

# شركات «مصرية» عابرة للقارات

## تجارب ناجحة لامتلاك شركات أوروبية وخبرات المصريين في الخارج تسهم في التطوير



نادر رياض  
عبد الحميد موسى

القطاع الخاص المصري في مجال الاتصالات وشبكات التليفون المحمول في الفوز بإنشاء شبكات المحمول في عدة دول إفريقية وعربية، وفي هذا الإطار فإن شركات الكهرباء والمعدات الكهربائية المصرية التي يساهم فيها المال العام قد نجحت في عبور الحدود إلى الخارج بعد أن فازت بإنشاء شبكات لنقل وتوزيع الكهرباء في بعض الدول العربية.

ولكن بظل السؤال قائما: هل هذا يكفي؟ كيف يمكن الاستفادة من العولة للنهوض بالاقتصاد المصري؟

المهندس عبد الحميد موسى رئيس اتحاد رجال الأعمال المصريين بآلمانيا يشير إلى مجال مهم يمكن أن يعظم فرص الاقتصاد المصري للاستفادة من العولة الاقتصادية وهو الاستفادة بقدرات وإمكانات المصريين في الخارج خاصة رجال الأعمال سواء في مد استثماراتهم ومشروعاتهم إلى داخل مصر أو الخروج بقطاعات متميزة من الاقتصاد المصري ومنها إلى الخارج خاصة في مجال السياحة وشركات التسويق والتصدير مؤكداً أن رجال الأعمال في مصر وآلمانيا على استعداد للمساهمة في هذا المجال وبدأنا فعلا في تنفيذ بعض المشروعات، ولكن عبد الحميد موسى يبنه إلى أهمية عودة عقد مؤتمر لرجال الأعمال المصريين في الخارج في القاهرة كما كان يحدث لأنه كما يرى يمثل أكبر تجمع لرجال الأعمال المصريين في الخارج والذين يمكن توظيف خبراتهم أو رؤوس أموالهم وعلاقاتهم في دول المهجر في توسيع فرص الاستفادة الاقتصادية المصري من العولة.

ويؤكد محمد عطية أحد رجال الأعمال الألمان من أصل مصري أنه في هذه المرحلة فإن نقل التكنولوجيا المتقدمة إلى مصر هو أهم أسس اعداد الاقتصاد المصري للانطلاق إلى العالمية والاستفادة من فرص العولة ويضيف أن رجال الأعمال المصريين في الخارج يمكن أن يلعبوا دورا مهما في هذا المجال، ويشرح ذلك قائلا: منذ أسبوعين استنطقنا أن ندخل أحدث تكنولوجيا في مجال معالجة مياه الصرف الصحي للمدن الصناعية المصرية خاصة، ويحث الدكتور عاطف عبد معيد رئيس إحدى الشركات الألمانية التي تمتلك تكنولوجيا حديثة في معالجة مياه الصرف الصحي استخدام هذه التكنولوجيا في مصر لأنها توفر مئات الملايين من الاستثمارات في مجال الصرف كما أنها تسهم في التخلص من المخلفات الصناعية في المدن الجديدة، وهذا يهيئ الشركات المصرية للعولة ويزيد من قدرتها التنافسية.

فإن مكونات الانتاج للمصنعين قد أدمجت في خطة إنتاجية واحدة.. وكل هذا يعكس إيجابا على اقتصادات الشركة (المكرو) من حيث تقليل تكلفة الانتاج وزيادة قدرتها التنافسية.

أما على صعيد الاقتصاد الكلي (الماكرو) فإن هذه التجربة مفيدة جدا للصناعة المصرية.. لأننا بذلك نسهم في نقل التكنولوجيا المتطورة كذلك فإن نظم العمل والإدارة في مصنع القاهرة صارت تتم على أحدث النظم العالمية والنسبة لمواصفات الانتاج أصبح مصنع القاهرة ينتج على مستوى المواصفات العالمية، وبالتالي لم يعد لدينا انتاج للسوق المحلية وأخر التصدير.. إن الاندماج مع شركات خارج حدود الوطن بالنسبة للصناعة المصرية يمثل بحق معبرا مهما لنقل التكنولوجيا المتقدمة لتطوير الصناعة المصرية، وهي تجربة أتمنى أن يخوضها رجال الأعمال المصريون وتلقى احتراما بالنسبة لنا وترحبنا من ألمانيا ولذلك فإن الغرفة التجارية في نور نينرج الألمانية ستنظم ندوة خاصة حول هذه التجربة في يونيو المقبل تحت عنوان «السياحة عكس التسيار.. تعاون صناعي بدأ في مصريلتبته في ألمانيا».

### إمتلاك الأسواق

أما التجربة الأخرى لدخول عصر الاندماجات فقد خاضتها شركة مصرية متخصصة في انتاج المواد الاستهلاكية الشخصية الغذائية وغيرها وصارت هذه الشركة تسيطر على أسواق الشرق الأوسط وتمتلك فروعاً في لبنان وتركيا ويمتد نشاطها إلى السودان والعراق بالخدمات أيضا ولكن ماذا عن الخدمات؟ هل استطاعت الشركات المصرية في هذا المجال الامتداد إلى الخارج والخروج من المحلية إلى العالمية؟

تجارب رائدة في هذا المجال لشركات مصرية خاصة وأيضا شركات قطاع أعمال.. الخبوات حديثة. ولكن التجربة مشجعة. أيضا فقد نجحت إحدى شركات

الاندماجات والشركات العابرة للقارات أحد أهم مظاهر الاقتصادية.. هذه المظاهر تفرض تحديات جديدة وصعبة على رجال الأعمال والشركات المصرية من حيث سيطرة هذه الكيانات العملاقة على الأسواق بما تمتلكه من إمكانات ضخمة سواء في مجال التسويق والترويج أو الأبحاث والتطوير، وفي الوقت نفسه فإن تحرير التجارة وحرية انتقال رؤوس الأموال يمكن أن تفتح المجال للشركات المصرية للانطلاق كما أنها يمكن أيضا أن تتيح فرصا جديدة للاستفادة من العولة الاقتصادية.

فهل نجح أى من الشركات المصرية أرجال الأعمال في الاستفادة من الفرص التي أتاحتها العولة الاقتصادية؟ وهل الاقتصاد المصري مهيا لجنى ثمار العولة وتقليل مخاطرها؟

### تحقيق: عبد الناصر عارف

تحقيقه الا من خلال الية تسويق تغطي مساحة السوق بالكامل والية توزيع للبضاعة تضمن الوصول للأسواق في أى وقت وبأسعار منافسة ولا بد أيضا من وجود الية فعالة مناسبة لاسترداد سعر المنتج في الأسواق الخارجية، ويغطي هذا كله ويلزمه في حالة الصناعات الهندسية وجود استراتيجيات وخطة شاملة للصيانة ولحجم الأعمال بعد البيع في الأسواق الخارجية وما يتبع ذلك من توفير وسيلة لتلقى شكاوى المستهلكين والمتعاملين والتعامل بإيجابية معها على مساحة السوق الممتدة.. هذه هي الأسس التي تقوم عليها سياسات واستراتيجيات الكيانات والشركات العابرة للحدود.. وهذه كلها تحديات فرضتها العولة الاقتصادية على الصناعة المصرية وأعباء جديدة يجب مواجهتها وتحملها من قبل الصانع المصري إذا أراد أن يحصل على نصيب في الأسواق الخارجية.

ويوضح الدكتور نادر رياض قائلا: هذا الجهد يحتاج إلى حجم استثمارات ضخمة يقرب من تكلفة إنشاء شركة جديدة كاملة، وبالنسبة لنا - كما يقول نادر رياض - حينما فكرنا في هذا الأمر وجدنا أنه من الأجدى والأفضل لنا شراء شركة قائمة في مجال تخصصنا، وبالتالي شراء نصيبها التسويقي الممتد في معظم الدول الأوروبية وصارت الشركة الألمانية جزءا من الشركة المصرية، وبالتالي صارت أسواقها في النمسا وبول البينولوكس أسواقا لمبتجائنا سواء في مصر أو في ألمانيا وبذلك نصير الآن نحو 40% من انتاج مصنع القاهرة وحوالى 70% من انتاج مصنع آلمانيا.

وحول تأثير هذا الاندماج على اقتصادات الشركة يقول: لدينا الآن ميزانية واحدة للبحوث والتطوير وأيضا خطة تسويقية وترويجية موحدة، أيضا

على صعيد الاندماجات سجلت الصناعة المصرية تجربتين رائدتين لعبور الحدود ليس من خلال التصدير وإنما من خلال شراء فروع لشركات خارج الحدود أو شراء الشركة الأم بقروعا لها. التجربة الأولى لأحدى الشركات المصرية الخاصة في مجال الصناعات الهندسية المتخصصة في أجهزة الإطفاء.. فقد نجحت هذه الشركة - التي كانت فرعا للشركة الكبرى الألمانية - في شراء الشركة الألمانية الأم بكل فروعها في أوروبا.

الدكتور نادر رياض رئيس الشركة - الذي خاض غمار أول محاولة مصرية لشراء شركة أوروبية من الحجم المتوسط وصار عضوا في اتحاد الصناعات الألمانية يقول عن هذه التجربة: إن العولة الاقتصادية فرضت تحديات جديدة علينا كرجال صناعة مصريين، فلم يعد مجرد تصدير صفقة للأسواق الخارجية هو الهدف، هذه النظرة لا يمكن بناء استراتيجية مستقبلية عليها بالنسبة للشركات الصناعية، إننا لابد أن يكون للصناعة المصرية وجود في الخارج ليس من خلال المنتج المصنوع في مصر فقط وإنما لابد أن يكون لها وجود دائم أمام المستهلك على مدى العام وعلى مدى الرقعة الجغرافية للسوق، وهذا لا يمكن