



## اطلاعات تجاری

از: مرکز تحقیقات و بررسیهای اقتصادی اتاق

### فرانسه، خریدار عمده محصولات جهان سوم

**صادرکنندگان باید از تغییراتی که اخیراً در کانال‌های توزیع واردات این کشور حاصل شده آگاه باشند**

وارداتی فرانسه از کشورهای درحال توسعه، دست‌کم از طریق دوشرکت واردکننده داخل کشور میشود.

در سال ۱۹۹۰ فقط ۱۳ کشور درحال توسعه جهت فروش کالاهای خود در این بازار، به واردکننده انحصاری وابسته بودند و در تمام این موارد، کشور درحال توسعه مربوطه فقط یک محصول به فرانسه صادر می‌کرد. این قبیل محصولات کسر بسیار کوچکی از کل ارزش کالاهای غیرنفتی کشورهای درحال توسعه آورده به

توسعه در سال‌های اخیر متنوع‌تر شده است. بررسی آمار واردات فرانسه در سطح شرکت‌ها برحسب کالا و کشور صادرکننده طی سال‌های ۹۰-۱۹۸۵، این موضوع را آشکار می‌سازد. رقابت بین واردکنندگان فرانسوی برای تجارت با کشورهای در حال توسعه، روبه افزایش است. مثلاً "خیلی کم اتفاق می‌افتد که کلیه واردات یک محصول فرانسوی یا واردات محصولات مختلف یک کشور خاص، در دست واردکننده انحصاری باشد. بیش از ۹۰٪ کالاهای

فرانسه یکی از بزرگترین بازارهای صادرات کشورهای درحال توسعه (جهان سوم) است لذا آگاهی از کانال‌های توزیع واردات در فرانسه برای عدّه‌زیادی از صادرکنندگان این کشورها سودمند است. تحقیقات جدید "مرکز بازرگانی بین‌المللی" با استفاده از آمار شرکت‌های مختلف فرانسوی، الگوهای اساسی واردات از کشورهای درحال توسعه را نشان میدهد.

#### روندهای کلی

کانال‌های توزیع واردات از کشورهای درحال

فرانسه را در سال مزبور تشکیل می‌داد (کمتر از ۱٪) و قسمت عمده اینگونه واردات از کشورهای اندک توسعه و جزیرهای بود.

سهم عمده صادرات کشورهای در حال توسعه به فرانسه طی پنج سال مورد بررسی از لحاظ ارزش، شامل محصولاتی بود که از طریق تعداد زیادی از شرکت‌های فرانسوی و از طیف وسیعی از کشورهای مزبور وارد کشور می‌شد. برای مثال در سال ۱۹۹۰ پنجاه و هفت قلم محصول را هر کدام از بیش از ۵۰ شرکت فرانسوی و از بیشتر از ده کشور در حال توسعه وارد می‌کردند. متجاوز از دوسوم ارزش واردات غیرنفتی فرانسه از کشورهای در حال توسعه به این اقلام اختصاص داشت.

لذا در مورد اکثریت کشورهای در حال توسعه می‌توان گفت که صادراتشان را در فرانسه چند واردکننده توزیع می‌کنند. کالاهای برخی از کشورهای در حال توسعه‌ای که صنعتی شد مانند راه عده زیادی از واسطه‌ها می‌خرند که گام‌تعدادشان از هزار واردکننده تجاوز می‌کند.

تعداد شرکت‌های فرانسوی که عهده‌دار توزیع واردات از کشورهای در حال توسعه‌مانند طی پنج سال مورد بررسی (۹۰-۱۹۸۵) از ۵۷۶۱ شرکت به ۷۷۸۹ شرکت رسید. شمار کشورها و نواحی در حال توسعه‌ای که فرانسه از آنها کالا وارد می‌کرد نیز طی این مدت افزایش یافت و از ۲۶۴ به ۲۸۶ رسید.

طرف همین مدت کشورهای در حال توسعه توانستند برتنوع صادرات خود به فرانسه بیفزایند. بطور متوسط تعداد کالاهای صادراتی هر کشور از ۲۰ نوع به ۲۳ نوع محصول رسید.

## کانال‌های توزیع

یک مسئله اساسی برای صادرکنندگان کالا اینست که آیا محصول را مستقیماً "به خریدار بفروشند یا از طریق واسطه به او تحویل دهند. واگذاری کار به واسطه، تولیدکننده را از دردسرهای بازاریابی بین‌المللی نجات می‌دهد.

اما تولیدکننده در این حالت قسمتی از سود خود را از دست می‌دهد و نمی‌تواند اطلاعات دست اول از بازار کسب کند و همین امر سبب می‌شود که تولیدکننده نتواند محصول خود را با نیازهای بازار هماهنگ کند.

در میان واسطه‌ها، شرکت‌های بازرگانی سابقاً "نقش عمده‌ای برای کشورهای در حال توسعه ایفا می‌کردند اما سهم اینگونه شرکتها در تجارت بین‌المللی روبه کاهش است.

دو کانال دیگر در سلسله‌های اخیر برای صادرکنندگان کشورهای در حال توسعه اهمیت پیدا کرد مانند یکی گروه‌های بزرگ خرده‌فروشی که مستقیماً "از صادرکننده خرید می‌کنند و دیگری شرکت‌های بزرگ سازنده که تولید محصول وارداتی را زیر نظر دارند.

## شرکت‌های بزرگ سازنده

غیر از کمپانیهای نفتی، بزرگترین واردکنندگان فرانسه در چند سال اخیر سازندگان عمده اسپن کشور بودند. اکثر واردات فرانسه از کشورهای در حال توسعه توسط این سازندگان مستقیماً "خریداری شده است. در سال ۱۹۹۰ شرکت‌های سازنده بیش از دوسوم کل واردات از این کشورها را تحویل گرفتند که شامل انواع سوخت نیز می‌شد و این نسبت در سال‌های آخر دهه ۱۹۸۰ تقریباً "ثابت ماند. اما به دلایل نامعلوم، سهم آنها در واردات غیرنفتی تا حدی تنزل کرد و از ۶۰٪ (در سال ۱۹۸۵) به ۵۲٪ (در سال ۱۹۹۰) رسید.

کالاهایی که سازندگان محصولات مصرفی وارد می‌کنند نمایانگر پیمان کاری دست دوم است. مثلاً "پوشاکی را که تولیدکنندگان فرانسوی وارد می‌کنند احتمالاً "در کشور صادرکننده طبق قرارداد اینگونه پیمانکاری، تهیه شده است. مفهوم این شیوه برای صادرکنندگان کشورهای در حال توسعه روشن است و آن اینکه سازندگان فرانسوی مشتری جالبی هستند که نه تنها مواد خام بلکه کالای ساخته شده را نیز می‌خرند.

## عمده‌فروشان

سهم عمده فروشان در واردات غیرنفتی فرانسه از کشورهای در حال توسعه ظرف مدت مورد بررسی، بالا رفت و از ۳۷٪ به ۴۱٪ رسید. عمده‌فروشان در وارد کردن میوه و سبزیجات، ماهی و فرآورده‌های آن، کامپیوتر، روغن نباتی، کالاهای چوبی و اسباب‌بازی فعالیت قابل توجهی نشان دادند و سهم آنها را اینگونه واردات از ۵۰٪ بیشتر بود.

علاوه بر این وارداتشان از کشورهای در حال توسعه در مورد اقلامی چون مواد شیمیایی پایه (۱)، لوازم الکتریکی، اتومبیل و وسایل حمل و نقل، آلات و ادوات دقیق، چرم و محصولات چرمی و جواهرات، افزایش سریع داشت و سهم آنها در واردات این اقلام بین سالهای ۱۹۸۵-۱۹۹۰ بیش از ۱۰٪ بالا رفت.

## خرده‌فروشان

بیش از ۱۰۰ موسسه خرده‌فروشی در فرانسه طی سال‌های مورد بررسی مستقیماً "از کشورهای در حال توسعه کالا وارد کردند. هرچند از پایهای اندک شروع کردند ولی تحرک آنها بیش از کانال‌های دیگر بود بطوریکه بین سال‌های ۱۹۸۵ و ۱۹۹۰ سهم آنها در این بازار از دو برابر زیادتر شد زیرا از ۳٪ به ۷٪ رسید.

اقلام عمده واردات آنها منسوجات و کفش و بعداً زان اسباب‌بازی و ساعت و جواهرات بود که در هر کدام از این اقلام سهمشان به بیش از ۱۰٪ رسید.

از لحاظ ارزش، اقلام عمده‌ای که موسسات خرده‌فروشی فرانسه در سال ۱۹۹۰ وارد کردند عبارت بود از لباس، پیراهن، زیرپوش، کفش، نزدیک به نصف کل واردات خرده‌فروشان از کشورهای در حال توسعه به این گروه از کالاها اختصاص داشت. هر یک از این اقلام را از ۳ تا ۱۰ خرده‌فروش وارد می‌کردند و هر کدام از این اقلام دست‌کم از بیست کشور وارد می‌شد. هرچند تعداد خرده‌فروشان برای هر محصول

### جدول ۱ روندهای واردات فرانسه از کشورهای در حال توسعه

نوع واردکننده	% کل واردکنندگان		% کل واردات		سهام روم افزایش است یا کاهش؟
	۱۹۸۵	۱۹۹۰	۱۹۸۵	۱۹۹۰	
فقط یک کالا وارد می‌کنند	۷۵	۶۶	۴۶	۳۱	روبه کاهش
از ۲ تا ۶ قلم کالا وارد می‌کنند	۲۳	۳۲	۲۷	۵۴	روبه افزایش
از ۷ تا ۱۰ قلم کالا وارد می‌کنند	۱	۲	۶	۱۲	روبه افزایش
بیش از ۲۰ قلم کالا وارد می‌کنند	۰/۰۵	۰/۲	۰/۷	۲/۶	روبه افزایش
فقط از یک کشور وارد می‌کنند	۶۴	۵۹	۱۸	۱۵	روبه کاهش
از ۲ تا ۶ کشور وارد می‌کنند	۳۳	۳۷	۵۲	۵۳	روبه افزایش
از ۷ تا ۲۰ کشور وارد می‌کنند	۳/۶	۴	۲۵	۲۹	روبه افزایش
از بیش از ۲۰ کشور وارد می‌کنند	۰/۲	۰/۱	۵	۳	روبه کاهش

کمتر از تعداد عمده‌فروشان بود اما تنوع کشورهای مبدأ تقریباً " به همان اندازه تنوع کشورها در مورد عمده‌فروشان بود. جالب اینکه میانگین واردات برای هر مؤسسه خرده‌فروشی بیش از میانگین واردات هر عمده‌فروش یا شرکت سازنده بود.

شاید حجم بالاتر از میانگین واردات خرده‌فروشان یکی از عوامل رشد سریع این صنف در نمودار کلی واردات فرانسه از کشورهای جهان سوم بوده است. در هر صورت این کاتالی است که باید صادرکنندگان کشورهای در حال توسعه آنرا از نزدیک بررسی نمایند.

مأخذ: نشریه فاروم مارس ۹۳

### جدول ۲ کانالهای توزیع واردات فرانسه از کشورهای در حال توسعه برحسب نوع محصول

نوع محصول	سهیم به % ۱۹۸۵		سهیم سازندگان	سهیم عمده‌فروشان	سهیم خرده‌فروشان	سهیم سازندگان	سهیم عمده‌فروشان	سهیم خرده‌فروشان	ارزش
	سهیم سازندگان	سهیم عمده‌فروشان							
میوه‌های گرمسیری	۶۷	۳۳	۶۲	۰	۰	۳۷	۰	۰	۶/۲
میوه و سبزیجات	۶۹	۳۰	۴۷	۱	۱	۵۱	۲	۲	۵/۲
الوار	۵۵	۴۵	۵۷	۲	۲	۴۳	۰	۰	۰/۲
ماهی	۳۹	۵۹	۲۸	۰	۰	۶۹	۳	۳	۱/۸
زغال سنگ	۱۰۰	—	۸۹	—	—	۱۰	۱	۱	۱/۳
نفت خام	۸۹	۲	۹۸	—	—	۲	—	—	۲۸/۶
گاز طبیعی	۱۰۰	—	۱۰۰	—	—	—	—	—	۵/۶
سایر فرآورده‌های نفتی	۹۴	۶	۹۲	۰	۰	۶	—	—	۷/۵
آهن و فلزات دیگر	۵۳	۲۷	۷۴	—	—	۲۸	۰	۰	۸/۶
مواد شیمیایی پایه	۷۶	۲۲	۶۳	۰	۰	۳۶	۱	۱	۲/۳
کامپیوترهای اداری	۴۰	۵۸	۳۱	۲	۲	۶۳	۵	۵	۵
لوازم الکتریکی	۶۲	۳۷	۵۰	۲	۲	۴۸	۲	۲	۱۰
اتومبیل و وسایل نقلیه دیگر	۹۵	۴	۷۶	۰	۰	۱۸	۶	۶	۷/۲
آلات و ادوات دقیق و ساعت	۶۵	۳۱	۴۸	۲	۲	۴۰	۱۱	۱۱	۱/۶
کنسروهای	۵۲	۲۷	۴۷	۱	۱	۵۰	۳	۳	۲/۲
روغن نباتی	۴۹	۵۱	۳۵	۰	۰	۶۵	۰	۰	۴/۹
شکر	۸۶	۱۴	۸۰	—	—	۱۹	—	—	۱/۴
منسوجات	۲۵	۲۴	۳۸	۱۱	۱۱	۴۲	۱۸	۱۸	۱۰/۶
چرم و اشیاء چرمی (غیر از کفش)	۶۲	۳۳	۴۹	۵	۵	۲۳	۸	۸	۲/۶
کاشی	۴۷	۴۱	۳۹	۱۲	۱۲	۳۷	۲۱	۲۱	۳/۱
لباس	۵۱	۳۱	۳۹	۱۸	۱۸	۳۷	۲۰	۲۰	۱۲/۳
محصولات چوبی و اسطوخودوس	۴۹	۵۱	۳۹	۰	۰	۶۰	۲	۲	۱/۸
اسباب بازی	۳۷	۵۷	۲۸	۶	۶	۵۹	۱۳	۱۳	۲/۵
جواهرات	۴۵	۳۶	۳۹	۱۹	۱۹	۲۹	۱۲	۱۲	۱/۳
کالاهای دیگر	۷۰	۲۸	۶۲	۲	۲	۲۲	۵	۵	۲۱/۶
کل محصولات	۸۱	۱۷	۶۸	۱	۱	۲۷	۵	۵	۱۳/۸
کل محصولات (غیر از نفت)	۶۰	۳۷	۵۲	۳	۳	۴۱	۷	۷	۱۲۵/۲

پی نوشت: I. Base Chemicals

# تکنولوژی برتر Domino و خدمات مهندسی سوپیشی در خدمت صنایع ایران



## ■ بابت بهره‌گیری از ماشینهای

## چاپگر Domino کلیه شرایط

## استاندارد را برای محصولات خود فراهم

## نموده و سلامت مصرف کنندگان را تضمین نمائید

- تدوین متون پیام، با دو الفباء جداگانه، توسط اپراتور
- چاپ ۴ سطر قابل تغییر با یک نازل در جهات مختلف
- صفحه کلید قابل جدا شدن از ماشین
- حداقل مصرف حلال (۳ میلی لیتر در ساعت در ۲۰ درجه سانتی گراد)
- سیستم بسته مرکب برای کار ۲۴ ساعته بدون توقف و عدم نیاز به تخلیه مرکب در زمان توقف طولانی ماشین
- سازگار با کامپیوترهای IBM
- عدم نیاز به تأسیسات جانبی مانند هوای فشرده
- سیستم شستشوی اتوماتیک نازل و داخل عامل چاپگر (Head) در انتهای شیفت و آماده بودن ماشین برای کار مجدد بدون نیاز به سرویس خاص اپراتور



## ■ شرکت سوپیشی:

تهران، خیابان فرصت، کوی بهبهان، پلاک ۹،

کدپستی: ۱۵۸۱۹، تلفن: ۸۸۲۹۳۴۵

تلکس: SUPI - IR، ۲۱۴۰۵۵، فکس: ۸۸۲۹۳۴۵