لماذا لا يخرج الترويج للاستثمار من عباءة الحكومة؟

فكرة أثارت الجدل بين الاقتصاديين

□ تحقيق ـ محمد ابراهيم

طرح المشاركون في فعاليات المؤتمر السنوي لهيئات الاستثمار العالمية «الوايبا WAIPA» خلال اجتماعاتهم التي عقدت مؤخرا بمدينة شرم الشيخ على مدار يومين بمشاركة عدد كبير من الاقتصاديين والمستثمرين ورؤساء وممثلي عدد كبير من هيئات ترويج الاستثمار في الدول العربية والاجنبية عددا من الافكار بشان تطوير منظومة الترويج للاستثمار في مصر منها ان تخرج جهود الترويج من تحت عباءة الحكومة ممثلة في الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة بحيث يتولى القطاع الخاص مهمة الترويج فيما تركز الهيئة جهودها على عمليات تحسين المناخ وفك الاشتباك بين الحكومة ورجال الاعمال والمستثمرين المصريين والعرب والاجانب.

اثار هذا الطرح العديد من الرؤى المتباينة داخل اروقة المؤتمر حيث يرى البعض ان خروج نشاط الترويج من تحت عباءة هيئة الاستثمار يعد خطوة في الاتجاه الصحيح باعتبار ان القطاع الخاص اكثر قدرة على التسويق وطرح المشروعات والترويج للاستثمار في مصر من خلال كفاءات متخصصة فيما رأى اخرون ان الترويج للاستثمار عبارة عن ترويج للدولة كلها وبالتالي يصعب ان يناط بشركات او افراد او مؤسسات غير حكومية كما ان الهيئة اكثر قدرة والماما بالمناطق الواعدة والمشروعات المستهدفة من جانب الحكومة بحيث يرتبط النشاط الاستثماري بخطط وبرامج التنمية بشكل عام.

د. محمود محيي الدين: قيام القطاع الخاص بالترويج للاستثمار غير مطروح في الوقت الحالي

عادل العزبي: هذه مسئولية الحكومة والتسويق مهمة القطاع الخاص

د. نادر رياض: مشاركة رجال الأعمال لا يجب أن تعني إلغاء الدور الحكومي والعبرة بالكفاءات

ويرى فريق ثالث انه يمكن المشاركة بين الحكومة والقطاع الخاص في الترويج بحيث يستفيد كل طرف من الاخر ويكمل العمل الخاص النشاط الحكومي.

والقضية ما زالت تثير الجدل بين الخبراء الاقتصاديين والمسئولين ورجال الاعمال حيث نطرح في السطور التالية رؤى جميع الاطراف ومبرراتهم للابقاء على نشاط الترويج ضمن اختصاصات الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة او اتاحته بالكامل امام القطاع الخاص فيما يتفق الجميع على ان الترويج او التسويق للاستثمار يتطلب المناخ الجيد والبيئة الاستثمارية المشجعة باعتبار انه البضاعة التي يتم الترويج لها وانه لن تفلح اى جهود للترويج والتسويق ما دامت السلعة المعروضة رديئة فيما يختلف الامر اذا تم التسويق بصورة جيدة وباليات متطورة وبوسائل مبتكرة لسلع جيدة بمواصفات تنافسية وجودة واسعار منافسة.

المنافسة الضارية

في البداية يقول الدكتور زياد بهاء الدين رئيس الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة ان الترويج الجيد احد العناصر المهمة في مجال الاستثمار المباشر لاسيما مع المنافسة الضارية من دول العالم على اجتذاب الاستثمارات ورءوس الاموال للعمل على اراضيها مشيرا الى ان الترويج في ظل تحديات العولمة يتطلب العمل باحتراف مع ايجاد بيئة مناسبة ومواتية للاستثمار حيث لا تقتصر المنافسة على الدول الكبرى وانما تشمل المنافسة الحادة بين الدول النامية التي تتسابق للحصول على حصة من كعكة الاستثمار العالمية.

ويشير الى اهمية الدور الذى يقوم به قطاع الترويج في الهيئة حيث يسعى الى الوصول الى الاسواق العربية والعالمية المصدرة لرءوس الاموال من خلال الزيارات واللقاءات مما يتطلب عملا على مستوى عال من الكفاءة والتحرك المستمر موضحا التطور في دور وفكر الهيئة التي تحولت من هيئة تنظيمية الى هيئة الترويج والاستثمار تقوم الى جانب تاسيس الشركات وفقا لقانوني الشركات والاستثمار بعد ضم مصلحة الشركات الى الهيئة وتيسير اجراءات الحصول على التراخيص من خلال نظام الشباك الواحد بجهود الترويج لمصر وللمشروعات في القطاعات المختلفة فضلا عن التصدي لمشاكل ومعوقات الاستثمار ومتابعة حلها مع الجهات المعنية.

ويوضح الدكتور زياد بهاء الدين ان هيئات ترويج الاستثمار في العالم ومن بينها مصر تحرص على رفع كفاءتها لضمان استمرار تدفق رءوس الاموال في القطاعات والمجالات الاستثمارية المختلفة ولاجل طويل وليس بفترة مؤقتة او موسم معين وبالتالي نعمل على تطوير العمل المؤسسي ورفع كفاءة العاملين مشيرا الى ضرورة مواكبة المتغيرات العالمية ووضعها في حسبان متخذ القرار ومنها عدم التركيز على الاسواق الواعدة خاصة مع الاهمية المتزايدة للاستثمارات بين الدول النامية ففي العام الماضي فقط ضخت الشركات عابرة الحدود الواقعة في الاقتصاديات النامية تدفقات بالاستثمار الاجنبي المباشر تصل الى 120 مليار دولار وهو اعلى معدل تم تسجيله حتى الان ويعد هذا الانجاز تحولا في هيكل الاقتصاد العالمي ويعتبر تطورا ايجابيا سوف يغير كثيرا فيما كان لدينا من مفاهيم وقناعات.

ويستطرد رئيس الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة قائلا انه من المهم ان ننتقل من الترويج العام الى الاستهداف فضلا عن البحث عن مصادر جديدة بعيدا عن المصادر التقليدية للاستثمار وبالتالي يمكن التعاون بين الجهات الحكومية والشركات المتخصصة التابعة للقطاع الخاص بحيث تعرض مشروعات معينة موضحا ان مؤسسات الاستثمار لها دور محوري في دعم سياسات الاستثمار وابراز المعوقات والعمل على مواجهتها وانه رغم صعوبة هذا الدور حيث تقوم جهة حكومية بابداء النقد وابراز المشاكل في جهات حكومية اخرى ووضع مقترحات لحلها يمكن ببعض المرونة العمل على تحديد اولويات الاصلاح وصولا الى تحسين المناخ حتى يكون هناك المنتج الجيد الذى يمكن ان تؤتي جهود الترويج بثمارها.

ويضيف الدكتور زياد بهاء الدين انه شخصيا يرى ان دور الترويج في طريقه في المستقبل يتجه نحو القطاع الخاص وان الظروف الحالية تجعل الترويج جزءا اساسيا من نشاط الهيئة الذى شهد تحولا كبيرا حيث تحولت من دور الرقيب الي دور الترويج والمساندة فضلا عن تيسير الاجراءات خاصة تاسيس الشركات وتعميم تجربة الشباك الواحد بحيث تقدم جميع الخدمات من مكان واحد وطبقا لاجراءات محددة وبالتالي القضاء علي البيروقراطية والرشوة مشيرا الي نجاح الحكومة ووزارة الاستثمار في تذليل العديد من المعوقات والتصدي لمشاكل تسوية المنازعات وان امامنا الكثير من الجهد والعمل.

التسويق والترويج

عادل العزبي نائب رئيس الشعبة العامة للمستثمرين بالاتحاد العام للغرف التجارية يرى انه لتحديد ما اذا كان مهمة الترويج تقوم بها هيئة الاستثمار ام القطاع الخاص يجب اولا التفرقة ما بين الترويج والتسويق حيث يختلف كلا المفهومين وبالتالي يمكن الاجابة عن السؤال موضحا ان الترويج يكون للاستثمار او الاقتصاد المصري ككل اما التسويق فيكون لمشروع او لشركة محددة ووفقا لهذا التوضيح يصعب علي القطاع الخاص تولي مسئولية الترويج بمفرده وسحب هذا النشاط الحيوى من هيئة الاستثمار حيث تعرض هنا للدولة ولمناخ الاستثمار وخطط التنمية والاجراءات الحكومية والمنظومة الاقتصادية والتشريعية بشكل عام فما يكون القطاع الخاص اكثر قدرة على تسويق منتج او مشروع او شركة اومنطقة معينة وابرازها لدي الاطراف المهتمة بهذا النوع من الاستثمار او المنتجات.

ويشير الي انه من غير المقبول ان تسوق المشروعات والشركات لنفسها او لمنتجاتها على حساب الدولة فيما يبقي دورها الاصيل في الترويج العام والدعوة الى جذب الاستثمارات ورءوس الاموال.

ويرى عادل العزبي ان الترويج لمصر يكون من خلال الجهات الحكومية للتعريف بالبلد ومناخ وفرص الاستثمار المتاحة المزايا والتسهيلات فيما يساعد القطاع الخاص من خلال غرف منتجات للاسواق العالمية ومن خلال التجارب الناجحة الجهود الحكومية في الترويج العام مشيرا الى انه من غير المستغرب ان تكون بعض المعلومات للمواطن العادي في اوروبا وامريكا عن مصر بانها الاهرام وابوالهول والنيل فيما كانت مصر تعرف منذ سنوات في هذه الاسواق بالملابس الداخلية القطنية فعندما تذكر مصر تذكر منتجاتها القطنية الفاخرة التي نجحت في غزو العالم وبالتالي تقع مهمة الترويج الرئيسية علي عاتق الحكومة فيما يقدم القطاع الخاص المساندة والدعم اللازمين في اطار عمل مشترك بين الطرفين حيث تعمل الدولة من خلال اجهزتها والقطاع الخاص عن طريق منتجاته وصادراته من السلع والمنتجات عالية الجودة بالاسعار التنافسية.

ويستطرد نائب رئيس الشعبة العامة للمستثمرين بالاتحاد العام للغرف التجارية قائلا ان جهود الحكومة لن تؤتي ثمارها ما لم يكن هناك قطاع خاص على يقين بالمزايا والتسهيلات والاجراءات المساعدة المتاحة من جانب الحكومة لان اى اجراءات للترويج تصطدم بشكاوى المستثمرين الحاليين او الاجانب العاملين في مصر لن يكون لها اى مردود وبالتالي فان المسئولية في الترويج للاستثمار في بلد منها تقع كعمل مشترك بين الحكومة والقطاع الخاص.

ويضيف عادل العزبي ان الترويج واجب اساسي للحكومة وتسبقه اجراءات اخرى من خلال نوعية القرارات والتشريعات والشفافية والاعلام مما يتطلب اجراءات مستمرة للتصدى للمشاكل وعلاج الاخطاء دون تهوين او تهويل بصورة المناخ الاستثماري والترويج للمناخ الحقيقي حيث تعد المصداقية احد المتطلبات الاساسية في الترويج للاستثمار.

نظرية البديل

الدكتور المهندس نادر رياض رئيس اتحاد منظمات الاعمال المصرية الاوروبية ورئيس مجلس ادارة شركة بافاريا مصر يرى ان طرح وجود دور للقطاع الخاص في مجال الترويج للاستثمار لا يشترط ان يكون على حساب الدور الحكومي ونظرية البديل وبالتالي يتعين علينا عند الحديث عن دور للقطاع الخاص ان نلغي كل دور للحكومة واجهزتها خاصة الهيئة العامة للاستثمار.

ويقول ان الحديث عن الترويج يتطلب عدة مقومات من بينها الخبرات والكفاءات التي تقوم بهذا الدور سواء من القطاع الخاص اوالحكومة وكذلك الفاتورة او التكلفة والميزانية التي يتم تخصيصها لاداء هذه المهمة وانه من خلال المفاهيم فان العبرة ليست بمشاركة او عدم مشاركة القطاع الخاص في الترويج للاستثمار او باسناد المهمة بالكامل لشركات متخصصة وانما بالكفاءة والقدرة علي العمل والانجاز بالجودة المطلوبة.

ويرى الدكتور نادر رياض انه على سبيل المثال فان الشركات تستعين بالخبرات والتخصصين مثل السماسرة لبيع بمزاد علم اوخاص او خبير مثمن وبالتالي فان التخصص مطلوب كما ان كفاءة الخبير او الثمن او السمسار تختلف وبالتالي تختلف النتائج ونفس الامر يتكرر عندما تستعين المدارس بالمواطن العادى او القطاع الخاص ضمن تشكيل مجالس الامناء الذى يشارك فيه القطاع الخاص قد يكون فاعلا او غير ذلك وفقا لامكانيات وقدرات اعضائه فالعبرة تكون بحسن الاختيار.

ويشير رئيس شركة بافاريا مصر ومستشار لجنة الصناعة بمجلس الشوري الى امانية تحقيق التوازن بين الحكومة والقطاع الخاص في مجال الترويج للاستثمار وان فاعلية الترويج ستتوقف على حسن اختيار العناصر البشرية التي تقوم بهذه المهمة وكذلك مدى الامكانيات التي توافر لها لانجاز مهمتها اضافة الي ضرورة تحديد الهدف بدقة وقياس النتائج لمتابعة ما تم تحقيقه والعائد وصولا الي تقييم ومتابعة دقيقة.

ويضيف الدكتور نادر رياض ان الترويج للاستثمار يرتبط بعنصر جوهرى هو جودة المنتج او السلعة التي يتم الترويج لها لان الترويج في النهاية ليس هدفا في حد ذاته ولكن وسيلة لجذب الاموال والاستثمارات وبالتالي اذا لم تجد هذه الاموال المناخ الملائم فانها لن تاتي او سرعان ماتهرب مشيدا بمناقشة الافكار والمقترحات والبدائل بصوت عال بمشاركة جميع الاطراف مما يساعد على التوصل الى افضل المقترحات وصياغتها في افضل صورة حيث يساعد النقاش والحوار في الموضوعات والقضايا المختلفة علي بلورة الافكار.

منظومة متكاملة

يماني فلفلة رئيس المجموعة المصرية للاستثمار ورئيس مجلس الاعمال العربي المغربي يرى ان الحكومة ممثلة في الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة والوزارات والهيئات المعنية والسفارات والاجهزة المختلفة لديها المقومات التي تؤهلها للترويج للاستثمار في مصر والترويج للدولة بشكل عام موضحا ان الترويج لدولة بكاملها يتطلب الالمام بالتشريعات والمزايا والقطاعات الواعدة وخطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية والمؤشرات الاقتصادية وغيرها من المعلومات والعناصر الاساسية في دعم اتخاذ القرار الاستثماري.

ورغم تركيزه علي الدور الحكومي بالنسبة لمسئولية الترويج لمصر لا يغفل فلفلة دور وامكانيات القطاع الخاص في الترويج لمشروعات محددة في قطاعات بعينها سياحية او صناعية اوخدمية او زراعية او لتاكيد الصورة التي تطرحها الحكومة في المنتديات والمحافل الدولية موضحا ان قرار المستثمر يرتبط بمدى الاستقرار التشريعي والسياسي وكذلك توافر البنية الاساسية والخدمات والمرافق الضرورية ومدى التيسيرات والضمانات وهذا لا يتوافر الا من خلال تاكيدات حكومية.

ويشير رئيس مجلس الاعمال المصرى الغربي الى ان العبرة ليست بتجيير اقناع عدد من المستثمرين او رجال الاعمال بالاستثمار في مصر لان الامر لا ينتهي عند هذا الحد وانما يجب ان تكون هناك رعاية مستمرة ومتابعة من الحكومة وهذا الدور لا يقوم به الا الحكومة التي تملك تخصيص الاراضي وتذليل المعوقات ومنح التراخيص ورعاية المشروع طوال فترة نشاطه وليس في المراحل الاولى لتاسيس الشركة او المشروع موضحا ان جذب الاستثمارات والترويج لمصر لا يتحقق الا من خلال منظومة متكاملة تبدأ بتوفير الاراضي والخدمات والطاقة والقوانين المشجعة والاستقرار السياسي والاقتصادى بحيث لا يفاجأ المستثمر بقرارات وتوجهات متناقضة وان يكون هناك ايمان تام بدور الاستثمار واهميته للمجتمع ككل وبحق المستثمر في تحقيق قدر مناسب من الربح والاقتناع بان الاستثمار هو مفتاح التنمية والوسيلة الفعالة لايجاد فرص العمل ومن هذا المنطلق فانه من غير المناسب ان تفرض الضرائب او القيود على المستثمر وارباحه كذلك فان اخضاع ارباح المشروعات الاستثمارية لضريبة 20٪ لن يكون في صالح الاستثمار لاسيما مع النظر الى الاغراءات والمزايا التي تمنحها الدول الاخرى والمجاورة لتشجيع تدفق الاموال للعمل على اراضيها.

ويستطرد يماني فلفلة قائلا ان بعض الدول المجاورة تمنح المستثمرين مبالغ نقدية تمثل جزءاً من القيمة الاجمالية للمشروع في صورة منح كما ان المزايا والاغراءات تتنوع بحسب بعد موقع المشروع لضمان انتشار التنمية والعمران وعدم تركزها في المناطق المزدحمة او تتوقف على حجم العمالة او النشاط التصديري وغيرها بالتالي يجب دراسة تجارب الاخرين خاصة مع المنافسة على الاستثمارات بين الدول المتقدمة والنامية على حد سواء.

ويقول رئيس المجموعة المصرية للاستثمار انه يجب ان تعامل المشروعات الاستثمارية والتصديرية والنشاطات كشيفة العمالة بصورة افضل من المشروعات الاستيرادية التي لا تقدم شيئا للاقتصاد الوطني خاصة لشركات الاستيراد للسلع الترفيهية والاستهلاكية ويجب تمييز الشركات التصديرية وكثيفة العمالة ضريبيا لانها تقدم اضافة حقيقية للاقتصاد مما يستوجب تقديم كل الرعاية لها موضحا ان حماية الاستثمار وتنميته تتطلب علي الحفاظ على الاستثمارات القائمة وعدم «تطفيشها» بحيث يكون نجاح ونمو المشروعات الحالية اكبر داقع على ضخ المزيد من الاموال في شكل توسعات ومشروعات جديدة من المستثمرين القائمين او تشجيع الاخرين من الداخل والخارج على اقامة مشروعات جديدة باعتبار انه لن تجدى اى دعاية او ترويج مادام استمر هروب وشكاوى الذين دخلوا بالفعل الى حلبة الاستثمار سواء من المصريين او العرب او الاجانب او في حالة وجود حقد على المستثمر او التعامل معه باسلوب الجباية ويضيف يماني فلفلة ان المستثمر الاجنبى لن ياتي الا اذا شعر برضا واستقرار المستثمر الوطني وان اعظم دعاية لسياحة هو السائح نفسه وافضل دعاية وترويج للاستثمار لا تاتي الا من المستثمر نفسه مما يتطلب بذل الجهد لتشجيع الاستثمارات وازالة الاعباء والمآكل او تقليصها الى اقل مستوى ممكن.

سباق محموم

الدكتور محمود محيي الدين وزير الاستثمار يرى ان العالم يجري في سباق محموم للفوز باكبر قدر من الاستثمارات العالمية وانما نمضي على الطريق الصحيح حيث انه طبقا لمؤشر الاداء الاستثماري لمنظمة الانكتاد التابعة للامم المتحدة الذى صدر مؤخرا تقدمت مصر بمقدار 60 نقطة على مدار السنتين الماضيتين بما يرفع مرتبتها من المرتبة الـ126 في عام 2003 الى المرتبة 98 عام 2004 ثم الى المرتبة الـ66 عام 2005 ونسعى لمزيد من التحسين لهذا المركز موضحا ان مصر سجلت معدل نمو يصل الى 6.9٪ في 2006/2005 كما ارتفع الاحتياطي الاجنبى الى 26 مليار دولار في سبتمبر الماضى مقابل نحو 14 مليار دولار منذ عامين تمكنت مصر من الحفاظ علي استقرار اسعار الصرف منذ اطلاق برنامج الاصلاح.

ويرى ان هذه الثمار تحققت نتيجة للاجراءات والاصلاحات المستمرة والجهود المبذولة لتحسين مناخ الاستثمار وتذليل المعوقات كما تعد المؤتمرات والمشاركة في المحافل الدولية والجولات التسويقية احدى وسائل الترويج التي نقوم بها للتعريف بالفرص والامكانيات الاستثمارية المتاحة في المجالات المختلفة موضحا انه لايمكن في الوقت الحالى الحديث عن قيام القطاع الخاص بدور الترويج للاستثمار حيث ان هذا الموضوع غير مطروح للنقاش حاليا حيث ان الهيئة منوط بها تاسيس الشركات والترويج للاستثمار والتصدى للمعوقات مع الجهات المختلفة.

تحسين المناخ

ويشير وزير الاستثمار الي حرص الحكومة علي تحسين مناخ الاستثمار وتذليل المعوقات والعقبات التي قد تعترض طريق المستثمرين وبالتالي تحقيق افضل دعاية وترويج لمصر حيث تم اتخاذ سلسلة من الاجراءات والاصلاحات الكبرى التي استهدفت الارتقاء بمناخ الاعمال والاستثمار وفي السياسات المالية والنقدية وكذلك اصلاح القطاع المالي والبنية الاساسية الاصلاح كجزء من برنامج تم تصميمه بصورة مدروسة وتم ربطه بخطة عمل في اطار البرنامج الانتخابي للرئيس مبارك.

ويقول الدكتور محمود محيي الدين ان حزمة الاجراءات تضمنت تشكيل مجلس امناء الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة الذى يضم ممثلين من جمعيات المستثمرين وجمعيات رجال الاعمال والاكاديميين ويتولى المجلس النظرفي معوقات الاستثمار ويقوم بوضع خطط عمل واجراءات وسياسات تساعد علي تحسين مناخ الاعمال والاستثمار في مصر كما يتم تنفيذ برنامج الدعم الفني بالتعاون مع هيئة ضمان الاستثمار متعددة الجنسيات «ميجا» يهدف لوضع برنامج لتنمية قدرات العاملين في مجال الترويج للاستثمار بالهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة مشيرا الي انه تم انشاء وحدة علاقات المستثمرين بالهيئة للربط بين المستثمر ومختلف قطاعات الهيئة وكذلك الهيئات الخارجية الاخرى التي في مجال الاستثمار.

ويستطرد وزير الاستثمار انه حتى يتسنى للهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة تقديم الخدمات في المحافظات تم تاسيس مكاتب لخدمة الاستثمار تابعة للهيئة في مختلف المحافظات كما تمت الاستعانة بشركة متخصصة في الاتصالات من اجل تنفيذ برنامج شامل للاعلان عن مصر وتسويقها كاحد مقاصد الاستثمار كما تم انشاء بوابة الاستثمار على شبكة المعلومات الدولية في يناير 2005 بالتعاون مع ميكروسوفت ويتم تحديثه بصورة دورية بهدف اتاحة المعلومات والاحصاءات حول فرص الاستثمار والقوانين والتقارير والقرارات.

ويرى ان قيام الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة بتاسيس مجمع خدمات الاستثمار بالمقر الرئيسي بالقاهرة وفي ثلاث محافظات اخرى يأتي ضمن اهم اجراءات الاصلاح المؤسسي وهو ما افسح المجال لتاسيس الشركات في ما لايزيد على ثلاثة ايام هو ما كان يستغرق اكثر من ثلاثة اشهر كما ساعد مجمع خدمات الاستثمار في تاسيس ما يزيد على 10 الاف شركة من الفترة بين يوليو 2004 الى يونية 2006 حيث يعتبر هذا المجمع وطريقة العمل فيه نموذجا للاصلاح في مصر في هذا العام فقط زار مجمع خدمات الاستثمار ما يزيد على 42 وفداً من الوفود من مختلف دول العالم

ادارة الاصول

ويضيف الدكتور محمود محيي الدين ان الاصلاحات التي ادخلت علي هيئة الاستثمار لم تتم بمعزل عن خطوات اخرى اشمل اتخذتها الحكومة فقد تم اعادة احياء برنامج ادارة الاصول المملوكة للدولة من خلال مدخل جديد يشمل على ثلاثة اجراءات اساسية هي طرح الاصول المملوكة للدولة لمشاركة القطاع الخاص واعادة هيكلة فعالة لشركات قطاع الاعمال العام ونشر مبادئ حوكمة الشركات ذات الصلة بالشركات التي يديرها القطاع العام مشيرا الي انه تم تاسيس هيئة عامة جديدة للتنمية الصناعية للعمل على تنفيذ السياسات الصناعية ودعم الشركات الصناعية كما تم تخفيض رسوم تسجيل العقارات من خلال رسم ثابت لا يتجاوز اكثر 2000 جنيه ضمن جهود لضمان توافر سجل عقارى دقيق في مصر كما اتخذت الحكومة خطوات لمواجهة قضية الحصول على التمويل وتاسيس مركز المديرين بهدف نشر الممارسات الخاصة بحوكمة الشركات وتوفير الخدمات البحثية والاستشارات الفنية حول الفوائد التي تعود من تبني حوكمة الشركات اضافة الي اصدار اول دليل لحوكمة الشركات باللغة العربية بواسطة مركز المديرين وايضا دليل اخر للشركات المملوكة للدولة كما تم اصدار قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية وتاسيس وجهازحماية المنافسة لمنع الممارسات الضارة وتم اصدار قانون الضرائب والذى خفض الحد الاقصى لضريبة الدخل وضرائب الشركات الي النصف الذى دخل حيز التنفيذ في منتصف عام 2005 كما تم ايضا تخفيض التعريفة الجمركية بنسبة 38٪ وكان للمدخلات الصناعية والوقود البترول الخام والقطاع الغيار ومكونات مرافق النقل النصيب الاكبر من هذا التخفيض حيث انخفض المتوسط المرجح للتعريفة من 15٪ الي مايقل عن 9٪ وانخفض ايضا عدد فئات التعريفة الى 6 بنود فقط بدلا من 27 بنداً قبل اصدار القرار كما تم الغاء ضريبة التصدير وكذا جميع الرسوم الادارية.

ويضيف وزير الاستثمار ان النجاحات التي تحققت لا يجب ان تجعلنا نغض الطرف عن مواجهة التحديات او ان تدعونا الى الشعور بالرضا فنحن على وعي بان القضايا او المشكلات التي تواجهنا تتطلب اصلاحات جريئة وعميقة وطويلة الأجل وان اصلاح اداء الادارة العامة والبيروقراطية عند التعامل مع المستثمرين وتحسين امكانية الحصول على الاراضي وايضا العمل علي حل مشكلات تسوية المنازعات القضائية بين المستثمرين انما هي من بين اولويات الاصلاح غير انه من خلال الاقرار بوجود تلك التحديات سوف يتسنى للحكومة مواجهتها بصورة منظمة وفعالة.