثل ارتفاع الاجور الذي شمل أجور النقل والشحن^(١٩)، إلى جانب العوامل ذات العلاقة بالخصائص الفنية للمنتجات البتروكيمياوية وأقطاب نقلها التي سبق ذكرها.

ومن المعلوم أن حساب تكاليف التشغيل في تكلفة نقل المنتجات يتم عن طريق معاجة تكاليف القوى العاملة، الإصلاح والصيانة، الادارة والتنظيم، إلى جانب تكاليف أخرى تتطلب درجة عالية من المهارات الفنية. ونظرا لعدم توفر الخبرات المعلية اللازمة يتم الاعتماد في دول الخليج على الخبرات الاجنبية المرتفعة الثمن، وغير المستقرة الأمر الذي يؤدي بلا شك إلى رفع تكلفة النقل^(٢٠).

وبمقارنة تكاليف الشحن من دول الخليج مع تكاليف الشحن من الدول الأخرى نلاحظ ارتفاع التكلفة في دول الخليج. فمن المعروف أن الدول الأوروبية تعتبر أقرب الدول للخليج في الوقت الذي تعتبر فيه اندونيسيا أقرب الدول لليابان وامكسيك أقرب الدول للولايات المتحدة. إلا أنه بتحليل بيانات الجدول رقم (٨)، يتضح أن متوسط تكلفة الشحن من أندونيسيا لليابان أدنى من متوسط تكلفة الشحن من الخليج لليابان بنسبة ٥٩٪. بينما متوسط تكلفة الشحن من الخليج لاوروبا، تقل بنسبة ١٨.٤٪ فقط عن تكلفة الشحن من اندونيسيا لاوروبا وبالمثل يقل متوسط تكلفة الشحن من المكسيك للولايات المتحدة بنسبة ٦١١٪ عن متوسط تكلفة الشحن من دول الخليج للولايات المتحدة، في حين يقل متوسط تكلفة الشحن من دول الخليج لاوروبا عن تكلفة الشحن من المكسيك لاوروبا بنسبة ٦٪ فقط. وذلك كله يبين أن تكاليف الشحن من دول الخليج تسم بارتفاعها بالمقارنة بتكاليف الشحن من الدول الأخرى.

جدول رقم (٨)

تكلفة شحن بعض المنتجات البتروكيمياوية للدول الصناعية

في عام ١٩٨٠ (أسعار ١٩٨٠ بالدولار)

قطر	الإثيلين	البروبيلين	الميثانول	متوسط التكاليف
٦١.٢	٤١.٩٥	٤٣.٢	١٩.٠	٥٦.٢
٧٨.٤	٤٦.٤٠	٤٠.٣	١٩.٠	٣٥.٨٠
٢٩.٠	١٩.٢٠	١٩.٠	١٩.٠	٣٤.٢
٩.٤	٤٦.٩٥	٦٢.١	٢٧.٩	٣٨.٠٠
١٠.٣	٥٠.٩	٧٦.٤	٢٧.٩	٥٢.٥
٤.٠	١٦.١٠	٢٧.٩	٢٧.٩	٣٨.٠٠
٧.٩	٣٨.٠٠	٥٢.٥	٢٧.٩	٣٨.٠٠
٧٢.٢	٥٠.٠٠	٢٥.٥	١١.٤	٤٢.٤٠
٧٨.٤	٥٤.٤٠	٢٧.٧	١١.٤	٤٢.٤٠
٣٥.٥	٢٢.٧٠	١١.٤	١١.٤	٢١.٥
٦٢.٠	٤٢.٤٠	٢١.٥	١١.٤	٢١.٥

* متوسط تكلفة التصدير لجميع الدول الأوروبية الغربية.

المصدر :

و - القصور فى أنظمة معلومات التسويق :

يمارس نشاط التسويق المناسب تأثيرا كبيرا على نجاح أية مؤسسة صناعية. ولكى يمكن تخطيط هذا النشاط بطريقة صحيحة، لابد من التأكد من توفر البيانات التالية :

احصائيات الانتاج - المنافسين وقدراتهم - اتجاهات السوق (وتضم العرض والطلب، أنواع المنتجات ومستوى أسعار .. الخ) ولاشك أن توفر هذه البيانات يساعد الادارة ويمكنها من أن توائم مستويات الانتاج وامكانيات التسويق. ومن المعروف أن أغلب الدول النامية تعاني من قصور فى أنظمة معلومات التسويق.

من الجدير بالذكر، غياب بعض البيانات الأولية الخاصة بمصانع البتروكيماويات عن وجهات تخطيط حكومية، مثل وزارات التخطيط، ومنظمة الخليج للاستشارات الصناعية، وذلك لعدم رغبة المصانع فى كشف بياناتها، حتى ولو كانت غير مؤثرة على مستواها التنافسى. وهو الأمر الذى له تأثير - بلاشك - فى دور هذه المؤسسات فى تقديم تسهيلات التسويق والدراسات اللازمة.

استنتاجات

ان التحليل السابق يثير عدة قضايا اقتصادية ينبغي الالمام بها لتنويع القاعدة الانتاجية المحلية ، وبناء قاعدة انتاجية جديدة ومتجددة ، للاقتصاديات الخليجية ، وذلك في اطار من التكامل الاقتصادي بين دول المنطقة .

أولاً : ان الاقتصاد العالمي ، يموج اليوم بعمليات وعوامل شد وجذب تحاول فيها الدول الغنية والفقيرة على حد سواء ، القوية والضعيفة ، أن تضاعف من امكانياتها الانتاجية فتعزز اقتصادها الوطني من ناحية وتفتح أبوابا جديدة لصادراتها ، ذلك الأمر ينعكس على مكانتها المالية والاقتصادية بين الدول والتكتلات الاقتصادية الأخرى . والاقتصاد العالمي يموج أيضا بظهور وتكون التكتلات الاقتصادية التي تسعى لتعزيز أسواقها الداخلية والخارجية وتغليب التوجهات الانتاجية على التوجهات الاستهلاكية والعمل على استبدال العجز بالفائض في الميزان التجاري . ويموج الاقتصاد العالمي كذلك بسلسلة من الصراعات التجارية التي يحاول فيها كل تكتل أن ينتزع القوة والسيطرة على الأسواق من التكتل الآخر . وهي الصراعات التي تتخذ من الأساليب الحمائية والعقوبات المباشرة وغير المباشرة وسائل لتحقيق الأهداف الاقتصادية الوطنية والأقليمية القائمة على توفير المزيد من فرص العمل للمواطنين العاملين في القطاعات الاقتصادية المختلفة ، وحماية المنتجين في قطاعات الصناعة والزراعة والخدمات ، وتعزيز القدرة التنافسية للمنتجات الوطنية والأقليمية في مواجهة منتجات الدول والتكتلات الاقتصادية الأخرى .

ثانياً : يتعين على دول الخليج العربي أن تغير آلية عملها في المجال الاقتصادي باستبدال التحرك البطيء الذي ساد خلال السنوات السابقة ، بآلية جديدة تضع برنامجا محددا وحاسما لتطبيق

ماتبقى من الاتفاقية الاقتصادية الموحدة المبرمة بين أعضاء مجلس التعاون لدول الخليج العربية ، وما لم يتحقق منها الكثير ، وما تحقق هو القليل الجزئي ، فالوصول للسوق الخليجية المشتركة هدف هذه الاتفاقية الأكبر الذي يفترض أن تسبقه العديد من خطوات التوحيد لم يتحقق منها شيئا على الاطلاق ، ويمكن أن نوجزها فيما يلي :

- * توحيد العملة الخليجية أو حتى ايجاد مثبت مشترك بين عملات الدول الست أعضاء مجلس التعاون .
- * توحيد التعريف الجمركية أمام السلع المتدفقة الى الخارج .
- * الاتفاق على القيمة المضافة ووضع معايير موحدة وقبولها لها تزيل عقبات التجارة البينية وتتعش الصناعة الخليجية .
- * توحيد السياسات الصناعية والوصول الى المنطقة الصناعية المتكاملة والواحدة التي تحقق الاكتفاء الذاتي واحلال المنتجات الوطنية مكان المنتجات الأجنبية التي تفرق أسواق المنطقة ، أي ترجمة الاستراتيجية الصناعية وتحويلها من صيغتها النظرية الى واقع ملموس .
- * سياسة موحدة للاستثمار في الداخل تقوم على تشجيع قيام المشروعات المشتركة عن طريق انشاء المحافظ والصناديق الاستثمارية ، وتعتمد على تنسيق النشاط الاستثماري في الخارج بما يحميه من التآكل والخسائر التي يتعرض لها بين الفنية والأخرى .

المراجع

- 1- American Marketing Association, Committee on Definitions, Marketing Definition, Chicago, A.M.A. 1960,P15
- 2- Cundiff and still, Basic Marketing, Prentice Hall, 2nd. ed, 1971, P7.
- 3- E. J. Muccarhy, Basic Marketing : Managerial Approach, Irwin, 4th ed.1971p19.
- 4- Hrobert Dodge, Indastial Marketing Mcgrow Hill Book Company, New york.1970, P4
- 5 - المرجع السابق مباشرة ص ٣٩ .
- 6- Gearge Ferry, Marketing : Selected case Proklems., 2nd ed., Hall Inc.USA, 1956,P133.
Frederic L. Pryor, "The size of Production Establisbwent in Manrujacluring" The Eco-
nomic Journal . June 1972,P564
- ٨ - نتهى الحسبني خليل . الشرق العربي وآفاق تطورها . مجلة آفاق اقتصادية - العدد ٢٠ أكتوبر ١٩٨٤ ص ٩٠ .
- ٩ - رمزي زكي ، مشكلات الصادرات الصناعية لدول الخليج العربية . مؤتمر الصناعيين الأول في دولالخليج العربية
(الدرجة ٥١ ، ٦١ ديسمبر ١٩٨٥) ص ١٤٤
- ١٠ - فايز إبراهيم ، العوز الديناميكي لسياسة ائحلال الواردات في تحقيق التكامل التنموي بين مجلس التعاون لدول
الخليج العربية ندوة التكامل الاقتصادي لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، جامعة الملك سعود، الرياض .
١٩٨٦ ص ١١ ، ٢٨٤ انظر الجدول رقم (٢)
- ١٢ - البار السعودية للخدمات الاستشارية . التعاون بين المنتجين ودرهم في تطوير التسويق الداخلي للنتجات
الصناعية الخلجية، مؤتمر الصناعيين الثاني في دول الخليج العربية (الرياض ٦٠ - ٧ ديسمبر ١٩٨٨ ص ١٩
- ١٣ - نتهى الحسبني ، التسويق العربية وآفاق تطورها ، مرجع سبق ذكره ص ١٦
- ١٤ - مجلس التعاون لدول الخليج العربية، الالهنة العامة ، التعاون في مجال الجمارك تنفيذا لما ورد في الاتفاقية
الاقتصادية المؤرخة للرياض ١٩٨٥ ص ٢٢ : ٢٥
- ١٥ - ماجد بدر ومحمد سعيد ، الاغراق والمناصفة في اسواق دول مجلس التعاون الخلجي، غرفة تجارة وصناعة
الكويت - مؤتمر الصناعيين الاول في دول الخليج العربية (الدرجة ، ديسمبر ١٩٨٥) ص ٢٤ .
- ١٦ - الامانة العامة لمجلس التعاون ، النشرة الاقتصادية ، العدد الخامس ١٩٩٠ ص ٦٨ جدول رقم ٢٤.
- ١٧ - عبد الله الدعلان . التنسيق في مجال التسويق الداخلي للنتجات الخلجية مرجع سابق ص ٨
- ١٨ - صندوق النقد العربي ، التقرير الاقتصادي العربي الموحد ١٩٨٥ ، ابريل ١٩٨٦ ص ١٤٣

- ١٩ - انظر الجدول رقم (٥)
- ٢٠ - جامعة الملك سعود ، ملامح واقع التعاون التسويقي ، ملامح واقع التعاون التسويقي بين المصانع الصغيرة في الدول العربية الخليجية ، ندوة التكامل الاقتصادي لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية (الرياض ، ١٩٨٤) ص ٢٧
- ٢١ - الغرفة التجارية الصناعية للمنطقة الشرقية ، واقع ومستقبل الصناعة الوطنية - دراسة مبدئية ، الادارة الاقتصادية والبحوث ، الدمام ١٩٨٦ ص ٢٣
- ٢٢ - إبراهيم العليان ، التسويق ومشكلة المصانع الوطنية الاولى - نشرة اتحاد الغرف العربية الخليجية ، الدمام ، العدد ٢٣ فبراير ١٩٨٧ ص ١٢
- ٢٣ - سهيل حمادي ، التسويق في دولة الامارات - المعوقات والحلول ، المؤتمر الخليجي الاول لإدارة التسويق ، ابوظبي ١٣ - ١٥ ابريل ١٩٨٨ ص ٢
- ٢٤ - محمد عصام المصري ، أبعاد الصعوبات التي تواجه ادارة التسويق في الصناعات السعودية ، دراسة استطلاعية ، جامعة الملك سعود الرياض ، ١٩٨٦ ص ٢٣
- ٢٥ - مجلس الغرف التجارية الصناعية السعودية ، دراسة الجدوى الاقتصادية لإقامة مراكز لتسويق منتجات الصناعة الوطنية ، ادارة الدراسات الاقتصادية ، الرياض ١٩٨٢ ص ٦
- ٢٦ - الغرفة التجارية الصناعية للمنطقة الشرقية ، واقع ومستقبل الصناعة الوطنية ، مرجع سابق ص ٢٥
- ٢٧ - علي صالح الغامدي ، المنطلق التسويقي لإدارة المنشأة الصناعية الخليجية المؤتمر الخليجي الاول لإدارة التسويق (ابوظبي ١٣ - ١٥ ابريل ١٩٨٨) ص ٢
- ٢٨ - إبراهيم العليان ، التسويق مشكلة المصانع الاولى ، مرجع سابق ص ١٤
- ٢٩ - الدار السعودية للخدمات الاستشارية ، التعاون بين المنتجين وودهم في تطوير التسويق الداخلي للمنتجات الصناعية الخليجية ، مؤتمر الصناعيين الثاني في دول الخليج العربية ، (الرياض ٦ - ٧ ديسمبر ١٩٨٧) ص ٨
- ٣٠ - عبد الله الدحلان ، التنسيق في مجال التسويق الداخلي للمنتجات الخليجية ، مرجع سابق ص ٤٩
- ٣١ - ماجد جمال الدين وآخرون ، الاغراق والمنافسة في اسواق دول مجلس التعاون الخليجي ، مؤتمر الصناعيين الاول في دول الخليج العربية ، الدوحة ، ١٩٨٥ ، ص ٢٧
- ٣٢ - عباس المجرن " الاغراق في السوق الكويتية " مؤتمر الصناعيين الاول في دول الخليج العربية ، الدوحة ٨ - ٩ ديسمبر ١٩٨٥ ص ٧٨
- ٣٣ - اعتبر بعض الاقتصاديين سعر الاغراق انه ذلك السعر الذي يضع المنافسين في موقف حرج
- ٣٤ - عباس المجرن " الاغراق في السوق الكويتية مرجع سابق ص ٩٥ : ٩٧
- ٣٥ - اتحاد الغرف العربية الخليجية " التجارة بين دول مجلس التعاون الخليجي والدول العربية للفترة من ٧١ - ٨٢

مؤتمر التجارة العربية الأول (الرياض ٨.٧. ١٩٨٧ ص ٢٧ : ٤٤

٣٦ - أبحاث سلطة عمان البدء في تنفيذ نصوص الاتفاقية الاقتصادية لمجلس التعاون

٣٧ - الدار السعودية للخدمات الاستشارية ، التعاون بين المنتجين و دودهم في تطوير التسويق ... مرجع سابق ص ٢٠

٣٨ - عبد الهادي قريظم وآخرون ، المعوقات التسويقية والمعوقات التنموية للصناعات السعودية ، مركز البحوث والتنمية بجامعة الملك عبد العزيز ، جدة ١٩٨٤ ص ٢٠

٣٩ - هناء خبير الدين وآخرون ، السياسة الحمائية وتأثيرها على تشجيع إنتاج القطاع الخاص الصناعي في مصر نموذ

القطاع الخاص وصنع السياسات العامة في مصر ، نوفمبر ١٩٨٨ ص ٦

٤٠ - محمد خواجهكيه ، واقع الطاقات الانتاجية المتاحة في دول الخليج العربية وسبل استغلالها ، مؤتمر الصناعيين الثاني في الدول الخليج العربية ، الرياض ديسمبر ١٩٨٧ ص ٧

٤١ - اتحاد غرف التجارة والصناعة تقرير عن الاجتماع الثاني للجنة حوافز التشجيعية للمقطاعات المنتجة في السولة (دولة الامارات دبي ١٩٨٤) جدول رقم (١)

٤٢ - من هذه الصعوبات تفضيل الاستثمار والمقاول الاجنبي للسلع التي تنتجها دولهم وأصراهم احيانا على مواصفات مختلفة عن المنتجات المحلية انظر في ذلك :

أحمد التريجرى ، كلمة نائب رئيس الدار السعودية للخدمات الاستشارية ، ندوة تشجيع الصناعات الوطنية ووسائل النهوض بها (الرياض ، فبراير ١٩٨٤)

٤٣ - غرفة تجارة وصناعة المنطقة الشرقية ، واقع ومستقبل الصناعة الوطنية - دراسة ميدانية ... مرجع سابق ص ٢٢

٤٤ - عبد الله الدحلان ، التنسيق في مجال تشجيع التسويق الداخلي مرجع سابق ص ٩

45 - Economic and Social Commission for Western Asia (ESCWA) and Arab Industrial Development Organization (AIDO) Trade in Industrial Strategic Commodities, ESCWA Industrial Dev., Series No. 7 , 1987 P7

٤٦ - علي الخلف ومحمد ثناعة ، مستقبل الصناعات البتروكيمياوية في الوطن العربي ، مؤتمر الطاقة العربي الثاني ، الدورة من ٦ : ١١ مارس ٨٢ ، ص ٢٨

47 - Tracy Marray, International Trade in the Petrochemical Sector : Implications for Developing Countries, United Nations, New york, 1985 P 10.

- ٤٨ - المنظمة العربية للتنمية الصناعية ، مستقبل البتروكيماويات الخليجية ، دراسات قطاعية رقم ١٣ ، صناعة البتروكيماويات في الوطن العربي حتى عام ٢٠٠٠ ، جامعة الدول العربية ، تونس ، ١٩٧٨ ص ٢ : ٥
- ٤٩ - تنص اتفاقيات التسويق بين شركة سابك والشركاء الاجانب في مصانع البتروكيماويات على التزامهم بتسويق ما بين ٦٠ - ٨٠ ٪ من انتاج المصانع المشاركون فيه . لمزيد من المعلومات انظر : غرفة التجارة العربية البريطانية ، الصادرات البتروكيماوية السعودية ، مرقف المجموعة الوربية واحتمالات المستقبل .
- ٥٠ - نصيف دهبوب وآخرون ، نحو صناعة بتروكيماوية عربية متكاملة ، الجزائر مؤتمر الطاقة العربي الثالث من ٤ - ٩ ماير ١٩٨٥ ص ٥٧
- 51 - Whatron Econometric Forecast Association Petrochemicals, Arab Industry Review, 1985, P88.
- ٥٢ - الاقتصاد والاعمال الايام الحنية للعرب الاوروبية على البتروكيماويات - تم الاقتصاد والنفط ، العدد ٤٧ (الرياض ، نوفمبر ٨٦ ص ١٧
- 53 - Gerald Bourke , Petrochem. Talks Stall on ECC Tarriffs, MEED Special Report : Saudi Arabia - MEED, July 1985 , p55.
- ٥٤ - أجود الشيخ ، " دخول المنتجات المصنعة إلى أسواق ودول المجموعة الاقتصادية الاوروبية على ضوء تضيقات النظام التفضيلي المعمم " مجلة النفط والتعاون العربي ، العدد ٤ ، لعام ١٩٨٥ ص ٣٣ : ٤٠
- 55 - Siegtinde Reicheinbach, Protectionism in the EEC and its implications to Developing Countries, UNIDO/IS.475, July 1984 p7 : 15
- 56 - The Economist, Adate with Sabic, the Economist, Jan,26th 1985 , p68.
- ٥٧ - هشام بدوي ، " التعاون بين السوق الاوروبية المشتركة ودول مجلس التعاون الخليجي " مجلة السياسة الدولية ، العدد ٩٦ ابريل ١٩٨٩ ص ٢١٢
- ٥٨ - شركة الملاحة العربية المتحدة ، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الاول لتسويق منتجات البتروكيماويات لدول مجلس التعاون ، ابوظبي ٢١ : ٢٧ مارس ١٩٨٨ ص ٢
- ٥٩ - نزار الربيعي ، كيف يمكن أن تساهم عملية النقل في خفض تكلفة تسويق المنتجات البتروكيماوية من دول مجلس التعاون ، المؤتمر الاول لتسويق منتجات بتروكيماويات دول المجلس ، ابوظبي ٢١ : ٢٣ مارس ١٩٨٨ ص ٣٥ : ٤١
- ٦٠ - عبد الله النجدي ، تجرية الشركة السعودية للصناعات الاساسية (سابك) وشركة سابك للتسويق المحدودة في تسويق المنتجات البتروكيماوية ، مؤتمر التسويق الخليجي الثاني (البحرين ٢٦ - ٢٨ مارس ١٩٨٨) ص ٤