

جمهورية مصر العربية
معهد التخطيط القومى



سلسلة قضايا التخطيط والتنمية
رقم (١٨٥)

تحليل خصائص ومتغيرات السوق المصرى الجزء الثالث (الإطار التطبيقى)

سوق الأدوية- سوق السلع الغذائية والزراعية - سوق حديد التسليح والاسمنت

يناير ٢٠٠٥

بسم الله الرحمن الرحيم

لقد يم

في إطار التطوير المستمر للأنشطة البحثية بالمعهد يأتي " تحليل خصائص ومتغيرات السوق المصري " كحلقة جديدة في هذا التطوير، وقد جاء اختيار هذا الموضوع ليكون محورا بحثيا متواصلأ عبر سنوات قادمة بمشيئة الله وبحيث مثلت دراسات هذا المحور في العام الحالي ٢٠٠٤/٢٠٠٥ مدخلا يعبر عن اتجاه يركز فيه المعهد على مقاربات لواقع الأداء الاقتصادي المصري ، وهي مقاربات يمتزج فيها التحليل الكلى بالتحليل الجزئي ، وتمتزج فيها الدراسات المكتبية والوثائقية بالدراسات الميدانية ، في إطار دراسات لمختلف الأسواق التي يتكون منها السوق المصري الكبير .

ونتاج العمل البحثي في هذا المحور خلال العام الحالي ٢٠٠٤/٢٠٠٥ يجده القارئ بين دفات أجزاء ثلاثة تصدر ضمن سلسلة قضايا التخطيط والتنمية التي تعد من المعالم المميزة للإنتاج العلمي لمعهد التخطيط القومي، الجزء الأول منها بمثابة إطار نظري لا يقتصر فقط علي مفاهيم السوق وآلياته ومكوناته والأسس العلمية لتحليل التفاعلات بينها، وإنما يتعدى ذلك إلى مقارنة الواقع المصري فيما يخص هذه العناصر مجتمعة مع اهتمام بمختلف الجوانب التشريعية والتنظيمية والإدارية والثقافية والسياسية، محلية كانت أم إقليمية، التي تمارس أثارا علي خصائص ومتغيرات السوق المصري . ثم يجد القارئ الجزئين الثاني والثالث أكثر اقترابا من واقع السوق المصري بتركيزهما علي دراسات تطبيقية لأسواق بعض من أهم الخدمات والسلع في الاقتصاد المصري . فالجزء الثاني يتناول دراسة أسواق التعليم، والسياحة، والبرمجيات . أما الجزء الثالث فيتناول دراسة أسواق الدواء، والسلع الغذائية والزراعية (مع التركيز علي عدد مختار منها) ، وبعض المواد الاستراتيجية للبناء والتشييد (حديد التسليح والأسمنت) .

وغني عن البيان أن ما أنجز من دراسات في هذه الأجزاء الثلاثة لا يلبي كل الطموحات العلمية والتطبيقية في معالجة موضوع بهذه الأهمية لكل شركاء التنمية في مصر مخططين كانوا أم صانعي سياسات ومتخذي قرارات أم دارسين وباحثين أم ممارسين للأنشطة الاقتصادية . ومن ثم قد يتفق معنا القارئ علي أن هذه بداية علي طريق عمل بحثي ليستوفي مزيدا من الشمول والتدقيق ومزيدا من الاقتراب من واقع الحال في السوق المصري بمكوناته من الأسواق الفرعية .

ويأتي هذا العمل البحثي نتاج جهد فريق بحثي متميز من معهد التخطيط القومي وغيره من بعض المؤسسات العلمية الأخرى، ولا يسعني إلا أن أتوجه بالشكر إليهم جميعاً علي ما بذلوه من جهد أدعو الله العلي القدير أن يصب في مصلحة الوطن والمواطنين، وأن يتواصل في اتجاه بناء مستقبل أفضل لنا جميعاً بين دول العالم وشعوبه .

والله ولي التوفيق ،،

مدير المعهد

د. محمود عبد الحى صلاح

تحليل خصائص ومتغيرات السوق المصرية

شهد العقدين الآخرين من القرن العشرين تغيرات واسعة سواء في الأيدلوجيات أو في الفلسفات الاقتصادية والسياسات في العديد من الدول المتقدمة (دول أوروبا الشرقية ودول غرب أوروبا وأمريكا واليابان.

ولقد تولد عن حركة التغيرات هذه استعداداً متنامياً لدى دول العالم أجمع (بما فيها مصر) لتجريب أو تعميق أساليب السوق وآلياته.

والحقيقة أنه يمكن إرجاع عودة سيادة اقتصاد السوق على المستوى العالمي إلى مجموعة من الدوافع الاقتصادية والمالية، والسياسية والإدارية والقانونية، بالإضافة إلى الدافع الاجتماعي وتتمثل هذه الدوافع فيما يلي:

- اقتصاديا فإن الارتكاز على آليات السوق يزيد من الكفاءة ويرفع معدلات الأداء ويزيد من الجودة، ويضمن تقديم سلع وخدمات بأسعار مقبولة، الأمر الذي يعتبر هاماً وخاصةً في عالم تنكسر فيه القيود وتلغي فيه الحدود، كما أن هذه الآليات تدفع الدول النامية، لكي تقتحم السوق العالمية، إلى العمل على أن تكون منتجاتها السلعية والخدمات ذات جودة عالية وأسعار تنافسية جيدة .
- كما أن هناك دافع مالي يتمثل في أن العديد من الدول ترغب في :

- * التخلص من الإتفاقيات المترابطة على بعض الأنشطة وربما تحميل تكلفتها على مستهلكيها أو متلقيها وذلك عن طريق إحلال القطاع الخاص محل القطاع العام في القيام بها .
- * إنقاذ العديد من الشركات العامة الفاشلة من الإعسار المالي الذي ألم بها ويلازمها بشكل متنامي .

- * زيادة التدفقات المالية الداخلة إلى الخزنة من خلال بيع الشركات العامة إلى القطاع الخاص .

- رغبة الدول التي لا تقوم على اقتصاد السوق في تحقيق مزيد من الديمقراطية، بقيادة القطاع الخاص للاقتصاد يعتبر أفضل أساليب استبعاد السياسيين من إساءة استغلال الموارد الاقتصادية والأنشطة الإنتاجية لأغراض خاصة بهم .

- سقوط النظم الاقتصادية الاشتراكية بحيث لم يعد أمام معظم الدول وخاصة الدول النامية أي حرية في اختيار نظم اقتصادية أخرى تتعارض مع قواعد التعامل الدولية القائمة وسيادة اقتصاد السوق عالمياً .
- كما أن عمليات الابتكار والمبادأة والتطوير في مجالات العمل المختلفة، وهي من أساسيات اقتصاد السوق، تحتاج إلى مناخ من الحرية وتحرير العمل الإداري والقرار الإداري في مجالات الأعمال من سيطرة الأجهزة الحكومية .

- وتجدر الإشارة هنا إلى أن هذا لا يعني استبعاد الدولة من منظومة العمل، بل أن الدولة في ظل العمل بآليات السوق يظل منوطاً بها سن التشريعات وتنظيم الهيكل العام للنشاط الاقتصادي . وهذا يعني أن

متطلبات نجاح نظام اقتصاد السوق في أي دولة هي بالدرجة الأولى وجود دولة قوية ومجتمع مدني قوي .

-وأخيرا فإن تميز القطاع الخاص بقدرته على القضاء على السلبية وعلى التلاعب الاجتماعي، في صورة المحسوبية، وقدرته على المحاسبة على الإهمال والتقصير، وتحقيق انضباط السلوك داخل مجالات العمل ، تعتبر جميعاً من دوافع التحول إلى اقتصاد السوق .

ومن البديهي والمعروف أيضاً أن توفير متطلبات تطبيق اقتصاد السوق وتفعيل آلياته لقيادة النشاط الاقتصادي في أي دولة بنجاح لا يمكن أن يتم بواسطة تحرير الأسعار وإلغاء معظم أشكال الدعم فقط، وإنما يتطلب الأمر أيضاً إجراء إصلاح أو تعديل مؤسسي في الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية وكذلك البيئية حتى تتم الاستفادة من هذه الآليات للسوق في تحقيق الكفاءة وتخصيص الموارد بشكل أفضل، و إلا فإن التحول إلى اقتصاد السوق دون اتخاذ كافة الإجراءات والتدابير لتفعيل آلياته لن يأتي بالنتائج المرجوة منه .

ولقد لجأت مصر منذ بداية التسعينيات إلى تطبيق إجراءات التحول لاقتصاد السوق وذلك بهدف تحسين أداء الاقتصاد من جهة وإيجاد مخرج للمشاكل الاقتصادية الداخلية والخارجية التي تفاقمت في الربع قرن الأخير من القرن العشرين من جهة أخرى، والتي تمثلت فيما يلي:

- * عجز ميزان المدفوعات والميزان التجاري بسبب زيادة الواردات وتواضع الصادرات .
- * تراجع الكفاءة الإنتاجية لمشروعات القطاع العام وتحقيقها لخسائر متوالية ساهمت في تفاقم عجز الموازنة .
- * زيادة مستويات ومعدلات البطالة .
- * مساوئ التدخل الحكومي غير المناسب من الناحية الاقتصادية .

و بالرغم من مضي ما يقرب من خمسة عشر عاماً على تبني مصر لبرنامج الإصلاح الاقتصادي والتكيف الهيكلي والتحول لاقتصاد السوق كاختيار استراتيجي إلا أن السوق المصرية مازالت تعاني بصفة عامة من عدد كبير من المشاكل وكم غير قليل من صور الاختلالات وعدم الاستقرار والتي يمكن بلورتها وإبرازها فيما يلي :

- ١- عدم التوازن بين العرض والطلب والاعتماد المتزايد على الواردات مع عدم كفاية الصادرات لتغطيتها، الأمر الذي يؤدي لمزيد من الاعتماد على الأسواق الخارجية .
- ٢- عدم استقرار الأسعار مع عدم تعبير أسعار السوق عن التكاليف الفعلية للمنتجات . (فقد يظهر المنتج في السوق بأقل أو أكثر من تكلفته الحقيقية على المجتمع) .
- ٣- تميز بعض الأسواق باحتكار القلة في قوى العرض، حيث يشير واقع التجربة المصرية إلى تفشي هذه الظاهرة الاحتكارية في السوق، بالإضافة إلى أن المستهلك لا يتوافر له مؤسسات كافية

وفاعله لحمايته وإرشاده بحقيقة الجودة ومقاييسها . كما أن المعلومات الكافية والدقيقة عن معظم المتغيرات غير متوافرة .

٤- عدم تحقيق السوق (المحلية) للأمن الغذائي والكسائي والسكني وخاصة لمحدودي الدخل.

٥- نقص منافذ توزيع السلع الأساسية .

٦- عدم استجابة السوق لبعض القوانين والسياسات المتبعة .

٧- بعض المنتجات لا تدخل الأسواق (اقتصاد معيشي) .

٨- تضخم الأسواق غير الرسمية .

ويعتقد البعض أن ذلك قد يرجع لعدم اتخاذ مصر لكافة الإجراءات والتدابير الضرورية واللازمة لتفعيل آليات السوق حيث لم تساعد النظم القائمة (الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والبيئية والثقافية) في مصر في تفعيل هذه الآليات كوسيلة لمواجهة المشاكل القائمة ولتسيير دفة النشاط الاقتصادي بكفاءة وفعالية، الأمر الذي يبرز أهمية مراجعة العوامل المؤثرة في تفعيل آليات السوق .

ومن المعروف أن آليات السوق هي القوة الذاتية التي تدفع السوق (سواء كان سوق سلع أو خدمات أو أوراق مالي . . الخ) إلى موقف تلقائي يرتضيه جميع أطراف التعامل . وهذا ما يعني أن السوق يؤدي إلى التخصيص الكفاء للموارد الاقتصادية ويساهم في رفع مستويات معيشة الأفراد إذا ما أحسن استخدام آلياته .

وبشكل عام يمكن اعتبار الأسعار أحد أهم آليات السوق ، بل يمكننا القول إن نظام السوق يديره جهاز الأسعار والذي هو في نفس الوقت جهاز للمعلومات التي توجه النشاط الاقتصادي لتحقيق تخصيص أمثل للموارد . كما تعتبر الأجور أحد آليات سوق العمل ، حيث يؤدي تحريرها إلى تميز سوق العمل بحرية في التعيين والفصل وعدم وضع حدود دنيا للأجور . وإن كانت تجارب دول اقتصاديات السوق المتقدمة تتبع آليات للتفاوض الجماعي تؤمن حقوق العمال في عدم الفصل التعسفي وفي ضمان تغطية الأجر لمستوى معيشي مناسب .

كما تعتبر الأرباح المحرك والموجه للموارد تجاه المجالات الأكثر إنتاجية وربحية، فهي من ضمن آليات السوق التي تؤثر على المنتج في قراراته وتحدد حجم الإنتاج المتوافق مع مستوى الطلب في السوق .

ومن الطبيعي في اقتصاد السوق أن يتنافس أطراف السوق في تحسين مواقعهم من خلال التجديد والابتكار بخفض التكاليف وتحقيق الكفاءة الاقتصادية، الأمر الذي يعود بالمنافع على كافة أطراف التعامل .

وعليه فما هو موقف النظام الحالي في مصر بأبعاده وأطره المختلفة (الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والبيئية . . الخ) من آليات السوق . هل يسمح النظام لها بأن تعمل بحرية ؟ أم أنه يؤدي إلى عرقلة عملها ؟ علماً بأن هذه الأطر يؤثر كل منها في الآخر وتؤثر جميعها بشكل إجمالي في آليات السوق

عن طريق مجموعة من الأدوات (وهي السياسات المالية والنقدية ومجموعة القوانين والتشريعات المنظمة للعمل، والتقييم الاجتماعية ومستوى الوعي) . هذا بالإضافة إلى البعد السياسي، حيث أن آليات السوق لا تعمل بفاعلية إلا في إطار من الحرية السياسية . بمعنى هل سبق التحول لاقتصاد السوق توفر حركة سياسية وتحول سياسي يتوفر له قاعدة عريضة من التأييد الشعبي والمشاركة الشعبية ؟ والذي يعتبر من أهم شروطه الشفافية في إعلانات الحكومة خاصة فيما يتعلق بنتائج ما تم تحقيقه من خطوات في مرحلة التحول (مثلاً كيفية التصرف في أموال بيع المشروعات) وهل تواجد حوار بين الحكومة والفئات المتضررة للوصول لقرارات ترضي جميع الأطراف .

وأخيراً ما هي السياسات التي يمكن إتباعها لتحقيق التنمية المنشودة وإحداث الاستقرار بالسوق انمصرية والإجابة على الاستفسارات التالية :

- هل يمكن تفعيل آليات السوق في مصر بدون توفير المعلومات الكافية والدقيقة للمستثمرين حتى يمكنهم اتخاذ قرار الاستثمار من عدمه ؟ فحرية دخول السوق لا تعني إزالة العقبات القانونية فقط بل أيضاً الحصول على المعلومات المطلوبة عن طريق إنشاء مؤسسات (مستقلة تماماً عن الدولة) مهمتها الأصلية إنتاج ونشر البيانات والمعلومات الدقيقة والكافية بحيدة كاملة وبحيث تكون متسمة بالصدق والشفافية .
- و هل توجد في مصر مؤسسات مناسبة وكافية لحماية المستهلك حتى لا يكون فريسة لنقص المعلومات ؟
- هل يمكن توسيع حقوق الملكية والتي تعتبر من أهم العوامل التي يعتمد عليها في تفعيل آليات السوق ؟ حيث يلاحظ في مصر تركيز بيع المشروعات لمستثمر رئيسي واحد أو التركيز على الاكتتاب المغلق .
- هل يمكن تحرير التجارة الخارجية في مصر بشكل فعال ؟ فهذا هو المخرج الطبيعي لمحاربة الاحتكارات، هناك دول في العالم أعفت كافة المواد الخام والآلات والمعدات المستوردة من الرسوم الجمركية مثل ماليزيا و إندونيسيا .
- هل يمكن أن يتم تفعيل آليات السوق في حالة عدم وجود ترتيبات فعالة تعمل على:
 - * محاربة الاحتكار .
 - * حماية حقوق الملكية وتوسيعها .
 - * إلزام المؤسسات المختلفة بنشر البيانات والمعلومات التفصيلية والدقيقة .
 - * تصميم ووضع سياسات مالية ونقدية فعالة .

* جمال إبراهيم حسن : الإطار المؤسسي اللازم لتفعيل آليات السوق في الاقتصاد المصري .

* إحداث تغييرات جذرية في مؤسسات الإدارة العامة على المستويات المركزية والمحلية ، وكذلك في إدارة الأعمال وقواعد سلوكها .

- هل يمكن تفعيل الأجور في مصر كآلية في سوق العمل لتقوم بدورها في تخصيص العمالة بدون احتواء الآثار الاجتماعية السالبة حتى لا تحدث معاناة اجتماعية ؟ .

فهذه كلها أسئلة تبحث عن إجابة .

لذلك فقد تبلورت أهداف الدراسة في الإطار التالي :

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلي :

١- تحليل السوق المصري بهدف التعرف على أهم المشاكل والاختلالات التي تتسبب في عدم نضجه واستقراره، وكذلك التعرف على خصائص وسمات السوق مع تحديد أهم المؤثرات التي تتحكم في حركته وتساعد على توجيهه وبالتالي الوقوف على أهم السياسات التي يمكن إتباعها لتنظيم ونضج السوق واستقراره، وتحقيق التنمية المنشودة في ضوء أهداف المرحلة الحالية من التطور في مصر . وهذا بمثابة دراسة تحليلية عامة للسوق المصري تشكل الإطار التحليلي النظري للدراسة .

٢- التركيز على دراسة بعض الأسواق المصرية الهامة بشكل تفصيلي، وهي الأسواق التي نعتقد أنها تساهم بشكل كبير ومباشر في تحقيق أهداف المرحلة الحالية من التطور والتي أعلنتها القيادة السياسية مع التشكيل الحكومي الجديد، والتي تتمثل فيما يلي :

- رفع مستوى معيشة محدودي الدخل وتوفير السلع والخدمات الرئيسية لهم .
- التركيز على قضية تشغيل الشباب والخريجين للتخفيف من مشكلة البطالة .
- عدم الضغط على الميزانية بتحميلها مزيداً من الأعباء .

لذلك فقد تم اختيار ٦ أسواق (من بين ١٦ سوقاً هاماً) لتشكيل الإطار التطبيقي التفصيلي للدراسة الحالية، على أن تدرس الأسواق العشرة الباقية في العام القادم إن شاء الله .

هذه الأسواق الستة عشر هي :

١. سوق الخدمات التعليمية .
- ٢- سوق الخدمات السياحية
- ٣- سوق البرمجيات .
- ٤- سوق الأدوية .
- ٥- سوق السلع الغذائية والزراعية
- ٦- سوق حديد التسليح والأسمنت .
- ٧- سوق رأس المال والقطاع المصرفي .
- ٨- سوق العقارات .
- ٩- سوق السيارات .
- ١٠- سوق السلع المعمرة .

- ١١- سوق الخدمات الصحية .
- ١٢- أسواق المعدات الزراعية .
- ١٣- سوق السلع التموينية من منظور قضية الدعم . ١٤- سوق العمل .
- ١٥- سوق الملابس الجاهزة .
- ١٦- أسواق أخرى هامة ذات علاقة بأهداف المرحلة .

وقد تم اختيار الستة أسواق الأولى منها لدراستها هذا العام بشكل تفصيلي وذلك لأهميتها في ضوء أهداف المرحلة الحالية من التطور والتي تبرز من الحقائق التالية لكل منها :

١ . سوق الخدمات التعليمية

تبرز أهميته من الدور الذي يمكن أن يلعبه هذا السوق في تحديد التخصصات التي يحتاجها سوق العمل (من حيث النوع والكم) بما يتناسب مع المتطلبات الجديدة والتوجه نحو السوق العالمية . وهذا يهدف - من جهة - لتطوير الخدمة التعليمية لتخريج أفراد قادرين على إنتاج معرفة إبداعية وابتكارية ، وتربية أفراد قادرين على تحمل المسؤولية والعمل في السوق ومواجهة مشاكل البطالة والامية . ومن جهة أخرى لتصحيح ومواجهة المشكلات والاختلالات الموجودة بهذا السوق والتي تفرضها بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع المصري مثل :

- الفجوة (على مستوى مراحل التعليم المختلفة) بين الحضر والريف وبين الذكور والإناث .
- تراجع الإقبال على التعليم العلمي (الرياضيات والعلوم) برغم زيادة طلب السوق العالمي عليه مقابل الأدبي .
- تباين الرسوم الدراسية بين الأنواع المختلفة من التعليم .
- التزايد المستمر لنصيب ما تتحمله الأسر من الإنفاق على التعليم .

٢ . سوق الخدمات السياحية

بالرغم من أن السياحة تعد أحد مصادر الدخل الأساسية بالنسبة للاقتصاد المصري، إلا أن حصة مصر في الحركة السياحية العالمية تتسم بالثبات والانخفاض (حوالي ٧٥,٠ %) بالمقارنة بدول مثل تونس والمغرب والأردن وإسرائيل وكذلك تركيا واليونان، وذلك على الرغم من تواجد ثلث آثار العالم بمصر . كما أن هذا السوق ما زال عرضه للتقلبات الموكبة للأحداث السياسية والاقتصادية والتي تنعكس على تذبذبات في الطلب السياحي ونمطه، بالإضافة إلي أنه يعاني من مشكلات عديدة على مستوى الفنادق والشركات السياحية والنقل السياحي والإرشاد السياحي والمحلات العامة السياحية والسلع والهدايا السياحية .

وهذا كله يستلزم تحقيق انطلاقة لتنشيط هذا السوق للخدمات السياحية عن طريق بعض الآليات والإجراءات الفعالة.

٣ . سوق البرمجيات

حيث تعتبر البرمجيات إحدى صناعات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي حققت في العقدين الأخيرين نمواً عالمياً كبيراً على مستوى العالم (فهي تشكل ١٠% من حجم صناعات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كما تنمو بمعدل متوسط حوالي ١٥%)، كما تتميز هذه الصناعات بالتركز الشديد حيث تسيطر عليها قلة من الشركات العملاقة .

ومع ذلك وبالرغم من محدودية حجم سوق البرمجيات في مصر للعديد من الأسباب، وتواضع مستوى تنافسيته على المستوى الإقليمي والدولي مقارنة بدول الـ 3١'s (الهند وإسرائيل وإيرلندا) ، فإن هذا السوق يمكن أن يصبح قاطرة لنمو الاقتصاد المصري نمواً قوياً ومتواصلاً بحيث يساهم في رفع قدرة الاقتصاد على الإنتاج والتصدير وذلك لامتتع مصر بالعديد من الإمكانيات التي تؤهلها لكي تكون من أهم أسواق الشرق الأوسط والقادرة على المنافسة الإقليمية والدولية .

٤ . سوق الأدوية

يمثل الدواء أحد العناصر الأساسية للرعاية الصحية التي تعتبر أحد الحقوق الأساسية للإنسان بالإضافة إلى المأكل والملبس والمأوى ، الأمر الذي يجعل الدولة تضعها في صدر أولوياتها واهتماماتها . لذلك فصناعة الدواء تعد من الصناعات الهامة ذات البعد الاستراتيجي لارتباطها بحياة الإنسان . والدواء يعتبر سلعة غير عادية ليس لمستهلكها المريض حرية اختيارها حيث لا يمكنه الاستغناء عنها .

وتعتبر مصر أكبر منتج وأكبر مستهلك للدواء في الشرق الأوسط بنسبة اكتفاء ذاتي تقارب ٩٦%، إلا أنه يلاحظ وجود تزايد مستمر في قيمة الواردات مع تذبذب الصادرات بين الصعود والهبوط ، مع تأثر سعر الدواء بتذبذب سعر صرف الجنيه المصري ومع اعتماد صناعة الدواء على استيراد المواد الخام .

لذلك يتأثر سوق الدواء المصري ، وكذلك سوق الدواء العربي ، بالتكتلات الدولية العملاقة التي تمده بالمواد الخام بالإضافة إلى معاناته من عدد غير قليل من التحديات ، الأمر الذي يبرز أهمية دراسته لحماية اقتصاديات صناعة الدواء وصادراته ووارداته وبحيث يتفق الإنتاج مع معايير الجودة الشاملة عالمياً ، والتكيف مع التغيرات والتطورات العالمية السائدة .

٥ . أسواق السلع الغذائية والزراعية في مصر

تبرز أهمية هذه الأسواق من أن مشكلة الغذاء تعتبر من أهم المشكلات التي يعاني منها المجتمع المصري وخاصة محدودي الدخل . فهناك زيادة مضطردة في الطلب على هذه السلع من جهة مع محدودية الموارد المتاحة (المتمثلة في الرقعة الزراعية ومياه الري) من جهة أخرى، الأمر الذي أدى إلى زيادة حجم الواردات الغذائية وخاصة خلال الخمس سنوات الأخيرة .

هذا بالإضافة إلى بروز بعض المشاكل والاختلالات بأسواق هذه السلع مثل وجود فوائض في أسواق السلع الزراعية البستانية وعجز كبير في أسواق الحبوب بالإضافة إلى معاناة هذه السلع من هياكل تسويقية ضعيفة لا تراعى ظروف السلعة نفسها أو موسميته في تنظيم الطلب عليها .

ونتيجة لحرص الدولة في مصر على توفير الغذاء لأفراد المجتمع وخاصةً لمحدودي الدخل، ولاهتمامها بزيادة نسبة الاكتفاء الذاتي من السلع الغذائية والزراعية عن طريق تحسين أداء هذه الأسواق للحد من الفاقد وتحسين أداء المنتج لمواجهة احتياجات المستهلك، فقد قمنا باختيار بعض أهم سلع هذه الأسواق لدراستها وتحليلها . وهي أسواق القطن، والذرة الشامية والأرز، البطاطس والبرنقال، وكذلك اللحوم البيضاء والحمراء، بالإضافة إلى الألبان ومنتجاتها . ولم ندخل القمح في هذه القائمة باعتبار أنه يلقي اهتمامات مكثفة حالياً في السياسات والمناقشات على المستوى القومي ، ومن ثم رأينا إرجاء دراسته للعام القادم حيث يتوقع أن تسفر هذه الاهتمامات عن توجهات محددة تسمح بدراسة سوق هذه السلعة على أسس واضحة .

٦ . سوق حديد التسليح والأسمنت

تمثل هاتان السلعتان (حديد التسليح والأسمنت) أهم المواد الأولية لقطاع التشييد والبناء الذي يعتبر من الصناعات الأساسية في اقتصاد أي دولة .

وفي مصر يزداد الطلب عليهما بصفة مستمرة للعديد من الأسباب منها تزايد السكان بمعدلات مرتفعة نسبياً مع اهتمام الدولة بتوسعة شبكة الطرق والاتصالات وتعمير وإقامة المدن العمرانية والصناعية الجديدة (حيث يمثل حديد التسليح حوالي ١٠% من تكاليف الوحدات السكنية) .

وبالرغم من أن صناعة الأسمنت تعتبر من الصناعات الملوثة للبيئة وهي تعد من الصناعات القديمة جداً في مصر، إلا أنها لم تستطع اغتنام فرص التصدير المتاحة إقليمياً ودولياً بصورة مناسبة، بل إنها لم تستطع سد الاحتياجات المحلية ودفع عجلة التنمية مع توفير فرص عمل مناسبة والمساعدة في مواجهة مشكلة البطالة وتوفير الأمن السكني للمواطنين - بل إن الفجوة بين العرض والطلب يتم تغطيتها عن طريق الاستيراد من الخارج. وهذا ما يبرز أهمية دراسة سوق هاتين السلعتين .

ونظراً لكبر حجم الدراسة وكبر حجم أعضاء الفريق المشارك بها سواء من داخل المعهد أو خارجه، فقد رأينا أن تنقسم الدراسة إلى ثلاث أجزاء (تظهر بمشيئة الله في ثلاث أعداد من سلسلة قضايا التخطيط والتنمية) وتتكون من الآتى :

أولاً: الإطار النظري والتحليلي (ويظهر في عدد مستقل وهو الجزء الأول)

ثانياً: الإطار التطبيقي (ويظهر في العدين التاليين: الجزئين الثاني والثالث)

بحيث يضم الجزء الثاني: الثلاث دراسات الخاصة بسوق الخدمات التعليمية و سوق الخدمات السياحية وسوق البرمجيات.

أما الجزء الثالث: فسيضم الثلاث دراسات الخاصة بسوق الأدوية و بعض أسواق السلع الغذائية والزراعية و سوق حديد التسليح والاسمنت.

وأخيراً فقد اعتمدت الدراسة لهذه الأسواق جميعاً على التحليل الاستقرائي الوصفي - مع بعض المرجعيات الميدانية -العوامل المؤثرة على العرض والطلب مع استخدام القياسات الإحصائية والتحليل الإحصائي كلما كان ذلك ممكناً.

كما تتسم هذه الدراسة باعتمادها على نوعين من البيانات والمعلومات وهي :

أ- البيانات المنشورة .

ب- البيانات الميدانية التي تم جمعها من خلال إجراء بعض المسوح الميدانية والتي اعتمدت غالباً على المقابلات الشخصية مع الممارسين والأطراف ذوي العلاقة بالأسواق موضع الدراسة .

وفي الختام أتوجه بالشكر والتقدير لكل المساهمين في إثراء هذه الدراسات سواء من داخل المعهد (فريق الدراسة) أو من خارجه . كما أتوجه بالشكر لإدارة المعهد على اختيارها لهذا الموضوع الهام لدراسته وتحليله في محاولة لربط المعهد بجهازه العلمي مع الواقع الفعلي للنشاط الاقتصادي والاجتماعي بمصر . كما لا يفوتنا توجيه التحية للأستاذ الدكتور وزير التخطيط ورئيس مجلس إدارة المعهد على مواصلة الاهتمام المضطرد بأنشطة المعهد عموماً وبالأنشطة البحثية على وجه الخصوص .

والله الموفق .

الباحث الرئيسي

والمشرف على الدراسة

أ.د. د. محرم الحداد

أعضاء فريق الدراسة العلميين والفنيين والإداريين

يتكون فريق الدراسة من الآتي:

أولاً: المجموعة الإشرافية

- | | |
|------------------------------------|--------------------------|
| الباحث الرئيسي والمشرف على الدراسة | ١- أ.د. محرم الحداد |
| عضواً | ٢- أ.د. حسام مندور |
| عضواً | ٣- أ.د. فادية عبد السلام |
| عضواً | ٤- د. خالد عبد الوهاب |

ثانياً: المجموعة الاستشارية للدراسة

- | |
|---|
| ١- أ.د. محمود عبد الحي صلاح |
| ٢- أ.د. محسن عاطف أستاذ التسويق بجامعة بنها |
- ثالثاً: الأعضاء العلميين بالمعهد والمشاركين سواء في الأجزاء التحليلية بالدراسة أو الأجزاء التطبيقية

(١) مركز دراسات التنمية البشرية

- | |
|-----------------------------|
| ١- أ.د. زينات محمد طبالة |
| ٢- أ.د. محمد عبد العزيز عيد |
| ٣- أ.د. نطف الله إمام صالح |
| ٤- د. عزة الفندري |
| ٥- أ. سحر محمد عبود |
| ٦- أ. أحمد سليمان محمد |
| ٧- م. بسمه الحداد |

(٢) مركز دراسات الاستثمار وتخطيط وإدارة المشروعات

- | |
|---------------------------|
| ١- أ.د. حسام مندور |
| ٢- أ.د. سمير عريقات |
| ٣- أ.د. نجوان سعد الدين |
| ٤- د. إيمان الشربيني |
| ٥- د. صادق رياض صادق |
| ٦- د. منى عبد العال دسوقي |
| ٧- د. محمد مرعي |
| ٨- د. حنان رجائي |
| ٩- د. سحر البهائي |

١٠- د. محمد حسن توفيق

١١- أ. مها الشال

١٢- أ. مروة محمد سعودي

١٣- أ. سامح طلعت طاهر

(٣) مركز العلاقات الاقتصادية الدولية

١- أ. د. إجلال راتب

٢- أ. د. فادية عبد السلام

٣- أ. د. سلوى مرسي

٤- أ. د. مجدي خليفة

٥- أ. عبد السلام محمد

٦- أ. مريم رؤوف فرح

٧- أ. عمرو صابر الجارحي

٨- أ. فاطمة خميس الحملاوي

٩- أ. أماني عبد الوهاب

(٤) مركز دراسات السياسات الكلية

١- أ. د. عزيزة عبد الرازق

٢- د. محمد حمدي المسلماني

٣- د. أشرف العربي

(٥) مركز التنمية الإقليمية

١- أ. د. السيد كيلاني

٢- أ. عزة محمد يحيى

٣- أ. أمل زكريا

٤- أ. شيماء طه أبو صير

٥- أ. أحمد عبد الرحمن سيد

(٦) مركز دراسات البيئة وإدارة الموارد الطبيعية

١- أ. كريمة محمد الصغير

٢- أ. فوزية الدميري

(٧) مركز التنبؤ الاقتصادي ونماذج التخطيط

١- أ. د. محرم الحداد

- ٢- أ.د. ماجدة إبراهيم
- ٣- أ.د. محمد الكفراوي
- ٤- أ.د. عبد القادر حمزة
- ٥- أ.د. عبد الحميد القصاص
- ٦- د. زلفى شلبي
- ٧- أ. علي عبد الخالق
- ٨- أ. نهال عبد العاطي
- ٩- أ. أحمد صبحي

(٨) مكتب وزير التخطيط

- ١- د. نعيمة رمضان
- رابعاً : علميين من خارج المعهد
- ١- أ.د. راوية سعد الدين
- ٢- أ.د. جميلة موسى
- ٣- أ.د. لبيب محمد عوض
- ٤- أ.د. خيرية عبد الفتاح
- ٥- م. تامر عبد الله
- ٦- م. سيد النجار
- ٧- أ. مجدي داوود
- ٨- أ. خالد السعيد
- خامساً : سكرتارية الدراسة
- ١- مزفت عبد الواحد
- ٢- نهلة عوض
- ٣- هدى رفاعي
- ٤- منى الششيني
- ٥- ليالي عبده
- ٦- الهام أبو المعاطي
- ٧- نعيمة جلال
- ٨- سامية عبد المنعم
- ٩- زينب السيد

سادساً: بعض أعضاء العمل الإداري والفني وبعض الأعضاء من مركز المعلومات التخطيطية

الجزء الثالث

الإطار التطبيقي لدراسة تحليل خصائص ومتغيرات السوق المصرى
سوق الأدوية - اسواق السلع الغذائية والزراعية - سوق حديد التسليح والاسمنت

محتويات الدراسة

أ	مقدمة الإطار العام للدراسة
٥	الدراسة الرابعة : سوق الأدوية فى مصر
٥	مقدمة
٨	١٠٤ حول قطاع الدواء
٨	١٠١٠٤ خصوصية صناعة الدواء
٩	٢٠١٠٤ مراحل صناعة الدواء
١٠	٣٠١٠٤ السياسة الدوائية
١٤	٤٠١٠٤ إستراتيجيات الصناعة الدوائية
١٤	٥٠١٠٤ منظومة الدواء فى مصر
١٦	٦٠١٠٤ أهمية الدواء كسلعة استهلاكية
١٦	٧٠١٠٤ التحديات التى تواجه صناعة الدواء فى مصر
١٨	٢٠٤ واقع سوق الدواء
١٨	١٠٢٠٤ حول أوضاع سوق الدواء فى مصر
٢٦	٢٠٢٠٤ حول أوضاع سوق الدواء العربى
٣٦	٣٠٢٠٤ حول أوضاع سوق الدواء العالمى
٣٩	٣٠٤ بعض العوامل المؤثرة فى سوق الدواء
٣٩	١٠٣٠٤ التكنولوجيا والبحث العلمى فى صناعة الدواء
٤٧	٢٠٣٠٤ حول اتفاقية حقوق الملكية الفكرية
٥٣	٣٠٣٠٤ اتفاقية المشاركة الاوروبية
٥٤	٤٠٣٠٤ تسعير الدواء
٥٩	٥٠٣٠٤ ترشيد استهلاك الدواء
٦١	٦٠٣٠٤ أثر بعض المتغيرات الاقتصادية العالمية على سوق المنتجات الدوائية
٦٥	أهم التوصيات

الدراسة الخامسة : سوق السلع الغذائية والزراعية في مصر

١٠٥ سوق القطن

١٠١٠٥ الواقع الحالي لمحصول القطن

٢٠١٠٥ العرض والطلب على القطن في السوق المحلي

٣٠١٠٥ الإصلاح الاقتصادي وتحرير سوق القطن

٤٠١٠٥ آليات السوق الداخلي للقطن المصري

١٠٤٠١٠٥ حلقات التسوق

٢٠٤٠١٠٥ مراكز التجمع التعاونية

٣٠٤٠١٠٥ تجار القطن

٤٠٤٠١٠٥ بورصة مينا البصل

٥٠٤٠١٠٥ لجان تسويق القطن بالمحافظات

٦٠٤٠١٠٥ الهيئة العامة للتحكم واختبارات القطن

٥٠١٠٥ القنوات التسويقية للقطن المصري

٦٠١٠٥ العمليات التسويقية للقطن المصري

٧٠١٠٥ أهم المشاكل والصعوبات التي تؤثر على السوق الداخلي للقطن في مصر

٩٠١٠٥ أهم التوصيات والمقترحات الخاصة بمواجهة مشاكل سوق القطن

المراجع

٢٠٥ سوق الحبوب (الأرز + الذرة الشامية)

١٠٢٠٥ سوق الأرز

١٠١٠٢٠٥ تطور أهم المتغيرات الإنتاجية والاقتصادية لمحصول الأرز

٢٠١٠٢٠٥ أثر المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية علي استهلاك الأرز

٣٠١٠٢٠٥ التسويق المحلي لمحصول الأرز

٤٠١٠٢٠٥ التمايز السلعي وتباين أسعار الأرز المصري

٥٠١٠٢٠٥ التحليل الإحصائي لاتجاه تطور السعر المزرعي للأرز المصري

٦٠١٠٢٠٥ الدراسة الميدانية لبعض متغيرات وخصائص سوق الأرز المصري

١٢٤	٢٠٢٠٥ سوق الذرة الشامية
١٢٤	١٠٢٠٢٠٥ العرض
١٢٤	٢٠٢٠٢٠٥ الطلب
١٢٤	٣٠٢٠٢٠٥ المسالك التسويقية
١٢٨	٤٠٢٠٢٠٥ الواردات المصرية من الذرة الشامية
١٣٣	المراجع
١٣٥	٣٠٥ سوق الخضر والفاكهة
١٣٥	١٠٣٠٥ التكوين والأداء والإنجاز السوقي لسوق العبور
١٣٦	١٠١٠٣٠٥ التكوين السوقي لسوق العبور
١٣٧	٢٠١٠٣٠٥ الأداء السوقي لسوق العبور
١٣٧	٣٠١٠٣٠٥ الإنجاز السوقي لسوق العبور
١٣٨	٢٠٣٠٥ التكوين والأداء والإنجاز السوقي للشلايش
١٣٨	١٠٢٠٣٠٥ التكوين السوقي للشلايش
١٣٨	٢٠٢٠٣٠٥ الأداء السوقي للشلايش
١٣٩	٣٠٢٠٣٠٥ الإنجاز السوقي للشلايش
١٤٠	٣٠٣٠٥ الأداء الإنتاجي والتسويقي والاستهلاكي لمحاصيل الخضر (البطاطس)
١٤٠	١٠٣٠٣٠٥ اقتصاديات إنتاج البطاطس
١٤١	٢٠٣٠٣٠٥ تسويق البطاطس
١٤٣	٣٠٣٠٣٠٥ استهلاك البطاطس
١٤٥	٤٠٣٠٥ الأداء الإنتاجي والتسويقي والاستهلاكي لمحاصيل الفاكهة (البرتقال)
١٤٥	١٠٤٠٣٠٥ اقتصاديات إنتاج البرتقال
١٤٧	٢٠٤٠٣٠٥ تسويق البرتقال
١٤٨	٣٠٤٠٣٠٥ استهلاك البرتقال
١٤٩	٥٠٣٠٥ أهم التوصيات الخاصة بسوق الخضر و الفاكهة
١٥١	المراجع
١٥٣	٤٠٥ سوق اللحوم
١٥٣	١٠٤٠٥ حجم سوق اللحوم الحمراء في مصر

١٥٦	٢٠٤٠٥ حجم سوق اللحوم البيضاء في مصر
١٥٨	٣٠٤٠٥ هيكل سوق اللحوم في مصر
١٥٩	١٠٣٠٤٠٥ تاجر الجملة
١٥٩	٢٠٣٠٤٠٥ تاجر التجزئة (الجزار)
١٥٩	٣٠٣٠٤٠٥ المجزر أو السلخانة
١٦٠	٤٠٣٠٤٠٥ المستهلك
١٦٠	٤٠٤٠٥ القنوات التسويقية للحوم الحمراء في مصر
١٦٣	٥٠٤٠٥ القنوات التسويقية للحوم البيضاء في مصر
١٦٣	٦٠٤٠٥ التكاليف التسويقية
١٦٥	٧٠٤٠٥ الطلب على اللحوم في مصر
١٦٥	٨٠٤٠٥ استهلاك اللحوم في مصر
١٦٩	٩٠٤٠٥ أسعار اللحوم في مصر
١٧٣	المراجع
١٧٥	٥٠٥ سوق الألبان
١٧٥	١٠٥٠٥ إنتاج الألبان في مصر
١٧٧	٢٠٥٠٥ واردات الألبان
١٧٧	٣٠٥٠٥ الاستهلاك المحلي من الألبان
١٧٨	٤٠٥٠٥ تسويق الألبان
١٧٩	٥٠٥٠٥ تصنيع الألبان
١٨٢	٦٠٥٠٥ العقبات التي تواجه صناعة الألبان في جمهورية مصر العربية
١٨٣	٧٠٥٠٥ رفع كفاءة تسويق منتجات الألبان
١٨٥	المراجع
١٨٦	الملخص

٢٠٣ الدراسة السادسة: سوق حديد التسليح والاسمنت في مصر

٢٠٧	١٠٦ سوق حديد التسليح في مصر
٢٠٧	١٠١٠٦ تطور صناعة الحديد في مصر

٢٠٨	٢٠١٠٦ أهمية حديد التسليح
٢١٠	٣٠١٠٦ مراحل تصنيع حديد التسليح وتكلفتها الاستثمارية
٢١٢	٤٠١٠٦ نبذة عن إنتاج البليت في مصر والتطور في أسعاره العالمية
٢١٥	٥٠١٠٦ صناعة حديد التسليح والتركز السوقي في مصر
٢٢٠	٦٠١٠٦ صعود الأسعار وتفجير قضية الاحتكار في صناعة حديد التسليح في مصر
٢٢٤	٧٠١٠٦ مقارنة أسعار حديد التسليح العالمية مع الأسعار في السوق المصري
٢٢٨	٨٠١٠٦ رسوم الإغراق وصناعة حديد التسليح
٢٣٤	٩٠١٠٦ إجراء تقديرات لبعض متغيرات سوق حديد التسليح بمصر
٢٣٧	١٠٠١٠٦ نظرة مستقبلية على صناعة حديد التسليح
٢٣٩	أهم النتائج و التوصيات
٢٤٣	المراجع
٢٤٥	الملاحق
٢٥٧	٢٠٦ سوق الاسمنت
٢٥٨	١٠٢٠٦ طبيعة الصناعة ومكوناتها و هيكلها التنظيمي وأهم مشاكلها
٢٥٨	١٠١٠٢٠٦ أنواع الأسمنت في مصر.
٢٥٨	٢٠١٠٢٠٦ مواد وطرق التصنيع ومراحل إنتاج الاسمنت في مصر .
٢٦٠	٣٠١٠٢٠٦ مراحل إنتاج الاسمنت في مصر
٢٦١	٤٠١٠٢٠٦ الملوثات الناتجة من مراحل إنتاج الاسمنت في مصر.
٢٦٢	٥٠١٠٢٠٦ المتغيرات البيئية الخارجية المؤثرة على سياسات تسويق الاسمنت في مصر
٢٦٣	٦٠١٠٢٠٦ هيكل الشركات المنتجة للأسمنت في مصر في القطاعين العام و الخاص
٢٦٦	٧٠١٠٢٠٦ توزيع الإنتاج الفعلي من الاسمنت عام ٢٠٠٣
٢٦٧	٨٠١٠٢٠٦ أهم المشاكل التي تواجه صناعة الاسمنت في مصر
٢٥٨	٩٠١٠٢٠٦ تأثير سياسة الحرق والإغراق على العرض والطلب للأسمنت في مصر.
٢٦٩	١٠٠١٠٢٠٦ تطور الأسعار المحلية والعالمية للأسمنت من ١٩٩٧ حتى ٢٠٠٥.
٢٧٠	٢٠٢٠٦ قياس الوضع الحالي لسوق الاسمنت في مصر
٢٧٠	١٠٢٠٢٠٦ تطور الكميات المنتجة محلياً من الاسمنت
٢٧١	٢٠٢٠٢٠٦ الطاقة غير المستغلة لإنتاج الاسمنت في مصر.
٢٧٢	٣٠٢٠٢٠٦ تطور فجوة الطلب للأسمنت في مصر من ١٩٩٧/٩٦ الى ٢٠٠٣/٢٠٠٢
٢٧٣	٤٠٢٠٢٠٦ تطور الصادرات والواردات لصناعة الاسمنت في مصر

٢٧٤	٥٠٢٠٢٠٦ دور القدرة التنافسية للأسمنت في تنمية الصادرات المصرية
٢٧٤	٦٠٢٠٢٠٦ التغيرات الحديثة في سوق الاسمنت في مصر
٢٧٥	٧٠٢٠٢٠٦ دور حوكمة الشركات في حماية حقوق الاقلية
٢٧٥	٣٠٢٠٦ التنبؤات المستقبلية لصناعة الاسمنت في مصر
٢٧٦	١٠٣٠٢٠٦ تطور الكميات المنتجة محلياً من الاسمنت من ٢٠٠٤ إلى ٢٠١٥.
٢٧٧	٢٠٣٠٢٠٦ تطور الفائض القابل للتصدير في مصر من ٢٠٠٣ إلى ٢٠١٥ .
	٣٠٣٠٢٠٦ تطور نسبة الفائض القابل للتصدير إلى إنتاج الأسمنت في مصر
٢٧٨	من ٢٠٠٤ إلى ٢٠١٥.
٢٨١	أهم النتائج و التوصيات
٢٨٥	المراجع
٢٨٧	الملخص

٤- سوق الادوية

فريق الدراسة

من أعضاء المعهد

- ١- د. عزة عمر حسن الفنندري منسقاً
- ٢- أ.د. لطف الله إمام صالح
- ٣- د. عزة يحيى
- ٤- الأتيسة سحر محمد عبود
- ٥- الأتيسة أمل زكريا
- ٦- السيدة فاطمة خميس

من خارج المعهد

- ٧- أ.د. راوية سعد الدين (وزارة الصحة)
- ٨- أ.د. جميلة موسى (مركز معلومات الدواء الطبي العربي)

٤ - سوق الأدوية

مقدمة

تمثل الرعاية الصحية أحد أهم عناصر التنمية الاجتماعية والتي تمثل بدورها أحد ركائز التنمية الشاملة . فالدولة تضع في صدر أولوياتها الرعاية الصحية، وهي أحد الحقوق الأساسية للإنسان، والتي يمثل الدواء أحد أهم عناصرها، بل ويعتبر حجر الزاوية لضمان تحقيق أهداف التنمية الاجتماعية .

إن قطاع الدواء من القطاعات الإستراتيجية اقتصادياً واجتماعياً لما له من تأثير فعال على صحة الفرد والمجتمع واقتصاديات العلاج والتكلفة، أيضاً فإن صناعة الدواء من الصناعات الهامة ذات البعد الاستراتيجي وذلك لارتباطها بحياة الإنسان .

لذلك فإن الدستور المصري ينص على التزام الدولة بتوفير الرعاية الصحية لجميع المواطنين وإشباع احتياجاتهم الصحية وذلك من خلال الخدمات التي تقدمها وتتيحها وزارة الصحة والسكان والهيئات والمؤسسات الصحية والطبية التابعة لها .

والدواء من السلع ذات الطبيعة الخاصة التي ليس لمستهلكها "المريض" حرية اختيارها . فكل من الطبيب والصيدلي يتقاسمان المسؤولية باعتبار أن الطبيب واصفاً للدواء والصيدلي مقدماً وموزعاً وبائعاً له . ومن ثم فإن المستهلك في سوق الدواء يدفع ثمن سلعة لا يشارك في اختيارها، ومن هنا، وخلافاً لأي سلعة أخرى، لا يكون المستهلك هدف لأي حملة إعلامية تسويقية فيما عدا سلع مجاورة للأدوية بالصيدليات كأدوات التجميل أو الأدوية البسيطة التي تعود العامة على استخدامها بصرف النظر عن مستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية والثقافية .

أيضاً الدواء سلعة لها خصوصيتها قبل التصريح بتداولها، خلافاً لأي سلعة أخرى ، فأى صنف دوائي حتى يسمح بتداوله لابد أن يتم تسجيله أولاً بإجراءات طويلة ومعقدة يشارك في القيام بها العديد من المؤسسات العلمية والبحثية وب تخصصات علمية متنوعة من أطباء ، ومهندسين ، وصيادلة ، وكيميائيين ، وزراعيين ، وإداريين . الخ . وفى هذا تختلف سلعة الدواء عن كافة السلع الأخرى . ذلك كله لتأكيد معياري الجودة والأمان كشرط أساسي للتصريح بالسلعة (الدواء) للتداول في الأسواق .

ولاشك أن هناك اتجاهاً للتزايد المستمر والمتصاعد فى تكلفة إنتاج سلعة الدواء خاصة فى ظل المتغيرات العالمية من عولمة اقتصادية فرضت الالتزام بمقتضيات حماية حقوق الملكية الفكرية، خاصة فيما يتعلق ببراءات الاختراع والابتكار فى مجال صناعة وإنتاج الأدوية، والفترة الزمنية الطويلة لحمايتها، والحقوق المترتبة لأصحابها، والالتزامات المفروضة على ما يستخدم فيها من تقنيات، وما يحيطها من سرية وقيود فيما ينعكس على الإفصاح بشأنها، والقيود المفروضة على حقوق المنفعة، كل ذلك سوف يترتب عليه زيادة فى أسعار الأدوية لا يستطيع المستهلك - فى الغالب - تحملها سيما وأنه

في حالة اضطرار لاستخدامها للعلاج من الأمراض المزمنة . ومن هنا فلا بد من تضمين وتلازم رفع أعباء ارتفاع تكلفة الدواء في السنوات المقبلة مع البرنامج المصري للإصلاح الصحي والذي تقوم بتنفيذه وزارة الصحة والسكان، وذلك لإعادة هيكلة نظام الخدمات الصحية في مصر ليقوم على أساس تقديم وتوفير الخدمات الصحية لجميع أفراد المجتمع بما يتناسب مع مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية، على أن تدرج تكلفة الخدمة، بما فيها الدواء، في مستويات الرعاية الصحية الأولية أو الثانية أو الثالثة .

ومصر من الدول التي تمتلك مقومات صناعة دوائية يمكن أن تتميز بالجودة والثقة، خاصة فيما يتعلق بالإمكانيات البشرية في المجالات الدوائية المختلفة مثل : الصيدلة ، والكيمياء ، والطب ، والزراعة، والهندسة . ونظراً لتلك المقومات استطاع الإنتاج المصري الدوائي أن يمتلك جزءاً من السوق العالمية بالدول العربية ، والأفريقية ، وشرق آسيا ، وشرق أوروبا ، وبعض دول أوروبا الغربية .

وبالرغم من امتلاك مصر لبنية أساسية يمكن أن تقوم عليها صناعة دوائية تحتل مكانة مؤثرة سواء على الساحة الإقليمية أو الدولية، إلا أن انطلاق تلك الصناعة يواجه تحديات متعددة الجوانب الاجتماعية والاقتصادية بالإضافة إلى خصوصية المجتمع المصري في هذا الشأن، وأيضاً هناك المتغيرات والمستجدات الدولية، فيما يتعلق بتطبيق إتفاقيات " ألجات " وخاصة اتفاقية حقوق الملكية الفكرية " التريبيس " المنبثقة عنها، وذلك في يناير ٢٠٠٥ .

وبناء على ذلك فإن التعرف على سوق الدواء في مصر وإلقاء الضوء على أهم المتغيرات المحلية والإقليمية والعالمية المؤثرة فيه يعد أمراً ضرورياً وهاماً للوقاية ثم مواجهة الآثار السلبية لتلك المتغيرات ومحاولة التصدي لها ، وذلك حتى تستطيع الدولة أن تفي بالتزامها نحو توفير الرعاية الصحية لجميع المواطنين .

ومن هذا المنطلق فإن الدراسة تهدف إلى :

- التعرف على واقع صناعة الدواء وأهم السياسات المرتبطة بالدواء .
- تحليل أهم المشكلات والتحديات المؤثرة في سوق الدواء .

ولتحقيق أهداف الدراسة سوف يتم تناول واستعراض وتحليل خصائص سوق الدواء في ثلاث فصول على النحو التالي :

١٠٤ حول قطاع الدواء

يتناول هذا الفصل بعض ما يحيط بالدواء من مفاهيم عن خصوصيته ومراحل تصنيعه، والسياسات الدوائية وإستراتيجية صناعة ومنظومة الدواء ثم أهميته كسلعة استهلاكية .

٢٠٤ واقع سوق الدواء

يتناول هذا الفصل بعض أوضاع سوق الدواء في مصر والوطن العربي . حيث يلقي الضوء على أوضاع سوق الدواء في مصر من خلال استعراض مراحل تطور قطاع الدواء وواقع سوق الدواء ثم استعراض بعض الملامح لشركات دواء القطاع العام .

ثم يتم بعد ذلك تناول أوضاع سوق الدواء العربي من خلال استعراض لبعض مؤشرات سوق الدواء العربي ، ثم إلقاء الضوء على صناعة الدواء العربي من خلال استعراض أهم مصادر قوتها وضعفها والتحديات التي تواجهها ، ثم متطلبات وآليات تدعيم صناعة الدواء العربي . ثم ينتهي هذا الفصل بإلقاء الضوء على أوضاع سوق الدواء العالمي من خلال رصد لبعض المتغيرات العالمية في سوق الدواء ثم استعراض لبعض مؤشرات سوق الدواء العالمي .

٣٠٤ بعض العوامل المؤثرة في سوق الدواء

يتناول هذا الفصل بعض أهم العوامل التي تؤثر في سوق الدواء مثل التكنولوجيا والبحث العلمي ، وأثر اتفاقية حقوق الملكية الفكرية ، وتسعير الدواء ، وترشيد استهلاكه ، بالإضافة إلى استعراض لبعض المتغيرات والمستجدات العالمية على سوق المنتجات الدوائية مثل التكامل والاندماج والتحالفات الإستراتيجية بين شركات الدواء .

سوق الادوية

١٠٤ حول قطاع الدواء

١٠١٠٤ خصوصية صناعة الدواء

للدواء ثلاث خصوصيات رئيسية تغلفه بإطار إنساني ونوضحها فيما يلي ^(١) :

- الخصوصية الأولى : أن الدواء سلعة لا يمكن أن يستغني عنها من يحتاجها .
 - الخصوصية الثانية : أن الدواء سلعة توجد على الدوام منذ عرفها الإنسان ولم تتوقف الحاجة إليها أبداً ، وهو متطور باستمرار للحصول على علاج ونتيجة أفضل ، وكذلك لتحقيق المجابهة العلاجية لمستجدات مرضية .
 - الخصوصية الثالثة : أن الابتكار الدوائي يعتمد على البحث العلمي العميق المتواصل ، وهو الأمر الذي جعل لبراءات الاختراع في المجالات الدوائية قيمة كبيرة .
- أيضاً فإن خصوصية صناعة الدواء تكمن في أنه سلعة تختلف عن أي سلعة أخرى من حيث أهميتها لصحة و حياة الإنسان . فطبقاً للقوانين المصرية والدولية لابد وأن يمر أي مستحضر صيدلي بمراحل عديدة قبل أن يسجل ويصرح بتداوله، ويعرض على لجان طبية فنية لاختبار مدى فاعليته وأمانه كما يتم تحليله والتأكد من تركيبته ومطابقته لدستور الأدوية المصري وأيضاً الدساتير الأجنبية المعتمدة مثل الدستور البريطاني، والأمريكي ، والألماني ، والفرنسي .
- وتعتبر صناعة الدواء أحد أهم الصناعات التي تركز على استخدام التقنيات عالية المستوى والتي يضح فيها حجم كبير من الأموال، لذلك فصناعة الدواء لها خصائص عديدة حيث إنها ^(٢):

- صناعة إستراتيجية لها تأثير سياسي واقتصادي واجتماعي .
- صناعة لابد أن تتحكم فيها الحكومة وتقوم بحمايتها وتطويرها وتحدد أسعارها وإستيرادها وتصديرها .
- التطور فيها سريع حيث يعتمد على تكنولوجيا عالية .
- الجانب البحثي فيها أساسي والعمود الفقري لتطورها .

(١) محمد عوض تاج الدين ، محمد رؤوف حامد ، السياسات الدوائية في مصر، الاوضاع ، الاشكاليات - المستقبلات ، مركز دراسات

واستشارات الإدارة العامة - منتدى السياسات العامة - كلية الاقتصاد والعلوم السياسية - جامعة القاهرة ، ص ١٣ ، إبريل ٢٠٠٣ .

(٢) المجالس القومية المتخصصة إفاقية الجوانب التجارية المرتبطة بحقوق الملكية الفكرية ومستقبل صناعة الدواء في مصر ، الدورة السابعة

عشرة ، ص ١٦٣ ، ١٩٩٧/٩٦ .

- هذه الصناعة تتجه سريعاً نحو العالمية والتكتلات والاندماجات .
- هذه الصناعة يعمل بها نسبة عالية من العمالة الماهرة والفنية .
- هذه الصناعة تتطور أكثر إذا اعتمدت على توزيع النشاط وعدم التركيز فقط على البلد الأم .
- هذه الصناعة تحتكرها الدول المتقدمة ونصيب الدول النامية فيها بسيط، ولكن المجال مفتوح لإنشاء شركات أدوية متوسطة الحجم تتناسب مع إمكانيات تلك الدول .

٢٠١٠٤ مراحل صناعة الدواء

تمر صناعة الدواء بثلاث مراحل أساسية على النحو التالي (١) :

المرحلة الأولى : البحث والتطوير

وهي تنقسم بدورها إلى ثلاث خطوات فرعية، الأولى تخصص للبحوث الأساسية، والخطوة الثانية للبحوث التطبيقية، والخطوة الأخيرة للتطوير التجريبي . وتتكلف الخطوتان الأولى والثانية حوالي ٨٥% من إجمالي تكلفة الدواء . ودور الدول النامية في هذه المرحلة محدود للغاية .

المرحلة الثانية : تصنيع الأدوية

مرحلة تصنيع ما تم التوصل إليه من خلال أنشطة المرحلة الأولى ، وهي بدورها تنقسم إلى خطوتين : الخطوة الأولى لتصنيع المواد الدوائية من مصادر طبيعية أو تخليقية . الخطوة الثانية يتم فيها التشكيل الدوائي بأشكاله المختلفة (شراب ، أقراص ، كبسولات ، حقن . . . الخ)، وتحتاج هذه المرحلة إلى توافر الأدوات والآلات والأجهزة اللازمة لإنتاج وإعداد المواد والتركيبات . ويمكن للدول النامية أن يكون لها دور في هذه المرحلة .

المرحلة الثالثة : ما بعد التصنيع

يسبق طرح الدواء للتداول في الأسواق إجراء التجارب عليه لبيان درجات السمية به والآثار الجانبية المحتملة بالإضافة إلى رقبته عند توزيعه واستهلاكه، فالدواء منتج يجب استمرار مراقبة ومتابعة آثاره حتى بعد طرحه للتداول بعدة سنوات .

وينبغي أن نذكر أن طرح الدواء الآمن والفعال في الأسواق يستغرق في المتوسط حوالي ١٠ سنوات ويتكلف إنفاق ما يقرب من ٤٠-٢٥ مليون دولار . ولكن هذه الأرقام لا تعكس التكلفة الفعلية للدواء حيث تتضمن تكلفة الحملات الإعلانية وتكلفة العبوات وغير ذلك ما لا يدخل في صميم صناعة الدواء نفسه .

(١) معهد التخطيط القومي مصر . تقرير التنمية البشرية ٢٠٠٠/٢٠٠١ ، ص ص ٨٩-٩٠ .

السياسة الدوائية^(١) أحد أهم العناصر الأساسية للسياسة الصحية وتهدف إلى ضمان المساواة في إتاحة الدواء الآمن والفعال لمن يحتاجه بالسعر المناسب وفي الوقت المناسب، وهي ضمان لجودة الدواء واستخدامه استخداماً سليماً . وضمان تحقيق ذلك يتوقف على مستوى التنمية الاقتصادية والقيم الاجتماعية والمعتقدات الثقافية السائدة ودعم القيادة السياسية . وترتكز^(٢) السياسة الدوائية على قاعدة من المعلومات والبيانات للموارد الصحية، والنظم الصحية القائمة، والخريطة المرضية للمجتمع، وتتكون من عدة عناصر أساسية منها :

- التشريعات واللوائح التي تحكم وتنظم الصناعة والتسجيل والرقابة والاستيراد والتصدير والتداول والتسعير .
- تسجيل الأدوية والترخيص بالتداول .
- اختيار الأدوية وتحديد عدد الأدوية المتداولة، وتعتبر " قائمة الأدوية الأساسية " التي اقترحتها منظمة الصحة العالمية عام ١٩٧٥ وصدرت بها طبقات متوالية أساساً لهذا التحديد، مع الأخذ في الاعتبار اقتراحات اللجان الفنية للأدوية في التخصصات المختلفة .
- الصناعة المحلية للأدوية .
- التسعير وهي مسؤولية الدولة، حيث يؤثر سعر الدواء في نفقات العلاج .
- تأكيد دور الدولة في وضع وتنفيذ السياسة الدوائية فدورها حيوي وأساسي في وضع ومراقبة تنفيذ وتطوير السياسة الدوائية .
- دور الأطباء والصيادلة في مجال الدواء، حيث الطبيب هو واصف الدواء والصيدلي هو البائع والموزع .
- دور الجامعات ومراكز البحوث التي تقوم بعمل الدراسات والأبحاث الخاصة بمجال الدواء، وضرورة الربط فيما بينها وبين متطلبات واحتياجات الصناعة الدوائية .
- التنبؤ والتوقع المستقبلي، حيث يتسم مجال الدواء بالتغيرات السريعة والعديدة في سوق الدواء .
- إن نجاح السياسات الدوائية يعتمد على التعاون بين مختلف الجهات سواء كانت فردية، أو حكومية، أو دولية، أو منظمات محلية ودولية . وهنا يجب التأكيد على أهمية دور الحكومة في توجيه وضبط ممارسات صناعة الدواء فمثلاً :
- التأكيد على أهمية التكنولوجيا الجديدة في صناعة الدواء خاصة التكنولوجيا الحيوية وتشجيع العمل البحثي والصناعي في هذا المجال .

(١) أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا ، مجلس البحوث الطبية - شعبة بحوث الدواء ، دراسة حالة قطاع الصناعات

الدوائية في التسعينات ن ص ٥٩-٦٠ ، ١٩٩٤

(٢) محمد رؤوف حامد ، مستقبل صناعة الدواء في مصر والمنطقة العربية، كراسات مستقبلية، المكتبة الأكاديمية، ص ٢٧، ص ٤٣، ١٩٩٧ .

- تحفيز الصناعة الدوائية على تمويل وتوسيع أنشطة البحوث والتطوير في الدواء .
- تهيئة الظروف المناسبة بتشجيع وتحفيز شركات الدواء المحلية ومراكز البحوث المحلية على الدخول في تحالفات أو اندماجات تحقق التعاون فيما بينها في مجالات التصنيع والبحث والتطوير وأيضاً الدخول في التحالفات والاندماجات العالمية .
- التأكيد على أهمية دور الحكومة لتنمية صناعة الدواء وتطوير مواصفاتها بما يتناسب مع المواصفات العالمية .
- التأكيد على البعد الاجتماعي عند تسعير الدواء .
- التأكيد على ضوابط وإجراءات تجريب الأدوية على الإنسان ومتابعة الآثار الطبية - خاصة السلبية - بعد تسويق الدواء .
- التأكيد على أخلاقيات غير مشبوهة في ترويج الأدوية .
- التأكيد على استمرار المتابعة والرقابة على جودة الدواء .

وبالرغم من امتلاك مصر لبنية أساسية ^(١) يمكن أن تقوم عليها صناعة دوائية تحتل مكانة مؤثرة سواء على الساحة الإقليمية أو الدولية إلا أن عدم وضوح أو غياب سياسات دوائية وطنية واضحة على مر السنين أدى إلى أن تحتل مصر مكانة لا تتناسب مع جذور صناعة الدواء التي تمتد لحوالي ٧٠ سنة وهذا ما أشار إليه تقرير لمنظمة الصحة العالمية لوصف الأوضاع الدوائية في بلدان العالم من خلال إحدى عشر مؤشراً (المعايير والجودة) تتعلق بالتشريع والإنتاج والأدوية الأساسية والمعلوماتية والرقابة والتوزيع والتنمية البشرية، والترشيد الدوائي ٠٠٠ الخ .

وعلى ذلك ، فإنه لرسم سياسة دوائية وطنية يجب أن يوضع في الاعتبار :

- التعرف على عوامل ضعف كل من السياسة الدوائية الوطنية وأوضاع الصناعة الدوائية الوطنية .
- التعرف على الاحتياجات المطلوبة للتطوير الدوائي الوطني .
- التفاعل الإيجابي مع ظروف البيئة الدوائية وذلك من منظورين :
- الأول : اكتشاف واستشراف التحديات الواقعة أو المستقبلية سواء على المستوى الوطني أو الإقليمي عن البيئة الدوائية ، ورسم سيناريوهات (متوسطة وطويلة المدى) للتعامل مع تلك التحديات .
- الثاني : التنبؤ مبكراً من خلال الدراسات والأبحاث بالتغيرات في الرؤى والمفاهيم التي تساهم في إحداث التقدم الدوائي الوطني مثل :
- تزايد الاتجاه العالمي لاعتبار اتفاقية حقوق الملكية الفكرية بأوضاعها الراهنة عرقلة للتنمية الصحية في البلدان النامية .

(١) محمد عوض تاج الدين ، محمد رؤوف حامد ، مرجع سبق ذكره ، ص ١٨ ، ٢٦

• ظهور دراسات وتحليلات تؤكد على أنه يمكن للشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم أن تنمى جهودها وتزيد من قدراتها النسبية مثل الشركات الكبيرة وذلك باتباع أدوات وتوجهات اقتصادية وإدارية حديثة .

- ضرورة التعامل بوضوح وشفافية في العلاقات القائمة بين السياسة الدوائية الوطنية وبين الصناعة الدوائية الوطنية .
- ضرورة أن تصاغ السياسة الوطنية للدواء بمنهج علمي اعتماداً على البيانات والمعلومات ، وتتضمن تقييم الأداء والتعرف على أسباب النجاح وتدعيمه وأسباب الفشل وعلاجه ، واقتراح سياسات وإستراتيجيات محددة وواضحة للتطوير والتقدم .
- التأكيد على أهمية دعم القيادة السياسية ومساندتها للسياسة الدوائية الوطنية .
- ضرورة إصدار التشريعات الوطنية التي تكفل إطاراً لتنفيذ السياسة الدوائية الوطنية .

السياسة الدوائية القومية فى مصر

وفى هذا الصدد نشير إلى أن أول سياسة دوائية قومية وضعت عام ١٩٦٢ وتزامن ذلك مع إنشاء المؤسسة العامة للأدوية والكيماويات والمستلزمات الطبية فى نفس العام . وتضمنت هذه السياسة الاستراتيجية وخطوات توفير الدواء اللازم للمواطنين وقاية وعلاجاً . ومن أهم أهداف تلك السياسة ^(١):

- النهوض بالصناعة الدوائية الوطنية وتطويرها .
- التوسع فى عقد اتفاقات تصنيع مع كبرى الشركات العالمية التي يتم تداول أصنافها محلياً .
- إنتاج بعض الخامات الدوائية الأساسية والوسيلة محلياً (إنشاء شركة النصر للخامات الدوائية) .
- التوسع فى صناعة مستلزمات التعبئة والتغليف وتطويرها لمواجهة الزيادة فى الطلب على الدواء (إنشاء شركة العبوات الدوائية) .
- تنظيم عملية استيراد الخامات الدوائية ومستلزمات التعبئة والتغليف ومستلزمات تجهيز المستشفيات (إنشاء شركة الجمهورية للأدوية والكيماويات والمستلزمات الطبية) .
- السيطرة على عمليات استيراد وتوزيع الأدوية المحلية والأجنبية وتنظيمها (إنشاء الشركة المصرية لتجارة وتوزيع الأدوية) .
- ضمان جودة الأدوية المستوردة والمحلية ومطابقتها للمواصفات العالمية (إنشاء هيئة الرقابة والبحوث الدوائية) .
- إنشاء نظام إحصائي دقيق لحصر كل أنواع الأنشطة فى قطاع الدواء .
- الاهتمام بتصدير الدواء إلى الدول العربية وغيرها .

(١) المجالس القومية المتخصصة ، نحو تفعيل السياسة الدوائية القومية، تقرير المجلس القومى للخدمات والتنمية الإجتماعية، الدورة الرابعة والعشرون ص ص ٦٥-٦٨ ، ٢٠٠٣/٢٠٠٤ .

- الإسهام في تدريب العاملين في قطاعات الدواء بالدول العربية .
- الاهتمام بترشيد استهلاك الدواء للحد من مخاطر سوء استعماله .
- الاهتمام بتنظيم عمليات الترويج للدعاية لأعضاء المهن الطبية .
- تحديث أنظمة تسجيل الأدوية وتسعيرها والرقابة على الصيدليات .
- توفير الأدوية اللازمة لوزارة الصحة والسكان والجهات الحكومية بأسعار منخفضة .
- إقامة صناعات دوائية أجنبية كفروع للشركات العالمية الشهيرة في هذا المجال .
- الاهتمام بإنتاج الأدوية البيطرية اللازمة للوقاية والعلاج للثروة الحيوانية .

لم يحدث تطور جوهري في أهداف السياسة الدوائية منذ إصدارها عام ١٩٦٢ ولكن حدث تغيير وتطور جوهري في أسلوب تنفيذ السياسة الدوائية لمواكبة المتغيرات العالمية الاقتصادية والاجتماعية في مجالات الإنتاج ، والرقابة على جودة الدواء ، والتوزيع . فالشركات الوطنية التي أنشئت ظلت تحمل نفس أسمائها (كقطاع عام) ولكن تم تحديثها وتطويرها وتوسيعها لمواجهة متطلبات الزيادة في الطلب على الدواء ومسايرة التطورات العالمية . كما تم إفساح المجال للقطاع الخاص والاستثمار بالمشاركة في إقامة صناعة دوائية مصرية . وفى هذا السياق تم أيضاً تحديث طرق الرقابة الدوائية فتم تحديث الهيئة القومية للبحوث والرقابة الدوائية التي تعتبر الآن مرجعاً عالمياً وهى تقوم بفحص الدواء المحلى والمستورد للتأكد على توفير الدواء الآمن والفعال . وابتداء من منتصف الثمانينات بدأ القطاع الخاص والاستثماري يلعب دوره في الصناعة الدوائية وأنشأت مصانع دوائية خاصة حديثة ومتطورة ومواكبة لتكنولوجيات العصر وزاد حجم الإنتاج الدوائي نتيجة لذلك .

ونتيجة لتنفيذ السياسة الدوائية استطاعت الدولة أن تحقق بعض أهدافها فى هذا المجال فمثلاً :

- تم إنتاج أصناف دوائية أو بدائل دوائية محلياً بدلاً من الاستيراد .
- مراعاة البعد الاجتماعي بتثبيت أسعار منخفضة لعديد من الأدوية لفترة وصلت إلى حوالي عشرين عاماً .
- تم الاكتفاء الذاتي من الدواء المحلى خاصة أثناء فترات الحروب أو انتشار الأوبئة .
- تم تدريب أعداد كبيرة من الفنيين في مجالات صناعة الدواء أسهمت في خلق قاعدة من الكوادر البشرية استطاع أن يقوم عليها ويستغلها القطاع الخاص في مصر وبعض الدول العربية .

بالرغم من الإيجابيات السابق ذكرها إلا أن صناعة الدواء لم تتطور في مجال صناعات المواد الخام الدوائية والوسيلة ولم تواكب التطور التكنولوجي لهذا المجال ولم تهتم بالبحوث بالقدر المناسب للتطورات العالمية .

٤٠١٠٤ إستراتيجيات الصناعة الدوائية المصرية

تركز إستراتيجيات صناعة الدواء المصري على (١) (٢) :

- تطبيق نظام متسلسل وفعال لتسجيل المستحضرات الدوائية والترخيص للمصانع المنتجة والمخازن والموزعين والوكلاء .
- التأكيد على أهمية وتعزيز التفتيش الصيدلي بتعيين مفتشين مدربين من ذوى الخبرة من الصيدالة لتفتيش ومتابعة مصانع الأدوية للتأكد من مطابقتها للمواصفات القياسية للإنتاج .
- إقامة نظام لتقييم ورصد الآثار الجانبية للأدوية وآليات متابعتها واتخاذ القرارات والتعاون في هذا الشأن مع البلاد المتقدمة والمنظمات الدولية المعنية والاستفادة من خبراتهم .
- وضع اللوائح والنظم الخاصة بالاستثمارات الأجنبية في مجال صناعة الدواء بما يتيح نقل التكنولوجيا للصناعة الوطنية ومنع الإحتكار .
- الاهتمام بتنمية القدرات الوطنية في مجالات البحوث والتطوير واستخدام التكنولوجيا الحديثة .
- الاهتمام باستغلال الموارد الطبيعية التي تدخل في صناعة الدواء (النباتات والحيوانات والمعادن) خاصة في مجال البتروكيماويات .
- تشجيع وتدعيم الصناعة الوطنية لإنتاج المستحضرات الدوائية والخام ومواد التعبئة واللقاحات والمستحضرات الحيوية، مع وضع خطط ومشروعات لتطوير وتحديث خطوط الإنتاج .
- تحديث التشريعات واللوائح الدوائية لتتلاءم مع المتغيرات العالمية الحديثة في جميع مجالات صناعة الدواء .
- تشجيع التصنيع المحلى للمستحضرات الدوائية بترخيص من الشركة الأم بدلاً من الاستيراد .
- تعدد مصادر استيراد المادة الخام لضمان عدم الاحتكار وأيضاً للحصول على أرخص الأسعار .
- الاستعانة بالخبراء في مجالات تصنيع الدواء والتعاون مع الخبراء في مجالات الاقتصاد والتكاليف لوضع معايير تسعير الدواء وفقاً لمتطلبات واحتياجات السوق المصرى .

٥٠١٠٤ منظومة الدواء في مصر (٣)

تتكون المنظومة الدوائية في مصر من العديد من الجهات، حكومية تتبع وزارة الصحة والسكان وجهات غير حكومية محلية وإقليمية ودولية . وهذه المنظومة تشكل القوة الفاعلة والمؤثرة في سوق الدواء

(١) جميلة موسى ، السياسة الدوائية ودعم التوجه نحو الإستثمار في مجال صناعة الدواء ، أوراق السياسات ، لجنة الصحة المنبثقة من الحزب الوطنى

الديمقراطى ، ص ١٦ ، ٢٠٠٢ .

(٢) أحمد صالح ، الدواء تحت الحصار الاقتصادى ، مجلة الاقتصادى ، العدد ١٨٢٣ ن ص ٢٧ ، ٢٠٠٣ .

(٣) محمد عوض تاج الدين ، محمد رؤوف حامد ، مرجع سبق ذكره ، ص ١٦-١٨ .

المصري . وسوف نشير سريعاً لتلك الجهات الحكومية والتي تتبع وزارة الصحة والسكان وذلك على النحو التالي :

١ - الإدارة المركزية لشئون الصيدلة

تقوم الإدارة المركزية لشئون الصيدلة بالعديد من المهام بهدف تنسيق الشئون الإدارية والفنية لشئون الدواء على المستوى الوطنى .

٢ - الهيئة القومية للرقابة والبحوث الدوائية

أنشئت عام ١٩٧٦ بعد دمج كل من معامل الرقابة الدوائية في وزارة الصحة ومركز الأبحاث والرقابة الدوائية . وهى هيئة تختص بالدراسات والأبحاث الدوائية بالإضافة إلى إجراء التحاليل والفحوصات فى كل ما هو متعلق بالصناعة الدوائية، أيضاً تقوم بالرقابة ومتابعة تداول المستحضرات والمواد الخام . كما تقوم بإعداد الدراسات والتقارير لتسعير الدواء وتقوم أيضاً بتدعيم الإعلام الدوائى .

٣ - مركز التخطيط والسياسات الدوائية

أنشئ هذا المركز في البداية باسم "لجنة الخدمات الدوائية" عام ١٩٩٢، ثم تم تغيير اسمه إلى "مركز التخطيط والسياسات الدوائية" ويتولى هذا المركز العديد من المهام مثل دعم البحوث الدوائية، وتسجيل الدواء، وأيضاً توفير الدواء واستكمال نواقصه . بالإضافة إلى هذه الجهات هناك أيضاً :

- غرفة صناعة الدواء باتحاد الصناعات المصرية .

- شعبة بحوث الدواء بمجلس البحوث الطبية بأكاديمية البحث العلمى .

- شعبة الدواء بمجلس الخدمات بالمجالس القومية المتخصصة .

- الهيئة العامة للتصنيع - إدارة المشروعات الدوائية .

كما أصدر رئيس مجلس الوزراء القرار رقم ١٢١٦ لسنة ٢٠٠٢ بإنشاء مجلس لتحديث وتطوير صناعة الدواء والمستلزمات الطبية ووضع السياسات والإستراتيجيات بخصوص صناعة الدواء، وإعداد التخطيط العادل للتسعير، والترويج للاستثمار في مجالى الخامات الدوائية والمستلزمات الطبية، وتنشيط الصادرات الدوائية المصرية، والعمل على توفير الأدوية والمستلزمات الطبية لمحدودي الدخل، ويمارس المجلس مهامه برئاسة وزير الصحة والسكان .

٦٠١٠٤ أهمية الدواء كسلعة استهلاكية

تتفرد الأدوية بأهمية تميزها عن باقي السلع ذلك لما لها من أبعاد اقتصادية تتأثر مباشرة بالأبعاد الاجتماعية أو النسق الاجتماعي السائد بالمجتمع . فالدواء تأثيره مباشر على صحة الفرد وبالتالي على إنتاجيته التي تؤثر في الناتج القومي، وأيضاً الدواء يؤثر مباشرة في اقتصاديات وتكلفة العلاج وبالتالي في اقتصاديات الخدمات الصحية . وعلى ذلك فإن أهمية الدواء ترجع إلى ما يلي^(١) :

- الدواء أحد الحقوق الأساسية للإنسان دون اعتبار للون والجنس والنوع والمستوى الاقتصادي أو الاجتماعي للفرد .
- أحد أهم السلع الإستراتيجية على مستوى العالم ويقع على الدولة عبء توفيرها .
- يساهم توفير الدواء مساهمة فعالة في تحقيق أهداف الخطط الصحية للمجتمع .
- يساهم الدواء مساهمة فعالة في زيادة الناتج القومي من خلال انخفاض نسبة الوفيات ومعدلات الإصابة بالأمراض والارتفاع بالمستوى الصحي بصفة عامة مما ينعكس على إنتاجية الفرد وبالتالي الناتج القومي .
- الدواء سلعة ليس لمستهلكها " المريض " حرية اختيارها حيث يقوم بهذه المهمة نيابة عنه الطبيب المعالج وأحياناً الصيدلي .

٧٠١٠٤ التحديات التي تواجه صناعة الدواء في مصر (٢)(٣)

- ارتفاع مستوى جودة المستحضرات الدوائية عالمياً نظراً لتطبيق متطلبات الجودة الشاملة في مجالات تطوير خطوط الإنتاج ونظم الرقابة ومواصفات التصنيع، وهذا يستتبعه ارتفاع في التكاليف التي تزيد من أسعار الدواء .
- عدم التنسيق والتعاون والتكامل بين شركات الأدوية على المستوى المحلي، وأيضاً العربي، استتبعه منافسة بين الشركات التي تنتج أصنافاً متماثلة وبأسعار مختلفة . فعلى الرغم من أن مصر هي الرائدة في المنطقة العربية لصناعة الدواء إلا أن هناك دولا عربية ازدهرت بها صناعة الدواء بأيدي الخبرة المصرية، وهذه الدول أصبحت تصدر إنتاجها للخارج بالإضافة إلى تغطية متطلبات أسواقها الداخلية التي كانت مفتوحة أمام الدواء المصري . كما أن الإنتاج العربي من الدواء أصبح له نصيب من سوق الدواء المصري نفسه أي أن الدواء المصري له منافسين في أسواق خارجية بالدول العربية كان يمتلكها تقريباً مما قلص من حجم التصدير وله منافسين في السوق الداخلي من تلك

(١) سيد محمد جاد الرب ، المنظمات الصحية والطبية - منهج متكامل في إطار المفاهيم الإدارية الحديثة ، دار النهضة العربية ، ١٩٩٧

، ص ص ٧١ - ٧٣

(٢) المجالس القومية المتخصصة، نحو تفعيل السياسة الدوائية القومية، مرجع سابق ص ص ٦٨-٧٣ .

(٣) جيله موسى ، السياسة الدوائية ودعم التوجه نحو الاستثمار في مجال صناعة الدواء ، مرجع سبق ذكره .

الدول ٠ ومن أبرز تلك الدول الأردن التي تقوم بتسجيل أدوية أردنية بالسوق المصري، والسعودية، وسوريا بها أكثر من خمسين مصنع دواء، والمغرب وتونس ٠

- يشهد سوق الدواء العالمي ظاهرة اندماج الشركات الكبرى للدواء لتكوين شركات عملاقة متعددة الجنسيات (قد تصل إلى ٤-٥ شركات فقط على مستوى العالم) وهذه الشركات سوف تتحكم وتسيطر على جميع حركة تداول الخامات والمستلزمات في سوق الدواء، وهذا وضع احتكاري سوف تعاني منه الدول كلها خاصة النامية ومنها مصر ٠

- تطبيق بنود اتفاقية حماية حقوق الملكية الفكرية بداية من أول يناير ٢٠٠٥ وبموجب هذه الاتفاقية سوف تلتزم الدول الموقعة عليها بفتح أسواقها للمنتجات الدوائية دون قيود جمركية ودون حماية لمنتجاتها الوطنية ذلك أن المنافسة سوف تكون في صالح الدواء المستورد ٠

- تحاول كثير من الشركات العملاقة المتعددة الجنسيات أن تشتري الشركات المصرية، وبالرغم من صعوبة ذلك بالنسبة لشركات قطاع الأعمال، إلا أن الأمر سوف يكون سهلاً جداً لشركات القطاع الخاص التي تمثل حوالي ٤٠% من صناعة الدواء ٠ معنى هذا أن السيطرة على سوق الدواء سوف تنتقل من السيطرة الوطنية إلى السيطرة الأجنبية ٠

- عدم الاهتمام بتنمية الإمكانيات البحثية للابتكار والتطوير وضعف الميزانيات المخصصة لذلك والقصور الشديد في نقل تكنولوجيا صناعة الدواء ليس فقط في مجال الإنتاج أو التحليل ولكن في مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتكنولوجيا التوزيع والإدارة، وأيضاً تكنولوجيا الهندسة الوراثية ٠

- تفرغ شركات قطاع الأعمال من الكفاءات والخبرات البشرية التي تكونت على مدار سنين طويلة واتجاههم نحو العمل في الشركات الخاصة والاستثمارية مما أحدث خللاً في الهياكل الإدارية والفنية لشركات قطاع الأعمال، بالإضافة إلى ضعف التمويل المتاح للإنفاق على تحديث تلك الشركات ٠

- عدم التوازن بين معدلات إنشاء شركات دواء جديدة تزيد من حجم الإنتاج الدوائي الذي يقابله زيادة غير مناسبة في حجم الاستهلاك مع تواضع فرص التصدير، مما نتج عنه وجود طاقات إنتاجية معطلة في كثير من الشركات، وهذا بالطبع يمثل عبءاً اقتصادياً يتحمله الاقتصاد القومي ٠

- تذبذب سعر صرف الدولار الأمريكي يؤثر بشكل مباشر في تكلفة المواد الخام ومستلزمات الإنتاج المستوردة، وبالتالي تؤثر على تكلفة المنتج النهائي ٠ بالإضافة إلى وجود ارتفاعات مستمرة في عناصر التكلفة مما يشكل أعباءً إضافية على الشركات المنتجة، خاصة وأن تحريك أسعار بعض المستحضرات لا يواكب تلك الزيادات ٠

- ارتفاع أسعار الطاقة والوقود ومواد التعبئة والتغليف وتكاليف النقل ٠

٢٠٤ واقع سوق الدواء

يعد سوق الدواء من أهم الأسواق على الإطلاق التي تؤثر في اقتصاديات العالم، وهى من أكثر الأسواق التي شهدت في الحقبة الأخيرة من القرن الماضي اقتحام عناصر جديدة غيرت من مفرداتها الصناعية والاقتصادية . ومن أهم تلك العناصر قيام التكتلات الاقتصادية، واستخدام تكنولوجيات وتقنيات عالية في مجال الصناعات الدوائية، وأيضاً ظهور شركات متعددة الجنسيات خاصة بصناعة وتسويق الدواء بالإضافة إلى تغير إدارة نظم البحوث والتطوير الدوائي، وأخيراً تطبيق إتفاقية التجارة العالمية وحقوق الملكية الفكرية التي وفرت الحماية القانونية لبراءات الاختراع لفترة قد تصل إلى عشرين عاماً وفتح الأسواق الوطنية دون حماية لمنتجات تلك الأسواق .

وبناءً على ما سبق فإنه سوف يتم استعراض بعض الجوانب لأوضاع سوق الدواء على المستوى المحلى المصرى، ثم على المستوى الإقليمي العربي، وأخيراً على المستوى العالمى، وضعاً في الاعتبار تشابك تلك المستويات وتأثرها ببعضها البعض وأنه من الصعب الفصل بينهم . ويتم هذا الاستعراض على النحو التالي :

١٠٢٠٤ - حول أوضاع سوق الدواء في مصر .

٢٠٢٠٤ - حول أوضاع سوق الدواء العربي .

٣٠٢٠٤ - حول أوضاع سوق الدواء العالمى .

١٠٢٠٤ حول أوضاع سوق الدواء في مصر

يتناول هذا الجزء من الدراسة - في البداية - مراحل تطور صناعة الدواء في مصر ، ثم تحليل لبعض المؤشرات التي ترسم ملامح سوق المنتجات الدوائية في مصر من خلال القطاعات المختلفة المنتجة للدواء (الخاص - العام - المشترك) ، ثم ينتهي هذا الجزء بإلقاء الضوء سريعاً على بعض الملامح لشركات القطاع العام الدوائية .

١٠١٠٢٠٤ مراحل تطور قطاع الدواء في مصر (١)(٢)

تكتسب صناعة الدواء أهميتها من أنها صناعة إستراتيجية ولا تقل في أهميتها عن صناعة الأسلحة والصناعات الثقيلة، فالدواء ضرورة من ضروريات الأمن القومي، وهى تساهم بدرجة كبيرة في إعداد أجيال قوية تتحمل أعباء التنمية .

(١) مركز بحوث التنمية التكنولوجية ، تداول الدواء في القرن الحادى والعشرين ، المؤتمر القومى الرابع للمركز بالإشتراك مع كلية الصيدلة -

جامعة حلوان ، ١٦-١٧ مايو ٢٠٠١ ، ص ٤٣-٤٥ .

(٢) أكاديمية البحث العلمى والتكنولوجيا ، مرجع سبق ذكره ، ص ١٥-١٨

يمكن رصد تطور قطاع الدواء في مصر خلال خمس مراحل تتصف كل مرحلة منها بتوجهات اقتصادية تأثرت بها صناعة الدواء على النحو التالي :

المرحلة الأولى : تمتد من عام ١٩٣٣ - عام ١٩٦١

في هذه المرحلة اقتصر دور الدولة على عملية الرقابة الفنية والتفتيش وتكون هيكل قطاع الدواء في ذلك الوقت من ثلاث شركات أساسية (مصر - ممفيس - سيد) وشركات أفراد وبعض المعامل الأهلية . وبلغ حجم إنتاج الدواء في عام ١٩٥٢ ما قيمته ٥٠٠ ألف جنيه مقابل استهلاك بلغ ٥ مليون جنيه، وبلغ متوسط نصيب الفرد من الدواء ٢٢ قرشاً . وفي عام ١٩٦١/٦٠ وصل حجم الإنتاج ما قيمته ٤,٣ مليون جنيه مقابل استهلاك بلغ ١٤,٢ مليون جنيه .

بدأت صناعة الدواء في مصر بإنشاء شركة "النصر للكيماويات الدوائية " تمهيداً لدخول الصناعة الدوائية ميدان صناعة الخامات الدوائية . ثم في عام ١٩٤٠/٣٩ أنشأ طلعت حرب من خلال بنك مصر شركة "مصر للمستحضرات الطبية " . وبدأ الاهتمام بصناعة الدواء يدخل بؤرة اهتمام الدولة بعد قيام ثورة يوليو ١٩٥٢، وبصفة خاصة بعد حرب ١٩٥٦ حيث كان النقص شديد في الحصول على العملات الصعبة لاستيراد الدواء وتلبية احتياجات السوق المحلية، لذلك استهدفت الدولة العمل على تحقيق الإكتفاء الذاتي من احتياجات السوق من الإنتاج المحلي لتوفير العملة الصعبة .

المرحلة الثانية : تمتد من عام ١٩٦٢ الى عام ١٩٧٥

تميزت هذه المرحلة بإحكام سيطرة الدولة على سوق الدواء حيث تم تأمين صناعة الدواء، وتزامن ذلك مع وضع أول خطة اقتصادية لمصر . وكان من أهم معالم هذه الفترة إنشاء المؤسسة المصرية العامة للأدوية التي كان لها السيطرة الشاملة وكافة الصلاحيات على صناعة الدواء استيراداً وتصديراً وإنتاجاً ورقابة وتسعيراً وتخطيطاً وتنمية وتدريباً للقيادات البشرية اللازمة، واستطاع الإنتاج في هذه المرحلة أن يغطي حوالي ٨٤% من احتياجات السوق بما يوازي ٧٤,٣ مليون جنيه، وبلغ إجمالي حجم الاستهلاك المحلي ٨٨,٤ مليون جنيه مصري ، وكان نصيب الفرد من الدواء ما يوازي ٢,٣٩ جنيه مصري .

المرحلة الثالثة : تمتد من عام ١٩٧٦ إلى عام ١٩٨٣

شهدت هذه الفترة انحسار نشاط قطاع الدواء نتيجة للانفتاح الاقتصادي الذي شهدته مصر في هذه الفترة وظهور النزعة إلى الاستيراد حتى في مجال الدواء .

وبدأت هذه المرحلة بقرار إلغاء المؤسسة المصرية العامة للأدوية عام ١٩٧٥ بهدف إتاحة مرونة للشركات التابعة لها لمواجهة ظروف الانفتاح الاقتصادي . وقد تزامن ذلك مع إنشاء مجلس أعلى للإشراف على قطاع الدواء والتخطيط له . وكان متوقعاً لتلك التغيرات أن تجذب الاستثمار في مجال الدواء، ونقل التكنولوجيا عالية المستوى بما يحقق تطور تلك الصناعة . ولكن على عكس المتوقع أصابت

تلك التغيرات صناعة الدواء المصري في الصميم، حيث تم ذلك بدون حماية لها من الأدوية المستوردة المنافسة والتي تم إغراق السوق بها حيث ارتفعت نسبة تغطية الدواء المستورد للاستهلاك المحلي لتصل إلى ٢٢,٥% مقابل ١٦% في الفترة السابقة . كما تم التصريح بإقامة مصنع أجنبي عام ١٩٧٤ بتمويل أجنبي كامل بالإضافة إلى المصانع ذات التمويل المشترك (ثلاثة مصانع) التي صرح بها في المرحلة الثانية .

المرحلة الرابعة : امتدت من عام ١٩٨٤ إلى عام ١٩٩١

تم في هذه المرحلة إنشاء هيئة القطاع العام للأدوية بهدف التنسيق والتعاون بين كافة الوحدات المكونة لقطاع الدواء . كما تم التصريح للشركات العالمية بالحصول على عقود تصنيع للدواء في المصانع المحلية، حيث وصل عدد الشركات إلى ١٧٧ شركة تنتج ١٩٣٠٠ منتجاً، وبلغ حجم الاستهلاك الدوائي في عام ١٩٩١/٩٠ حوالي ١٧٦٦,٦ مليون جنيه مصري ، يمثل فيها ٨٩,٩% إنتاج محلي وكان نصيب الفرد من الدواء حوالي ٣١,٨ جنيه مصري .

المرحلة الخامسة : امتدت من ١٩٩٢ حتى الآن

تحول الاقتصاد المصري في هذه المرحلة إلى اقتصاد القطاع الخاص ، وتحرير السوق ، وأصبح الإنتاج يتقاسمه القطاع العام مع قطاع الاستثمار المشترك والقطاع الخاص ، وتميزت هذه المرحلة بإنشاء الشركة القابضة للأدوية وإعطاء حرية أكبر للقطاع الخاص ، وأصدر قانون قطاع الأعمال العام ٢٠٣ لسنة ١٩٩١ ، وارتفعت أهمية إنتاج القطاع الخاص والمشارك ليمثل حوالي ثلثي جملة الإنتاج (مع الأخذ في الاعتبار الاحتمالات المتزايدة لتنامي هذا القطاع خاصة إذا بيعت بعض الشركات الخاسرة في قطاع الدواء العام في مصر) . ومثل إنتاج القطاع العام فعلياً حوالي ٥٠% من حجم السوق في أوائل التسعينات ، والقطاع المشترك حوالي ٢٠% ، والقطاع الخاص ٣٠% . وهذه المرحلة هي مرحلة إنطلاق للقطاع الخاص على حساب القطاع العام والمشارك .

وترتب على تغير سياسة ^(١) الاقتصاد المغلق المعتمد على القطاع العام فقط إلى سياسة الإنفتاح وإتاحة الفرصة للقطاع الخاص والاستثمار المشترك أن تغير هيكل قيمة الإنتاج الدوائي ، وظهر ذلك بوضوح في مؤشرات الفترة ١٩٩٦/٩٥ إلى ٢٠٠١/٢٠٠٠ حيث تزايد نصيب القطاع الخاص بينما ظل نصيب القطاع العام ثابتاً حيث بلغت قيمة الإنتاج الدوائي عام ١٩٩٦/٩٥ نحو مليار جنيه للقطاع العام وظل المعدل يتزايد ببطء حتى ٢٠٠١/٢٠٠٠ فوصلت قيمة الإنتاج إلى ١,٩ مليار جنيه ، في حين تزايدت قيمة إنتاج القطاع الخاص بمعدلات سريعة ففي عام ١٩٩٧/٩٦ كانت قيمة الإنتاج ١,٦ مليار جنيه وظلت تتزايد وتتضاعف حتى وصلت إلى ٤,٥ مليار جنيه عام ٢٠٠١/٢٠٠٠ . ويرجع السبب الحقيقي في ذلك إلى ثبات عدد شركات القطاع العام بينما تزايد عدد شركات القطاع الخاص والاستثماري .

(١) أحمد صالح ، نرجع سبق ذكره ، ص ٢٥

٢٠١٠٢٠٤ واقع سوق الدواء فى مصر

يتناول هذا الجزء بعض البيانات والمعلومات الخاصة بسوق الدواء المصري والتي تحدد ملامح هذا السوق من خلال التحليل والتعقيب على بعض مؤشرات الاستهلاك والإنتاج والواردات والصادرات الدوائية، وأيضاً مؤشرات الإنتاج والمبيعات والتصدير لشركات الأدوية بالقطاعات المختلفة (خاص - عام - مشترك)، ثم إلقاء الضوء على وضع الميزان التجارى للدواء المصري .

مؤشرات سوق الدواء فى مصر

سوف نلقى بالضوء فى هذا الجزء على بعض المؤشرات التي تحدد ملامح سوق الدواء المصري، وذلك على النحو التالي :

تشير المؤشرات الدوائية الإجمالية عن عام ٢٠٠٣ أن الإستهلاك العام من الدواء وصل إلى ٧,١ مليار جنيه ، أما جملة الإنتاج فقد وصلت إلى ٦,٣ مليار جنيه . كما تشير المؤشرات إلى أن جملة الواردات قد بلغت ٨ مليار جنيه . أما الصادرات فقد بلغت ٦٢٠ مليار جنيه . أما فيما يتعلق بعدد مصانع الدواء فقد بلغ ٦٧ مصنعاً (٥٢ خاص - ٨ عام - ٧ مشترك) وارتفع هذا العدد ^(١) إلى ٧٤ مصنعاً عام ٢٠٠٤ منهم ٧٠ مصنعاً تنتج فعلاً وأربع مصانع تفتتح عام ٢٠٠٥، ويعمل بهذه المصانع ٣,٧٧٥ ألف عامل، أما عدد أصناف الأدوية المسجلة فقد بلغ ٦٢٧٥ صنفاً عام ٢٠٠٣، وارتفع إلى ٧,٩٠٠ صنفاً عام ٢٠٠٤ .

أما فيما يتعلق بهيكل العاملين من الصيادلة بقطاع الدواء فتشير البيانات أن ^(٢) الى أنه :

- فى ٢٠٠٣/١٢/٣١ كان يعمل بوزارة الصحة والسكان ٥٤١٤ صيدلياً بمعدل ٨ /صيدلى / ١٠٠٠٠ نسمة .
- إجمالى القوى العاملة من الصيادلة المسجلة بوزارة الصحة والسكان حتى ٢٠٠٣/١٢/٣١ وصل إلى ٦٣٥٧٤ صيدلياً بمعدل ٩,٥ صيدلى / ١٠٠٠٠ نسمة .
- يستقطع قطاع الدواء ٣٦% من أوجه الإنفاق العام فى القطاع الصحى بمصر .
- الجدول التالى (١) يشير إلى عدد ونوع الصيدليات بوزارة الصحة والسكان فى ٢٠٠٣/١/١ .

(١) عن السيدستاذ الدكتور / وزير الصحة والسكان بمؤتمر " الصناعات الدوائية فى مصر " اتحاد الصناعات المصرية ، فبراير ٢٠٠٥ .

(٢) عبد المنعم عبيد ، نحو هيكلة اجتماعية اقتصادية شاملة لقطاع الرعاية الصحية فى مصر ، مركز دراسات وإستشارات العامة ، منتدى

السياسات العامة ، منتدى السياسات العامة ، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية - جامعة القاهرة ، ص ٨٠ ٢٠٠٤ .

جدول رقم (١)

عدد ونوع الصيدليات بوزارة الصحة والسكان في ٢٠٠٣/١/١

نوع الصيدلية	العدد
عامة	٢٦٤٨٧
فروع الشركة المصرية	٦٢
صيدليات خاصة تعاونية	١٤٩
صيدليات الشركة المصرية	٤١
صيدليات علاجية	٢٣٤
صيدليات خدمة ليلية	٢٠٦
الإجمالي	٢٧١٧٩

المصدر : الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، جمهورية مصر العربية ، الكتاب الإحصائي السنوى ١٩٩٥ - ٢٠٠٣ ، ص ١٣٤

جدول (٢) تشير المؤشرات (١) الى ارتفاع قيمة كل من الإستهلاك والإنتاج المحلى والصادرات الدوائية خلال الفترة من ٢٠٠١ إلى ٢٠٠٣ ، أما الواردات فقد انخفضت بمعدل تغير ٣٦,٨ % .

جدول (٢)

مؤشرات الاستهلاك والإنتاج المحلى والواردات والصادرات الدوائية ٢٠٠٣-٢٠٠١ (بالمليار جنيه)

المؤشر	٢٠٠١	٢٠٠٢	٢٠٠٣	معدل التغير ٢٠٠٣-٢٠٠١
الاستهلاك العام	٥,٦	٦,٢	٧,١	٢٦,٨
الإنتاج المحلى	٤,٥	٥,٣	٦,٤	٤٢,٢
الواردات الدوائية	١,١	٩	٧	٣٦,٨-
الصادرات الدوائية	٤٥٠	٥٢٠	٦٢٠	٣٧,٨

المصدر : مركز معلومات الدواء العربى - وزارة الصحة والسكان

ومن جدول (٣) : يلاحظ ارتفاع مؤشرات الإنتاج والمبيعات على مستوى القطاعات الثلاثة للدواء (الخاص - العام - المشترك) . أما التصدير فنجد ارتفاعه فى القطاع العام والخاص وانخفاض فى القطاع المشترك . كما يلاحظ أن معدل التغير فى إجمالى قيمة الإنتاج خلال الفترة من ٢٠٠١-٢٠٠٣ وصل إلى ٣٧ % ، وكان أفضل القطاعات إنتاجاً القطاع المشترك (معدل التغير ١٠٢,٦ %) . بينما يلاحظ أن معدل تغير قيمة الإنتاج قد تناقص من عام ٢٠٠٢ - ٢٠٠٣ لكل من القطاعين الخاص والعام (معدلات التغير ٩,٨ % - ٨,٥ % قطاع خاص / ٥,٣ % - ٣,٦ % قطاع عام على التوالى) وتزايد للقطاع المشترك من ٣٦,٨ % إلى ٤٨,١ % .

(١) جميلة موسى ، بيانات مركز معلومات الدواء العربى ، وزارة الصحة والسكان .

أما فيما يتعلق بقيمة المبيعات للقطاعات الثلاثة، فتشير الأرقام إلى ارتفاعها على مستوى كل قطاع وإجمالي القطاعات . أيضاً يشير الجدول إلى أن معدل التغير لإجمالي قيمة مبيعات للثلاث قطاعات خلال ٢٠٠١-٢٠٠٣ كان ٤٠,٣%، وكان القطاع المشترك أفضل أداءً مقارنةً بالقطاعين الخاص والعام (إجمالي معدل التغير ٣١% خاص - ١٩,٦% عام - ٩٢,٣% مشترك) . أيضاً يلاحظ انخفاض معدلات التغير للثلاث قطاعات بين عامي ٢٠٠٢-٢٠٠٣ .

أما فيما يتعلق بحجم التصدير، يشير جدول (٣) إلى أن إجمالي معدل التغير في التصدير للثلاث قطاعات خلال الفترة من ٢٠٠١-٢٠٠٣ قد وصل إلى ٣٧,٨% . أما بالنسبة للثلاث قطاعات منفردة، فيلاحظ ارتفاع معدل تغير قيمة التصدير لكل من القطاعين الخاص والعام وتراجعها بالنسبة للقطاع المشترك (٥٤,٢% خاص ، ٣٠,١% عام ، - ٢٣,٨% مشترك) خلال ٢٠٠١-٢٠٠٣ .

واستخلاصاً من جدول (٣) يلاحظ أن معدل أداء الثلاث قطاعات الخاص والعام والمشارك الإجمالي قد ارتفع خلال الفترة من ٢٠٠١ - ٢٠٠٣ فيما يخص كل من الإنتاج (٣٧%) والمبيعات (٤٠,٣%) والتصدير (٣٧,٨%) . أما على مستوى كل قطاع فإن أداء القطاع المشترك كان أفضل فيما يتعلق بقيمة الإنتاج والمبيعات مقارنةً بالقطاعين الخاص والعام اللذين كان أدائهما أفضل من القطاع المشترك فيما يتعلق بقيمة التصدير .

جدول رقم (٣)

بيانات الإنتاج والمبيعات والتصدير لشركات الأدوية للقطاعات المختلفة (٢٠٠١-٢٠٠٣) (بالمليار جنيه)

البيان	القطاعات							معدل التغير
	الخاص	معدل التغير	العام	معدل التغير	المشارك	معدل التغير	الإجمالي	
الإنتاج								
٢٠٠١	٢,١٤٠		١,٣٢٠		١,١٤٠		٤,٦٠٠	
٢٠٠٢	٢,٣٥٠	٩,٨	١,٣٩٠	٥,٣	١,٥٦٠	٣٦,٨	٥,٣٠٠	١٥,٢
٢٠٠٣	٢,٥٥٠	٨,٥	١,٤٤٠	٣,٦	٢,٣١٠	٤٨,١	٦,٣٠٠	١٨,٩
المبيعات								
٢٠٠١	٢,١٠٠		١,٣٤٠		٩١٠		٤,٣٥٠	
٢٠٠٢	٢,٤٢٠	١٥,٢	١,٥٢٠	١٣,٤	١,٣٦٠	٤٩,٥	٥,٣٠٠	٢١,٨
٢٠٠٣	٢,٧٥٠	١٣,٦	١,٦٠٣	٥,٥	١,٧٥٠	٢٨,٧	٦,١٠٣	١٥,٢
التصدير								
٢٠٠١	٢٨٤		١٠٣		٦٣		٤٥٠	
٢٠٠٢	٣٨٨	٣٦,٦	١١٧	١٣,٦	٣٥	- ٤٤,٤	٥٤٠	٢٠,٠
٢٠٠٣	٤٣٨	١٢,٩	١٣٤	١٤,٥	٤٨	٣٧,١	٦٢٠	١٤,٨

المصدر : مركز معلومات الدواء العربي ، وزارة الصحة والسكان .

جدول (٤) : يشير إلى تطور الميزان التجاري^(١) للمنتجات الدوائية خلال الفترة ١٩٩٥ - ٢٠٠٢ ، حيث يلاحظ التزايد المستمر في قيمة الواردات التي وصل إجمالى معدل تغيرها فى نهاية الفترة ٩٢% مقارنة ببداية الفترة عام ١٩٩٥ . ويلاحظ أنه خلال عامى ١٩٩٩ ، ٢٠٠٠ إنخفضت الواردات ولكنها عاودت الارتفاع مرة أخرى عامى ٢٠٠١ ، ٢٠٠٢ .

أما الصادرات فقد شهدت تذبذبا بين الصعود والهبوط ، فكان عام ١٩٩٨ أفضل عام للتصدير (٦٢,٩١ مليون دولار) ثم انخفضت الصادرات بعد ذلك حتى وصلت إلى ٤٥,٨١ مليون دولار عام ٢٠٠٢ .

ويلاحظ أن الميزان التجارى فى حالة من العجز المستمر الذى زادت قيمته فى نهاية الفترة بنسبة ١٠٣,٢% مما كانت عليه عام ١٩٩٥ .

ويستخلص من الجدول رقم (٤) أن صناعة الدواء مازالت تعتمد على الإستيراد الذى تتزايد قيمته ، فى الوقت الذى مازالت قيمة التصدير منخفضة وتتأرجح بين الارتفاع والانخفاض .

جدول رقم (٤) الميزان التجاري للمنتجات الدوائية للفترة
(١٩٩٥-٢٠٠٢)

بالمليون دولار أمريكي

السنوات	قيمة الواردات الدوائية	معدل التغير	قيمة الصادرات الدوائية	معدل التغير	قيمة العجز
١٩٩٥	٢٢٩,٦		٣٥,١٩		١٩٤,٤١
١٩٩٦	٢٤١,٣٧	٥,١٢٦٣	٤١,٠٦	١٦,٦٨٠٩	٢٠٠,٣١
١٩٩٧	٣١٩,٨٢	٣٢,٥٠٢	٥٥,٦	٣٥,٤١١٦	٢٦٤,٢٢
١٩٩٨	٣٦٧,٣٧	١٤,٨٦٨	٦٢,٩١	١٣,١٤٧٥	٣٠٤,٤٦
١٩٩٩	٣٤٨,١٨	٥,٢٢٤-	٤٧,٤٦	٢٤,٥٥٩-	٣٠٠,٧٢
٢٠٠٠	٣٣٩,٤٤	٢,٥١٠-	٤٩,٧١	٤,٧٤٠٨٣	٢٨٩,٧٣
٢٠٠١	٤٣٥,٣٢	٢٨,٢٤٧	٥٠,٠٣	٠,٦٤٣٧٣	٣٨٥,٢٩
٢٠٠٢	٤٤٠,٨٨	١,٢٧٧٢	٤٥,٨١	٨,٤٣٥-	٣٩٥,٠٧

المصدر : تم جمع البيانات من قاعدة بيانات الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء ووزارة التجارة الخارجية .

(١) مدحت نافع ، ولاء الحسينى ، أثر تطبيق إتفاقية "تريس" على صناعة لدواء فى مصر ، مركز معلومات ودعم اتخاذ القرار ، مجلس الوزراء ،

بعض ملامح شركات دواء القطاع العام

مما لا شك فيه فإن عبء توفير الدواء الآمن والفعال هو مسئولية مشتركة بين الثلاث قطاعات الإنتاجية للدواء (خاص - عام - مشترك) ، ولكن مسئولية توفير الدواء بسعر مناسب تقع مسئوليتها أكثر على شركات دواء القطاع العام مقارنة بالقطاعين الخاص والمشارك ، ذلك لأن شركات أدوية القطاع العام هى ملك خالص للدولة التى عليها إلزام بتوفير الدواء لجميع أفراد المجتمع . لذلك عملت الدولة منذ تطبيق الإنفتاح الاقتصادى والتغير الهيكلى للسوق المصرى ، على توفيق أوضاع شركات الدواء ، حيث فتح المجال أمام القطاع الخاص للمساهمة فى رأس مال شركات الأدوية . كما تم وضع إستراتيجية لتحسين الأداء ، وذلك بتصنيع مستحضرات جديدة للسوق المحلى والتصدير ، والعمل على استنباط طرق حديثة للتصنيع وتحقيق النمو والربحية وعوائد مناسبة على الاستثمار . ولاتزال شركات قطاع الأعمال العام تمثل دوراً هاماً فى الإنتاج المحلى من الدواء يتمثل فى نسبة ٣٠% تقريباً من إجمالى قيمة الإنتاج ، وحوالى ٤٤% من حجمه . لذلك سوف نلقى بالضوء سريعاً فى هذا الجزء على بعض ملامح شركات دواء القطاع العام على النحو التالى :

تطورت (١) صناعة الدواء فى مصر منذ بدايتها فى الثلاثينات من القرن الماضى حتى تم إنشاء هيئة القطاع العام للأدوية والمستلزمات الطبية بموجب القرار الجمهورى رقم ٥٢٨ لسنة ١٩٨٣ ثم صدر قانون قطاع الأعمال العام رقم ٢٠٣ لسنة ١٩٩١ والذى بمقتضاه تم إنشاء الشركة القابضة للأدوية والمستلزمات الطبية التى حلت محل الهيئة العامة لقطاع الأدوية . وقد قامت الشركة القابضة للأدوية بعدة خطوات لمواجهة التحديات التى تعوق الدواء، منها تطوير الإنتاج والنظر فى إمكانية الاندماجات الإستراتيجية مع ربط صناعة الدواء بمراكز الأبحاث، وتدبير الإعتمادات اللازمة للإتفاق عليها ، واستنباط أدوية جديدة من النباتات الطبية المتوفرة ، بالإضافة إلى مراجعة الأوضاع الاقتصادية للشركات وتشجيع الاستثمار فى مجال التكنولوجيا الحيوية .

هذا ويتكون قطاع شركات الأدوية من اثنى عشرة شركة خاضعة لأحكام قانون قطاع الأعمال رقم ٢٠٣ لعام ١٩٩١ . وتعمل ثمانى شركات فى نشاط صناعة الدواء، وشركتان فى نشاط صناعة المستلزمات والخامات الدوائية ، وشركتان فى نشاط تجارة الأدوية والكيماويات والمستلزمات الطبية ، وجميعها تابعة للشركة القابضة للأدوية والكيماويات والمستلزمات الطبية ، وقد أصبحت هذه الشركات تابعة لوزير الاستثمار طبقاً لقرارى رئيس الجمهورية رقمى ٢٠١ ، ٢٣١ لسنة ٢٠٠٤ بشأن تنظيم وزارة الاستثمار . وهى على النحو التالى :

- شركات صناعة الأدوية

١ - شركة النيل للأدوية .

(١) التقرير السنوى للرقابة المالية وتقييم الأداء لقطاع شركات الأدوية ، الجهاز المركزى للمحاسبات ، جمهورية مصر العربية .

- ٢ - شركة مصر للمستحضرات الطبية .
- ٣ - شركة تنمية الصناعات الكيماوية (سيد) .
- ٤ - شركة ممفيس للأدوية والصناعات الكيماوية .
- ٥ - شركة القاهرة للأدوية والصناعات الكيماوية .
- ٦ - شركة الاسكندرية للأدوية والصناعات الكيماوية .
- ٧ - الشركة العربية للأدوية والصناعات الكيماوية (إدكو) .
- شركتا صناعة المستلزمات والخامات الدوائية
- ٨ - شركة النصر للكيماويات الدوائية .
- ٩ - شركة العبوات والمستلزمات الطبية .
- شركتا التجارة للأدوية والكيماويات والمستلزمات الطبية .
- ١٠ - الشركة المصرية لتجارة الأدوية .
- ١١ - شركة الجمهورية لتجارة الأدوية والكيماويات والمستلزمات الطبية .

بالإضافة الى "شركة جنوب مصر للأدوية والصناعات الكيماوية " وهى من أحدث الشركات (خلال ٢٠٠١) والتي تكونت برأس مال قدره حوالى ١٢ مليون جنيه وهى ملك الشركة القابضة للأدوية بالكامل . بالإضافة إلى شركتين تم الموافقة على تأسيسهما عام ٢٠٠٣ هما " المصرية للمستحضرات البنسلينية ، " المصرية لتجميع وتصنيع المعدات الطبية والصيدالية" .

ويشير جدول (٥) إلى بعض مؤشرات شركات الشركة القابضة للأدوية والكيماويات والمستلزمات الطبية ، حيث يعمل بتلك الشركات حوالى ثلثى عدد العاملين (٢١٥٧٥ عامل) بقطاع الدواء البالغ حوالى ٣١ ألف عامل . كما يتضح من الجدول أن جميع الشركات حققت صافى ربح عن السنة المالية ٢٠٠٢/٢٠٠٣ بلغت جملته ٢٩٣,٥ مليون جنيه مقابل نحو ٣٥٤,٥ مليون جنيه عن عام ٢٠٠١/٢٠٠٢ وبانخفاض قدره نحو ١٧% . كما يتضح من الجدول أن إجمالى حقوق الملكية للشركات قد بلغ ١١٢٠,٩ مليون جنيه عام ٢٠٠١/٢٠٠٢ مقابل ١١٧٦,٣ مليون جنيه عام ٢٠٠٢/٢٠٠٣ .

٢٠٢٠٤ حول أوضاع سوق الدواء العربى

يتناول هذا الجزء عرض وتحليل لبعض مؤشرات سوق الدواء العربى والتحديات التى تواجهه ومتطلبات تدعيم صناعة الدواء العربى ثم استعراض لبعض آليات مواجهة التحديات .

جدول رقم (٥)

بعض مؤشرات شركات الشركة القابضة للأدوية والكيماويات والمستلزمات الطبية

عدد العاملين		الأجور ٢٠٠٢/٢٠٠١ (الف جنيه)	إجمالي الميزانية ٢٠٠٢/٢٠٠١ (الف جنيه)	حقوق الملكية (الف جنيه)		صافى الربح		رأس المال (الف جنيه) ٢٠٠٣	اسم الشركة
٢٠٠٢/٢٠٠١	٢٠٠١/٢٠٠٠			٢٠٠٢/٢٠٠١	٢٠٠٣/٢٠٠٢	٢٠٠٢/٢٠٠١	٢٠٠٣/٢٠٠٢		
٢٤١٧	٢١٣٦	٣٢٠٠٠	٢٥١٠٠٠	٩١١١٩	٩٦٥٤٦	٣٥٣٨٨	٢٧٣٣٩	٣٠٠٠٠	١ - النيل للأدوية والمستحضرات الكيماوية
١٥٤٤	١٥٠٣	٢١٦٤٥	١٣٨٣٦٨	٥٥٢٢٠	٦٠٥٢٦	١٢٦٨٨	١٣١٦٠	٢٥٠٠٠	٢ - مصر للمستحضرات الطبية
٢٢٤٤	٢٠٤٦	٣٣٠٦٨	٢٥٠٥٤٥	١١٣٦٠٠	١١٦٦٥٤	٣٧٤٠٣	١٨٦٥٢	٧٠٠٠٠	٣ - تنمية الصناعات الكيماوية
١٤٩٥	١٥٢٣	١٨٩٣٨	٢٢٦٠٠	٩٢٧٠٨	٩٥٣٧٤	٢٩٤٥٢	٢٠١٦٢	٢٥٠٠٠	٤ - ممفيس للأدوية
٢٣٩٨	٢٦٠٣	٣٣٤٠٦	٣٦٨٩٠٣	١٧٥٢٩٧	١٨٠٩٨٧	٣٤٧٦٠	٢٩٦٦٩	٣٥٤٠٠	٥ - القاهرة للأدوية
١٤٩٤	١٤٧٤	١٨٩٦٣	١٨٤٤٥٣	٩٧٧٤٢	١٠٤٨٧٦	٣٤٩٤٥	٢٩٧٨٥	٢٠٠٠٠	٦ - الإسكندرية للأدوية
١٢٤٦	١٥٤٢	١٨٣٩٧	١٥٦٥٥٣	٥٤٨٨٣	٥٨٢٩٧	١٥٩٥٣	١٣٠٠٧	١٢٠٠٠	٧ - العربية للأدوية
٢٩٩٣	٣٠٤٦	غير متاح	غير متاح	٦٤٤٧٥	٦٩٧٧٦	٢٥٢٦١	١٨٧٦٣	٥٠٠٠٠	٨ - النصر للكيماويات الدوائية
٧٠٩	٦١٧	٧٠٤١	٩٦٧٤٩	١٣١١٥	١٤٨٤٩	٤٦٧	٦٥٠	١٠٠٠٠	٩ - العبوات والمستلزمات الطبية
٣٥٥٨	٣٨٣١	٥٠٨٠٠	١١٨٤٠٠٠	١٧٥٢٨	١٨٢٢٨٧	٦٨١٩٦	٦٠٩٢٨	١٢٠٠٠٠	١٠ - المصرية لتجارة الأدوية
١٤٧٧	١٥٢٧	١٩٩٤٧	٥٩٥١١٠	١٨٧١٦٢	١٩٦١٥٦	٦٠٠٣٥	٦١٤٢٩	٨٠٠٠٠	١١ - الجمهورية لتجارة الأدوية والكيماويات والمستلزمات الطبية
٢١٥٧٥	٢١٨٤٨	٢٥٤٢٠٥	٣٤٥٢٢٨١	١١٢٠٩٤٩	١١٧٦٣٢٨	٣٥٤٥٤٨	٢٩٣٥٤٤	٤٧٧٤٠٠	الإجمالي

المصدر : (وزارة الإستثمار ٢٠٠١-٢٠٠٤) <http://www.mi.gov.eg/priv-ar.asp>

تقارير الجهاز المركزى للمحاسبات ، جمهورية مصر العربية

واقع سوق الدواء العربي

بدأت المنطقة العربية ^(١) تشهد صناعة الدواء منذ الستينات من القرن الماضي ومتأخرة ثلاثة عقود تقريباً عن صناعة الدواء في مصر التي بدأت قبل ذلك في ١٩٤٠/٣٩ . وأخذت صناعة الدواء تحتل مكانة على المستوى العربي .

ومن جدول (٦) يتضح أن نسبة تغطية الاستهلاك من الإنتاج المحلي العربي عام ١٩٧٥ بلغت حوالي ٤٤% بقيمة إنتاج ٣٤٥ مليون دولار، وحجم استهلاك ٧٨٥ مليون دولار، وكان متوسط نصيب الفرد من الدواء ٥,٦ دولار سنوياً . واصل الدواء العربي تطوره ^(٢) فبلغ حجم سوق الأدوية عام ١٩٩٩ حوالي ٥٩٨١ مليون دولار أمريكي وبلغت قيمة المنتج المحلي منه ٢٧٥١ مليون دولار بنسبة ٤٦%، وبلغ عدد المصانع العربية ٢١٩ مصنعاً بالإضافة إلى ١٥ مصنعاً تحت الإنشاء، كما وصل حجم التصدير إلى ٣٠٥ مليون دولار موزعة على الأردن ١٧٥ مليون دولار، مصر ١٠٠ مليون دولار، الإمارات ٢١ مليون دولار، ولبنان ٩ مليون دولار . ووصل متوسط نصيب الفرد من الدواء ٢١ دولاراً سنوياً علماً بأن نصيب الفرد على مستوى العالم ٦١,٤ دولاراً سنوياً .

جدول رقم (٦) تطور إنتاج واستهلاك الأدوية

في العالم العربي بين عامي ١٩٧٥ - ٢٠٠٠ (بالمليون دولار)

السنة	السكان (بالمليون) نسمة	تغطية الاستهلاك من الإنتاج الوطني %	الإنتاج الوطني	الاستهلاك الوطني	نصيب الفرد في السنة (بالدولار)
١٩٧٥	١٤٠	٤٤	٣٤٥	٧٨٥	٥,٦
١٩٨٠	١٦٣	٣٩	٧٠٠	١٨٠٠	١١,٠
١٩٩٣	٢٤٠	٤٦	١٥٩٠	٣٤٢٥	١٤,٠
١٩٩٤	٢٤٧	٤٥	١٧٦٠	٣٨٩٠	١٥,٧
١٩٩٥	٢٥٤	٤٤	١٩٠٠	٤٣٠٠	١٦,٩
١٩٩٦	٢٦٢	٤٧	٢١٥٠	٤٥٦٧	١٧,٢
١٩٩٧	٢٧٠	٤٧	٢٣٤٠	٤٩٦٠	١٨,٤
١٩٩٨	٢٧٨	٤٦	٢٥٣٩	٥٤٧٨	١٩,٧
١٩٩٩	٢٨٤	٤٦	٢٧٥١	٥٩٨١	٢١,٠
٢٠٠٠	٢٩٢	٤٩,٦	٣١١٧	٦٢٤٨	٢١,٥

المصدر : محمد رؤوف حامد ، الإتجاهات الاقتصادية الاستراتيجية ، الصناعات الدوائية العربية في مواجهة متغيرات البيئة الدولية وعلى وجه الخصوص اتفاقية التريس ، بيانات اتحاد المنتجين العرب) .

(١) محمد رؤوف حامد ، مستقبل صناعة الدواء في مصر والمنطقة العربية ، مرجع سبق ذكره ، ص ١٦

(٢) مصطفى إبراهيم محمد ، الصناعات الدوائية هل توحد العرب ، الأهرام الاقتصادي ، ٢٠٠٠/١٢/٢٨ ، العدد ١٦٦٧ ،

٢٠٠٠/١٢/٢٨ ، ص ٣٧-٣٨ .

ويلاحظ من الجدول السابق (٦) أنه بالرغم من تضاعف حجم الإنتاج الدوائي الوطني (حوالي تسع مرات) والاستهلاك (حوالي ٧ مرات) ونصيب الفرد من الدواء (حوالي ٤ مرات) خلال فترة المقارنة، إلا أن حجم تغطية الاستهلاك من الإنتاج الوطني كانت محدودة جداً (٤٤% - ٤٩,٦%) من بداية إلى نهاية فترة المقارنة بالإضافة إلى الاعتماد على استيراد حوالي ٩٠% من المادة الخام . كما تشير ^(١) إحصاءات عام ٢٠٠٣ إلى ارتفاع قيمة الإنتاج الوطني (٤٥٠٠ مليون دولار)، وقيمة الاستهلاك الوطني إلى ٩٦٠٠ مليون دولار، وتضاعف نسبة استهلاك الدواء العربي للاستهلاك العالمي عام ٢٠٠٣ مقارنةً بعام ٢٠٠٠ (٣% - ١,٥% على التوالي) مما يعني أن هناك تزايداً في حجم الطلب للسوق العربي الدوائي أكثر من نصفه يعتمد على الإستيراد .

وفيما يتعلق بالاكتمال الذاتي من الدواء، فإن أغلب الدول العربية تغطي جزءاً من احتياجاتها الدوائية من الإنتاج المحلي، وتتراوح نسبة التغطية بين الدول، فمثلاً لبنان تغطي ١٢%، واليمن ١٥%، بينما المغرب ٨٥%، ومصر حوالي ٩٥% (إحصاءات ٢٠٠٠) .

وفي هذا الصدد نشير إلى أن نشرة غرفة تجارة وصناعة دبي (٢٠٠٤) ^(٢) أشارت إلى أن دولة الإمارات العربية المتحدة تصدر قائمة دول الخليج العربي والدول العربية الأخرى من حيث استهلاك الفرد من الدواء سنوياً . حيث يبلغ متوسط استهلاك الفرد من الدواء في دول الخليج العربي سنوياً حوالي ٥٢ دولاراً، ويبلغ في دولة الإمارات حوالي ٨٠ دولاراً .

(١) جميله موسى ، بيانات مركز معلومات الدواء - الطبي - العربي ، وزارة الصحة والسكان .

(٢) <http://www.alarabonline.org/print asn?fname=/data/٢٠٠٥/٠٢/٠٢-٠١/٤٢١.htm>.

جدول رقم (٧)

بعض مؤشرات سوق الدواء للدول العربية

الدولة	عدد المصانع	حجم الصناعة الوطنية	التغطية بالصناعة الوطنية	نسبة التغطية بالصناعة الوطنية	حجم سوق الدولة
السعودية	١٣	٣١٣	٣١٣	٢٤	١٣٠٠٤
مصر	٥+٤٠	١٠٢٦	٩٣٦	٩٠	١٠٤٠
العراق	٦	٨٦	٨٦	٢٦	٣٣٠
الجزائر	٥+١٢	٢٠٢	٢٠٢	٣٥	٥٧٧
المغرب	٢٣	٤٣٩	٤٣٩	٨٥	٥١٦
سوريا	٥٢	٣١٩	٣٠٤	٧٥	٣٨٠
تونس	٢٧	١١٤	١١٤	٤٢	٢٧٣
ليبيا	١	-	-	-	٢٤٣
الإمارات	١+١	٩٦	٦٢	٢٦	٢٣٨
الردن	٢+٢٣	٢٥٥	٧٠	٣٨	١٨٥
اليمن	٣	٣٥	٣٥	١٥	٢٣٠
لبنان	٦	٣٣	٢٣	١٢	١٩٠
السودان	١٦	٧٤	٧٤	٥٠	١٤٨
الكويت	(١) متوقف	-	-	-	١٣٠
فلسطين	١+٥	٤٥	٤٥	٣٥	١٣٠
قطر	-	-	-	-	٦٣
عمان	١+١	-	-	-	٧٠
البحرين	١	-	-	-	٤٢
موريتانيا	-	-	-	-	٣٠
الصومال	-	-	-	-	١٠
جيبوتي	-	-	-	-	١٠

المصدر : محمد حامد رؤوف ، الاتجاهات الاقتصادية ، والاستراتيجية ، مرجع سبق ذكره ، (بيانات اتحاد المنتجين العرب ،

ويشير جدول (٧) إلى بعض مؤشرات سوق الدواء بالدول العربية، حيث يلاحظ أن مصر تحتل المرتبة الأولى من حيث حجم الصناعة الوطنية ونسبة التغطية بالصناعات الوطنية تليها المغرب ثم سوريا، بينما تحتل كل من لبنان واليمن المرتبتين الأخيرتين . كما يلاحظ أن هناك خمس دول لا يوجد بها صناعة دوائية هي البحرين وموريتانيا والصومال وجيبوتي وقطر .

كما يشير الجدول إلى انخفاض نسبة التغطية الدوائية الوطنية بدول الخليج ذات المستوى المادى المرتفع، بينما ترتفع نسبة التغطية بالدول العربية الفقيرة مثل السودان (٥٠%) أو تلك التى تمر بظروف سياسية خاصة مثل العراق (٢٦%) وفلسطين (٣٥%) . وهذا يؤكد أن الدول العربية لابد أن تتكامل مع بعضها البعض بالإمكانيات المتاحة، فهناك دول غنية يمكن أن تمويل مشروعات الصناعات الدوائية، وهناك دول تمتلك الخبرات والكوادر البشرية الفنية فى هذا المجال .

وبالرغم من التحديات التى تواجه السوق العربية للدواء إلا أن هذه التحديات يمكن التقليل من آثارها ومجابهتها عن طريق تعظيم القدرات الفنية والمادية التى تمتلكها الدول العربية فى حال اتحادها وتعاونها والتنسيق فيما بينها حتى تتكامل عناصر قوتها الصناعية . فالصناعة الدوائية العربية داخلها مصادر ضعف وأيضاً مصادر قوة يمكن التركيز عليها لمواجهة تلك التحديات . على ذلك سوف نسرد سريعاً بعض مصادر القوة والضعف فى صناعة الدواء العربى وذلك على النحو التالى^{(١)(٢)} :

مصادر ضعف صناعة الدواء العربى

- ضآلة حجم السوق الدوائية العربية بالنسبة للسوق الدوائية العالمية .
- تفتت الأسواق العربية فى وحدات تسويقية إقليمية ضيقة .
- كثرة عدد المصانع الصغيرة، بينما الشركات العالية تندمج وتتعاظم .
- التنافس الشديد بين المصانع العربية سواء فى أسواقها المحلية الضيقة أو فى أسواق التصدير المحتملة ، إضافة إلى التنافس الأشد مع الشركات الأجنبية .
- اعتماد المصانع العربية إلى حد كبير على استيراد حوالى ٩٠% المواد الخام والتكنولوجيا اللازمة للصناعة .
- عدم وجود مراكز علمية متخصصة للبحث والتطوير فى المجال الصيدلى وهدر إمكانيات البحث العلمى فى المؤسسات الحكومية (الجامعات - مراكز البحث العلمى) .
- ضعف الاهتمام بالأبحاث والتطوير فى شركات الدواء العربية وضعف تمويل الدراسات والأبحاث بالمقارنة ببعض الدول النامية مثل الهند ، والبرازيل والصين .
- الخطأ الإستراتيجى فى تطوير صناعة الدواء وذلك بالاعتماد على التوسع الأفقى بمعنى زيادة عدد المصانع التى تنتج أدوية مثيله التأثير وبالتالي تزامم أدوية تنتج فعلاً وذلك بدلاً عن التوسع الرأسى الذى يعنى إنتاج أدوية جديدة لاتنتج محلياً .
- ضعف التعاون والتكامل العربى - العربى فى مجالات صناعة الدواء .
- هجرة الكفاءات الفنية والعلمية من معظم البلدان العربية إلى الشركات العملاقة بالدول الكبرى .

(١) محمد رؤوف حامد ، الإتجاهات الاقتصادية والاستراتيجية ، الصناعات الدوائية العربية فى مواجهة متغيرات البيئة الدولية وعلى وجه الخصوص

اتفاقية التريس ، مركز السياسات الاستراتيجية ، الاهرام ، ص ٩-١١

(٢) محمد رؤوف حامد ، مستقبل الدواء فى مصر والمنطقة العربية ، مرجع سبق ذكره ، ص ٣٩

مصادر قوة صناعة الدواء العربى

- وجود خبرات علمية وإدارية وعلماء متخصصين بعلوم الصيدلة ، والكيمياء ، والبيولوجى والعلوم الأخرى ذات العلاقة .
- توفر الأيدى العاملة الرخيصة .
- وجود نواة لقاعدة صناعة دوائية قابلة للتطوير والنمو والتقدم .
- الصناعة الدوائية العربية مؤهلة لاستغلال بعض الخامات الطبيعية المتوفرة بكثرة مثل النباتات الطبية .

إن تعظيم مصادر قوة صناعة الدواء العربى هو السبيل لمواجهة التحديات العالمية لتوفير الدواء الآمن والفعال للمواطن العربى بما يتناسب مع ظروفه الاقتصادية ، ونحل الحل الأمثل هو تفعيل إجراءات إقامة سوق عربية للدواء المنتج عربياً والمعتمد على عدم استيراد المواد الخام وتكنولوجيا الإنتاج بل اعتماداً على قاعدة علمية من البحوث والتطوير تنشأ بأيدي علماء وخبراء وفنيين عرب متخصصين فى مجالات صناعة الدواء .

التحديات التى تواجه صناعة الدواء العربى

- التقدم المتسارع فى علوم وتكنولوجيا الدواء .
- تطبيق الجات وإتفاقية حقوق الملكية الفكرية وحماية براءات الإختراع لمدة تصل إلى عشرين عاماً .
- إتفاقيات الشراكة أو التشاركات الدولية بين كل دولة عربية على حده مع دولة أجنبية، أو اتحاد دولى أجنبى فى أوروبا أو آسيا أو أمريكا، مع الاعتراف بأن الصناعة الدوائية فى أى بلد عربى على حده هى الطرف الأضعف تنافسياً .
- تخلف أنشطة البحث والتطوير، بالإضافة إلى ما تروجه الشركات العملاقة من تقديرات زمنية ومالية تعجز أمامها الكيانات الصغيرة، فى حين أن ذلك قد تم التغلب عليه من خلال ما أتاحه التشييد الكيمائى بواسطة الحاسب الآلى الذى إختصر الكثير جداً من الوقت والجهد .
- إنحسار الدور القيادى للحكومات وتزايد حجم القطاع الخاص الدوائى على حساب القطاع العام .
- التحالف الإسرائيلى الأمريكى الذى يتيح لإسرائيل - بأفضل تكنولوجيا عن جميع الدول العربية - مكانة هامة فى حالة إنشاء سوق شرق أوسطية أو أى تعاون إقليمى فى المنطقة .
- غياب إستراتيجية تستشرف المستقبل وتواجه تحدياته .
- غياب إستراتيجية عربية لتكامل الإنتاج الدوائى العربى .
- غياب إستراتيجية عربية للتسويق المحلى والخارجى .
- ضعف مستويات الجودة .

- محاولات ناجحة لشركات عالمية لشراء شركات وطنية (كما حدث في مصر) .

بالإضافة الى ماتم ذكره من التحديات التي تواجه صناعة الدواء في العالم العربي ، هناك أيضاً تحديات عالمية سوف تفرضها بنود إتفاقيات التجارة العالمية وبصفة خاصة فيما يتعلق ببنود إتفاقية حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة فيما يخص الدواء . وتنشأ هذه التحديات من خلال ثلاث آليات رئيسية ^(١) :

- إتاحة النفاذية للأسواق .
- الالتزام بالمواصفات والمعايير المقبولة عالمياً .
- حماية حقوق الملكية الفكرية وجوانب الخطورة فيها تتمثل في :
- فرض فترة تصل إلى عشرين عاماً لحماية براءات الإختراع .
- صعوبة استخدام حق تطبيق الترخيص الإجبارى .

متطلبات تدعيم صناعة الدواء العربى

إن قيام صناعة دوائية عربية قوية تحافظ على أمن وصحة المواطن العربى، أصبحت على قمة أولويات جميع الحكومات العربية خاصة فى ظل تطبيق إتفاقيات الجات، وخاصةً التريسن، ولعل من المفيد أن نرصد بعض أهم المتطلبات والآليات اللازمة لدعم صناعة الدواء العربى وذلك على النحو التالى :

- ادراك وإستيعاب خصوصية صناعة الدواء من حيث إنها صناعة تعتمد على البحث العلمى والتطوير، مما يعطيها قيمة مضافة كبيرة، بشرط أن يكون التطوير رأسياً حتى يصنع قدرات تنافسية فى السوق العالمية .

- إدراك حجم الإمكانيات الذاتية للصناعة الدوائية العربية من حيث توفر :

- سوق دوائية عربية كبيرة الحجم .
- إمكانية النمو والتكامل مع صناعات أخرى (البتروكيماويات) .
- وجود مصدر خصب للاكتشافات الدوائية ولم يستغل بعد ويتمثل فى المنتجات الطبيعية (النباتات - الحيوان - المعادن) .

- وجود إمكانيات بشرية كبيرة من باحثين وفنيين مع إمكانيات تمويلية كبيرة .

- التنسيق والتوافق داخل السوق الدوائية العربية حتى تصبح من الناحية العملية بمثابة سوق كبيرة خاصة عند التعامل مع قضايا انمواد الخام ونقل وتطوير التكنولوجيا .

- تفعيل دور الحكومات تجاه صناعة الدواء من خلال :

- تقديم رؤية إستراتيجية دوائية محددة الملامح واضحة الآليات تهدف لإنتاج دواء عربى فعال وآمن يتوافق مع معايير الجودة العالمية .
- الاستفادة من العلاقات الدولية ومتغيراتها .

(١) محمد رؤوف حامد ، الإتجاهات الاقتصادية والاستراتيجية ، مرجع سبق ذكره ، ص ٣-٥

- توفير المناخ والإطار المؤسسى الوطنى المناسب لقيام صناعة الدواء .
- تعظيم دور الجهات الغير حكومية المعنية بصناعة الدواء على المستويين القطرى والإقليمى (مثل الاتحاد العربى لمنتجى الدواء، واتحاد الصناعات المصرية) بالتعاون فى التوصل الى رؤية إستراتيجية بشأن تطوير صناعة الدواء العربى، مع الاستفادة من تجارب الدول الأخرى مثل الهند والصين والبرازيل .

آليات مواجهة التحديات

- التحالفات الإستراتيجية العربية - العربية ، والعربية - الأجنبية .
- إنشاء مركز بحوث قطاع خاص من تحالف بين شركات الدواء والبنوك العربية وبتمهيلات من الحكومات القائمة ، على أن يكون الهدف الأساسى إجراء بحوث تساعد الصناعات الدوائية العربية على التعامل مع التطورات التكنولوجية الدوائية .
- تنسيق التنافسية العربية فى أسواق الدواء أخذاً فى الاعتبار تكامل الاتجاهات التكنولوجية (مثل : التشكيل الصيدلى - التكنولوجيا الحيوية - التشييد الكيميائى) على المستوى العربى مع إتاحة التنافس داخل كل اتجاه .
- التكيف الإيجابى مع اتفاقية حماية حقوق الملكية الفكرية بمعنى أن تكون الصناعة الدوائية العربية مصدرة وليست مستوردة فقط .
- تغيير نمط استهلاك الدواء فى الدول العربية وهذا من شأنه تخفيض أسعار الدواء بنسبة تصل إلى ٣٠ % .
- إنشاء مجلس أعلى لمراقبة أسعار الدواء يبحث فى توفير الدواء للأمراض المنتشرة فى كل بلد عربى طبقاً لطبيعة كل بلد، وهذا المجلس من حقه تحديد أسعار الدواء طبقاً لما تقتضيه ظروف كل دولة وبما يحقق العدالة لشركات الأدوية .

وفى هذا الصدد نشير إلى قرار مجلس وزراء الصحة العرب^(١) (بدورته العادية الثانية والعشرين والمنعقدة بدمشق عام ١٩٩٨) بإنشاء مركز معلومات للدواء العربى يكون مقره بالقاهرة (تم الافتتاح فى ٢٠٠٠/١٠/١) لإمداد الدول العربية بكافة المعلومات عن الدواء فى مجالات التصنيع والتسجيل والرقابة والتسويق ومن أهم أهداف المركز :

- إنشاء وتطوير واستمرارية نظام معلومات عربى متكامل للصناعات الصيدلية تقبله وتقره كافة الدول على أن تقوم كافة وحدات المعلومات الدوائية فى البلاد العربية بالتعاون والتكامل مع هذا المركز لخلق قاعدة بيانات للصناعات الصيدلية العربية .

(١) مركز معلومات الدواء - الطبى - العربى ، وزارة الصحة والسكان .

- وضع الخطط والإستراتيجيات اللازمة لتنشيط العلاقات العربية فى الخدمات الصحية والصناعات الدوائية وتدريب الأطباء والصيادلة والعاملين فى مجالات الصحة والدواء .
- تدعيم وسائل الاتصال بين الدول العربية ودول العالم فى مجالات صناعة الدواء لتبادل المعلومات والتقارير وذلك بإنشاء مكتبة تقليدية، ومكتبة إلكترونية، وإنشاء نظم البث الانتقائى للمعلومات بالإضافة إلى إنشاء معرض دائم للأدوية والمستلزمات الطبية للدول العربية .
- تطبيق نظام رصد الآثار الجانبية والمناوئة للأدوية .

وبناءً على ماسبق فإن إقامة سوق عربية مشتركة للدواء لمواجهة الآثار السلبية لتطبيق اتفاقية الجات واتفاقية حقوق الملكية الفكرية أصبح مطلباً ملحاً لحماية الدواء العربى وتوفيره وإتاحته بشكل آمن وفعال وبسعر مناسب للمواطن العربى . ولكن قبل الشروع فى قيام سوق عربية للدواء لابد من توافر بعض العناصر الأساسية فى كل المشتركين مثل :

- توفر الرغبة لقيام هذه السوق بين جميع المشاركين .
- اتساع مفهوم السوق لأكثر من مجرد تبادل سلع محددة وضرورة امتدادها لحرية انتقال السلع والخدمات والأفراد والأموال .
- السوق المشتركة تعنى بالضرورة وجود مزايا خاصة للدول المشتركة فى هذه السوق مثل الإعفاءات الجمركية والمعاملات الحكومية .
- وجود درجة من التوازن فى قيمة النقد وأسعار الصرف ومستوى التقدم التكنولوجى بين الأطراف المشاركة .

إن إقامة سوق عربية مشتركة للدواء هى أهم السبل للحفاظ على صناعة الدواء العربى وتضمن تطويره للتصدى لسيطرة الصناعة الدوائية العالمية، وضعاً فى الاعتبار أن تطوير صناعة الدواء يعتمد على قاعدة من البحوث العلمية والمعرفة التكنولوجية وذلك وفقاً لاستراتيجية تكاملية بين الدول العربية تستطيع أن تحقق ميزة تراكمية رأسية بدلاً من انتهاج طرق الصناعات الأفقية التى تعتمد على زيادة عدد المصانع الدوائية مما يشتت الجهود ولا يضيف ميزة نوعية لهذه الصناعة لدى الدول العربية ويجعلها غير قادرة على المنافسة فى ظل سيطرة الشركات الكبرى على صناعة الدواء فى العالم .

وفى هذا الصدد نشير إلى أن معظم الدول العربية عقدت اتفاقية لإنشاء منطقة حرة لزيادة نصيب التجارة العربية البينية، وهذا من شأنه أن يدعم صناعة الدواء العربية على أن يستتبع ذلك تخفيض الرسوم الجمركية والضرائب . ومن مخرجات هذه الاتفاقية تشجيع رؤوس الأموال للقطاع الخاص للاستثمار فى صناعة الدواء، على شرط أن يتم ذلك بالتنسيق الجيد لإقامة مشاريع لإنتاج الخامات الدوائية من المواد الوسيطة والمشتقات البترولية والنباتات الطبية المتوافرة فى المنطقة العربية، وأيضاً تنمية وتطوير صناعة الدواء بالتركيز على قيام مراكز بحثية على مستوى تكنولوجى عال لمواجهة التطور

السريع فى هذا المجال • ويمكن لتلك المشاريع أن تبدأ بسواعد العلماء والخبراء العرب المنتشرين فى شتى أنحاء العالم • إن عقد مثل هذه الاتفاقيات من شأنه أن يجمع الكيانات الدوائية العربية الصغيرة فى كيانات كبيرة تستطيع أن تواجه تحديات الشركات الكبرى العملاقة متعددة الجنسيات، فالمتغيرات الحديثة لا تسمح بوجود كيانات صغيرة •

٣٠٢٠٤ حول أوضاع سوق الدواء العالمى

يشهد العالم الآن ومستقبلاً تطوراً اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً بمقتضى تطبيق اتفاقيات التجارة العالمية، خاصةً فيما يتعلق بنود اتفاقية " التريبس " وانعكاساتها السلبية على دول العالم، والسلامة الصحية للعالم، خاصة النامى والفقير منه، فالدواء من أكثر السلع المثيرة للجدل، فهناك من يؤكد أن هذه التغيرات سوف تهدد الأمن الدوائى • وفى هذا الجزء من الدراسة سوف نتناول استعراض بعض المؤشرات عن الدواء فى العالم ثم بعض التغيرات التى طرأت على سوق الدواء العالمى •

المتغيرات العالمية فى سوق الدواء

نظراً لخصوصية الدواء كسلعة إستراتيجية إقتصادية واجتماعيا ، فقد تأثرت تأثراً كبيراً بالمتغيرات والمستجدات العالمية ، والتى تمثلت فى ^(١) :

- التحالفات الإستراتيجية بين الشركات وبعضها البعض أو بين الشركات ومعاهد البحوث •
- الإندماج بين الشركات الكبرى MEGA MERGERS وقيام شركات كبرى بشراء شركات أخرى أصغر منها •
- توافق المواصفات على مستوى عالمى ، حيث يجرى توافق المواصفات وتطوير مستويات التوافق طبقاً للتقدم العلمى التكنولوجى للشركات الكبرى • ويرى الخبراء أن هذا يمثل تهدياً للمنتجين بالدول الأقل نمواً ، حيث يتطلب الأمر من الدول النامية والأقل نمواً أن تتعامل مع مواصفات بإمكانيات لا تستطيع الوفاء بها تحددها الشركات العالمية الكبرى •
- تزايد الاهتمام بالأدوية النوعية Generics، وهى الأدوية التى زال عنها حماية براءات الإختراع وأصبحت متاحة للتصنيع دون إذن من أصحاب البراءات ويمكن بيعها بالاسم النوعى للدواء (وليس الاسم التجارى) • ومن المعروف أن الدواء النوعى ينخفض سعره بالنسبة لسعر الدواء المباع بالاسم التجارى تحت سريان براءة الإختراع، لذلك فإن بعض الشركات العالمية الكبرى تستحوذ على شركات صغيرة تنتج الأدوية النوعية التى كانت فى الملك الخاص لتلك الشركات الكبرى •

(١) محمد رؤوف حامد ، الاتجاهات الاقتصادية الاستراتيجية ، مرجع سبق ذكره •

- إستعانة شركات الدواء الكبرى بوحداث بحثية صغيرة خارجها فى إجراء جزئيات بحثية أو تطويرية محددة، ويهدف هذا الاتجاه إلى الاستفادة القصوى من التنوع والتراكم المعرفى فى الوحدات البحثية خارج الشركة مع استخدام أقل ما يمكن من موارد بشرية ومادية .

- ادعاء الشركات الكبرى بتكاليف مغالى فيها بشأن البحوث الدوائية وذلك تمهيداً لتبرير الأرباح العالية التى تجنى من مبيعات الدواء . وفى هذا الشأن نشرت إحدى جماعات المستهلكين فى الولايات المتحدة تقريراً يقضى بأن متوسط التكلفة الحقيقية للتوصل إلى دواء جديد يسمح بتداوله فى الأسواق هى ٥٧ - ٧١ مليون دولار .

- استخدام نشرات دوائية إعلامية لا تراعى المعايير الأخلاقية للإعلام الدوائى التى تحت على تجنب الإيحاء أو تكوين رؤية غير صحيحة للدواء يكون من شأنها إساءة وصفه أو إساءة استخدامه .

- الغش والفساد فى قضايا الدواء من الظواهر غير المنتشرة فى هذا المجال ولكن هناك بعض الممارسات غير الأخلاقية التى تمارسها بعض الشركات الكبرى ضد الدول النامية، مثل عدم الالتزام بمعايير الجودة المطبقة بالدول الكبرى، أيضاً إنتشار الرشاوى بين المسؤولين بالشركات الكبرى للدواء .

- الإلتفاف حول حقوق الدول النامية فيما يتعلق بتطبيق اتفاقية حقوق الملكية الفكرية، ومثال ذلك المحاولات الناجحة لشركة أيلاي ليلى الأمريكية فى الحصول من أكاديمية البحث العلمى المصرية على شهادة حق تسويق إستثنائى لأحد أدويتها لاتفاقية حقوق الملكية الفكرية ورغم أن التشريع المصرى الموائم لها لم يصدر .

بعض مؤشرات سوق الدواء العالمى

تشير مؤشرات سوق الدواء ^(١) العالمى لعام ٢٠٠٣ إلى أن حجم مبيعات الدواء فى العالم وصل إلى ٤٠٢ مليار دولار، بمعدل نمو ٩,٧%، وأن المبيعات المتوقعة عام ٢٠٠٧ سوف تصل إلى ٧٠٠ مليار دولار .

كما تشير المؤشرات إلى أن معدلات استهلاك الدواء على مستوى العالم ترتفع بالمناطق الغنية وتنخفض بشدة بالمناطق الفقيرة من العالم وذلك على النحو التالى :

جدول (٨)

الإستهلاك العالمى للدواء بالمناطق المختلفة من العالم ٢٠٠٣

المناطق	شمال أمريكا	غرب أوربا	اليابان	آسيا	الشرق الأوسط	شرق أوربا	افريقيا	إسترايا
نسبة الإستهلاك	٣٩%	٢٤%	٢٠%	٩%	٣%	٢%	٢%	١%

المصدر : مركز معلومات الدواء العربى - وزارة الصحة والسكان .

(١) هيئة موسى ، مركز معلومات الدواء الطبى العربى ، وزارة الصحة والسكان .

ويشير هذا الجدول إلى ارتفاع معدلات استهلاك الدواء بالدول الغنية المتقدمة حيث يصل إجمالي نسب استهلاك مناطق شمال أمريكا وغرب أوروبا واليابان إلى ٨٣%، وانخفاضها بالدول الفقيرة إلى ١٧% بينما ترتفع فيها معدلات الإصابة بالأمراض، وانتشار الجهل، وتدنى النظم الصحية، بالإضافة إلى ارتفاع معدلات عوامل الخطر على الصحة، خاصةً فيما يتعلق بالتلوث البيئي .

وفى هذا الصدد تشير مصادر شركة IMS (وهى شركة عابرة للقارات متخصصة فى الإحصاءات الدولية) إلى أن الأسواق الثمانية الأولى للمبيعات فى العالم عام ٢٠٠٠ ^(١) كانت بالترتيب التالى (بالبلليون دولار) :

الولايات المتحدة الأمريكية (٩٥,٨٢٢) ، اليابان (٥١,٩٨٤) ، ألمانيا (١٤,٦١٤) ، فرنسا (١٣,٥٠٤) ، إيطاليا (٩,٢٠١) ، المملكة المتحدة (٩,٨٤) ، أسبانيا (٥,٣٥٩) ، البرازيل (٥,١٨٥) .
أما عن معدلات استهلاك الدواء فى العالم ونصيب الفرد سنوياً عام ٢٠٠٠ فهى موضحة بالجدول التالى (٩) .

جدول رقم (٩)

الاستهلاك العالمى للدواء بمناطق مختلفة عام ٢٠٠٠

المنطقة	عدد السكان (مليون)	الاستهلاك العالمى (بليون دولار)	% من الإستهلاك العالمى	نصيب الفرد سنوياً (دولار)
أمريكا الشمالية	٣٠٣	١٥٧	٣٨	٥١٨
أوروبا الغربية	٤١٥	١٠١	٢٤,٤	٢٤٣
أوروبا الشرقية	٤٢٠	٨,٦	٢,١	٢٠,٥
اليابان	١٢٤	٦٨	١٦,٤	٥٤٨
أمريكا اللاتينية	٥٣٣	٢٤,٨	٦	٤٦,٥
إفريقيا	٧٤١	٥,٤	١,٣	٧,٣
جنوب شرق آسيا والصين	١٨١٣	٢٣,٤	٥,٧	١٢,٩
شبه الجزيرة الهندية	١٠٦٠	٦,٢	١,٥	٥,٨
الشرق الأوسط	٣٨١	٨,٧	٢,١	٢٢,٨
البلدان العربية	٢٩٢	٦,٣	١,٥	٢١,٥

يلاحظ من الجدول (٩) أن ٧٨,٨% إجمالى الإستهلاك العالمى للدواء يستهلك فى أسواق أمريكا الشمالية وأوروبا الغربية واليابان ، بينما ٢١,٢% يستهلك بباقي الدول وهى دول فقيرة كما سبق الإشارة لذلك ، وهو نفس نمط توزيع الإستهلاك المشار إليه سابقاً عام ٢٠٠٣ .

(١) محمد رؤوف حامد ، الاتجاهات الاقتصادية الاستراتيجية ، مرجع سبق ذكره ، ص ٢

أما فيما يتعلق بنصيب الفرد من الدواء سنوياً فهو أيضاً يرتفع بالمناطق الغنية (اليابان ٥٤٨ دولار ، أمريكا الشمالية ٥١٨ دولار) وينخفض بالمناطق الفقيرة (جنوب شرق آسيا والصين ١٢,٩ دولار ، أفريقيا ٧,٣ دولار) .

٣٠٤ بعض العوامل المؤثرة فى سوق الدواء

مما لا شك فيه أن الدواء، كسلعة تنتج أو تسوق أو تصدر أو تستورد أو تستهلك، يتأثر بالعديد من العوامل، لذلك سوف يتم إلقاء الضوء على بعض تلك العوامل على النحو التالى :

- التكنولوجيا والبحث العلمى فى صناعة الدواء .
- أثر إتفاقية حقوق الملكية على الدواء .
- تسعير الدواء .
- ترشيد استهلاك الدواء .
- أثر بعض المتغيرات العالمية على سوق المنتجات الدوائية .

١٠٣٠٤ التكنولوجيا والبحث العلمى فى صناعة الدواء

عندما قامت صناعة الدواء^(١) وهدفها الأول صحة الإنسان المصرى قامت معها صناعات أخرى مكملّة لها مثل صناعة العبوات الدوائية والمواد المساعدة والكبسولات . . . الخ، إلا أن صناعة الدواء، تشكّلا صيدلياً وإنتاجاً للخامة الدوائية، كانت ولا تزال العمود الفقري لصناعة الدواء، بما تحتويه على أكبر قدر من البحوث والتطوير والأسرار الصناعية . فهي صناعة تتميز بأنها صناعة كثيفة المعلومات، وكثيفة التكنولوجيا، إلى جانب كونها غالباً - صناعة كثيفة رأس المال .

وقد شهدت صناعة الدواء تطوراً كبيراً خلال العقود الأخيرة من القرن الماضى، بهدف تعظيم الأثر العلاجى للمادة الفعالة والحد من الآثار الجانبية الضارة .

وهذا التطور تطلب تكامل وتنسيق بين العلوم الحديثة المختلفة مثل العلوم الهندسية الكيماوية، والبيولوجية، والصيدلية، والطبية والرياضيات، ونظم المعلومات وإستخدام الحاسوب . بالإضافة إلى أن الدواء من السلع التى تخضع لعمليات رقابة ومتابعة تكفل تحقيق أعلى درجات المأمونية والفاعلية، ويتم ذلك بتطبيق معايير للجودة فى جميع مراحل التصنيع .

(١) ابراهيم جيل بدران ، التكنولوجيات الجديدة والمستحدثة فى مجال الصحة والدواء ، أكاديمية البحث العلمى والتكنولوجيا - الشبكة القومية

للتنمية التكنولوجية ، ص ص ١٩٣ ، ١٩٥ ، ١٩٩٤

وتسيطر الشركات العملاقة ^(١) المتعددة الجنسيات على أنشطة البحوث والتطوير ، ذلك لأن الشركات الصغيرة (خاصةً بالدول النامية) عندما تقوم بأبحاث وتنجح في التوصل إلى نتائج إيجابية فإنها تتقدم للشركات الكبيرة وتتعاقد معها إما بالمشاركة فيما بينهما أو بشراء الشركة الكبيرة للصغيرة ، حيث إن تطوير وصياغة واختبار الدواء وخاصةً في المراحل السريرية يحتاج إلى قدرات تمويلية لا تقدر عليها الشركات الصغيرة ، وفي حالة التوصل إلى تسجيل الدواء والسماح له بالتداول فإن إمكانيات التسويق العالمية له غير متوفرة للشركات الصغيرة حتى يمكن التوصل إلى أرباح كافية لتغطية ما تم صرفه على الدواء لذلك فإنها تقوم إما ببيع حق الاختراع ، أو التنازل عنه أو الحصول على أتاوة عن هذا الاختراع ويقوم بالتسويق عالمياً الشركات متعددة الجنسيات .

وفي مصر تركزت أنشطة البحوث على صناعة مستحضرات جديدة لأدوية دستورية أو أدوية معروفة ، بالإضافة إلى تحسين المستحضرات الصيدلانية الموجودة فعلاً . وتعتمد أغلب الشركات على التعاقد المؤقت للخبراء في مجالات صناعة الدواء كمستشارين بالشركات ، وهم غالباً من حملة الدكتوراه من أعضاء هيئات التدريس بالجامعات والمراكز البحثية . وقد ترتب على هذا استقطاب هؤلاء الخبراء للعمل بشركات القطاع الخاص وأيضاً المشترك لتمييزه ببعض المزايا الغير متوفرة بشركات القطاع العام مما نتج عنه خلخلة في هيكل العمالة بتلك الشركات .

أيضاً فإن أنشطة الأبحاث في الجامعات ومراكز الأبحاث غير مرتبطة باحتياجات الصناعات الدوائية، حيث لا توجد خطة بحثية تحل المشكلات التي تواجه عمليات الإنتاج، التسويق، التصدير، الاستيراد... الخ . لذلك لا بد من استحداث آليات للاستفادة من تلك الخبرات والأبحاث لحل مشاكل الصناعة الدوائية وأن تمول الشركات الجامعات لإنشاء مراكز بحثية مجهزة بالمستلزمات اللازمة للأبحاث الحديثة . وفي هذا الصدد نشير إلى أن ما ينفق من ميزانية شركات الدواء على أقسام الأبحاث والرقابة يتفاوت بين ١-٢% من جملة المبيعات سنوياً بينما ماينفق على الأبحاث فقط بالشركات العالمية متعددة الجنسيات يتراوح ١٢-٢٣% من قيمة المبيعات .

مما لا شك فيه فإن التدريب أحد الركائز التي يقوم عليها التطور العلمى والتكنولوجى فى مجال الصناعات الدوائية . والهدف الأساسى من البرامج التدريبية هو تنمية الموارد البشرية العاملة فى مجال الدواء لرفع كفاءتها وتنمية قدراتها ومهاراتها . ونوعية العاملين بقطاع الدواء متعددة ومتباينة التخصصات فهناك الصيادلة، والأطباء والزراعيين والمهندسين والكيميائيين والاقتصاديين والماليين والإداريين والفنيين . ولاشك فى أن تدريب هذه النوعيات المتباينة والربط بين تخصصاتهم يتطلب جهداً تدريبياً كبيراً لإحداث تعاون وتنسيق فيما بينهم ولخلق قيادات متخصصة قادرة على دفع عجلة الصناعة الدوائية . وبناءً على ذلك فإن البرامج التدريبية فى مجال الدواء يمكن أن تشمل ^(٢) :

(١) أكاديمية البحث العلمى والتكنولوجيا ، مرجع سبق ذكره ، ص ص ٣٤٣ - ٣٤٦

(٢) المرجع السابق ، ص ٥٨

- التخطيط الإدارى بما فى ذلك الحسابات المالية وحسابات التكاليف وأسلوب التمويل ودراسات التسويق .
- تكنولوجيا المعلومات والحسابات الآلية ومتابعة التقدم فى علوم الطب والدواء .
- الإنتاج والصناعة الدوائية سواء التشكيل الصيدلى أو الخامات الدوائية .
- الرقابة الدوائية .
- أساليب البحث العلمى .

دور التكنولوجيا والبحث العلمى فى صناعة الدواء ^(١)

تتفرد صناعة الدواء دون الصناعات الأخرى فى كونها تعتمد اعتماداً أساسياً على التطور التكنولوجى والبحث العلمى المستمر ، حتى أنه يطلق عليها صناعة قائمة على العلم Science-based-industry ، أو صناعة ناتجة عن البحوث Research driven industry . وبتطبيق التكنولوجيا والبحث العلمى فى مجال صناعة الدواء أمكن الوصول إلى :

- مواد دوائية جديدة مثل :
 - ١ - تصميم (تشديد) أدوية جديدة .
 - ٢ - منتجات التكنولوجيا الحيوية .
 - ٣ - استخلاص أدوية من مصادر طبيعية .
 - ٤ - التوصل إلى تخليق المواد الدوائية فى صورها الفعالة .
- تطوير المستحضرات والتوصل إلى مستحضرات جديدة مثل :
 - ١ - تطوير الشكل الصيدلى واستحداث أنظمة جديدة لتوصيل الدواء إلى المكان المقصود بالجسم .
 - ٢ - هندسة السواغات (مواد مضافة تستخدم فى الأشكال الصيدلانية مثل الأقراص ، المراهم ، إلخ) .
 - ٣ - تطبيق قواعد الأمثلية (أو الأفضلية) على التشكيل الدوائى وعمليات التصنيع .
- أنظمة للرقابة والتقييم الدوائى فى مراحلها المختلفة على النحو التالى :
 - ١ - قبل بلوغ الدواء مراحل التسويق (أى قبل التسويق العام للدواء) .
 - ٢ - بعد وصول الدواء مراحل التسويق .
 - ٣ - الملف الدوائى للمستحضر .
 - ٤ - أنظمة (أو شروط) ممارسات الجودة .
 - ٥ - توافق المواصفات .

(١) محمد رؤوف حامد ، مستقبل الدواء فى مصر والمنطقة العربية ، مرجع سبق ذكره ، ص ١٩-٢٢

ونتيجة لتطور إستخدام التكنولوجيا والبحث العلمى فى مجالات صناعة الدواء ، تطورت بالتبعية إدارة أنشطة البحوث والتطوير الدوائى ومن أهم معالم هذا التطوير^(١):

- ١ - إعادة هيكلة أنشطة البحوث والتطوير داخل الشركات .
- ٢ - إنشاء مراكز بحثية تابعة كفروع فى أماكن مختلفة من العالم .
- ٣ - التحالف مع شركات أخرى أو مع معامل بحثية من أجل التوصل إلى أدوية أو مستحضرات محددة فى زمن محدد .
- ٤ - إنشاء شبكة بحثية فى المشروع البحثى نفسه ، مع عدة مراكز بحثية (مثال : تجريب سلسلة من مركبات تحت البحث للشركة نفسها على بكتيريا مقاومة للأدوية يتم فصلها فى عدد من المعامل والمستشفيات فى دول مختلفة) .

وقد اتجهت الشركات الكبرى إلى تقسيم المشروعات البحثية الكبرى إلى أجزاء توزعها على مراكز بحثية صغيرة خارج الشركة الكبرى - تقوم بإجراء المطلوب منها بسرعة وإقتدار ويطلق على هذه الظاهرة **Research and Development Outresourcing** .

و فى هذا الصدد نشير إلى أن دول العالم المنتجة للسلع الدوائية تم تصنيفها بواسطة الأمم المتحدة إلى خمس مراتب على حسب درجات أدائها التكنولوجى ، بحيث يكون أدناها مرتبة ٥ هى إعادة تعبئة المستحضرات الصيدلية ، وأعلىها مرتبة ١ هى التشكيل الدوائى من الكيماويات الدوائية المنتجة محلياً . ويقع ترتيب مصر فيما بين المرتبة الثالثة والرابعة . إلا أن هذا الترتيب الكلاسيكى قد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة به الكثير من التغيرات .

وقد بدأت مصر دخول ميدان إنتاج الكيماويات الدوائية من مواد أولية أو وسيطة مستوردة وذلك عندما تم إنشاء " شركة النصر للكيماويات الدوائية" فى منتصف الستينات من القرن الماضى . إلا أن معدلات التطور فى هذا المجال لم تكن على قدر معدلاتها بالدول الأخرى ، ذلك أن التطور العلمى والتكنولوجى فى صناعة المستحضرات الصيدلية والكيماويات الدوائية يتطلب نوعية عالية متطورة من التكنولوجيات (التشييد الكيماوى التشكيل الصيدلى ذو المحتوى التكنولوجى بالغ التطور والتعقيد ٠٠-السخ) التى من الصعب إتاحتها - خاصة بالدول النامية ومنها مصر - نظراً لما تتطلبه من قدرات بحثية وتمويلية ضخمة .

وحتى تستطيع الدول النامية ومنها مصر الدخول فى سوق المنتجات الدوائية فإن الأمر يتطلب إبرام عقود تصنيع للمستحضرات الدوائية وإنتاج الكيماويات الدوائية الأمر الذى يشكل تحدياً يعوق تطور صناعة المنتجات الدوائية نظراً لما يحيط بتلك العقود من قيود تحد من الإرتقاء بصناعة الدواء ، وذلك ما سوف

(١) المرجع السابق ، ص ٢٤-٢٥

نلقى بالضوء عليه سريعاً^(١) ، كما جاء بالفصل السادس من كتاب "التكنولوجيات الجديدة والمستحدثة فى مجال الصحة والدواء " .

سلبيات عقود تصنيع المستحضرات الدوائية

- عدم الوفاء بالتعهد (الوارد فى عقود شركات القطاع المشترك) بإنتاج الكيماويات الدوائية ذاتها فى مصر بعد فترة من الزمن من بدء النشاط الاستثمارى، والاستمرار فى استيراد هذه الكيماويات من الخارج من الشركات الأم فى أغلب الأحوال أو كلها ، مع الاقتصار على صناعة التشكيل الصيدلى للمستحضرات والوقوف عند ذلك الحد .
- فرض شراء الكيماويات الدوائية من الشركة المانحة لتراخيص التصنيع ، وتقييد حرية الطرف المستقبل فى شراء هذه الكيماويات وغيرها من المواد المساعدة من السوق العالمية أو من السوق المحلية . وقد تنصرف هذه القيود أيضاً إلى تقييد الحرية فى شراء أو استخدام بعض الأجهزة والمعدات اللازمة للإنتاج ، وفرض نوعيات (أو حتى ماركات) بعينها .
- المغالاة فى تقدير أثمان المدخلات (من الكيماويات الدوائية على وجه الخصوص وكذلك المواد المساعدة) التى ينتجها الطرف الناقل والذى يحتكر حقوق توريدها طبقاً للتكنولوجيا ، بما يزيد فى تكلفة الإنتاج ويقلل من الهامش (الظاهرى) للربحية . وقد تصل هذه المغالاة الى درجة فاحشة ، خاصة بالنسبة للأصناف ذات الشهرة العالمية أو التى كان للشركات الأجنبية (الشركات الأم وصاحبة الترخيص) دور فى اكتشافها وإنتاجها .
- تقديم تكنولوجيا فى حالة تقادم ، أو أصبحت متخلفة بالفعل والتى ربما لم تعد الشركة المانحة للترخيص تستخدمها فى بلدها الأصلى .
- فرض المشاركة فى الاستثمار (أو الافراد بالاستثمار) اللازم لإقامة النشاط الإنتاجى فى مصر ، شرطاً لنقل التكنولوجيا وإنتاج المستحضرات الصيدلانية المنشودة على أرض مصر .
- فرض قيود على حجم الإنتاج ، ونوعيات المستحضرات ، ونطاق توزيعها جغرافياً بما لا يسمح بتصديرها وتسويقها خارج الحدود المصرية ، أو يغل يد المنتج المصرى فى الاستجابة لأهداف النمو والتنمية .
- منع استخدام التكنولوجيا بعد إنقضاء فترة الترخيص، أو اشتراط التفاوض لإبرام عقد جديد (وشروط جديدة) بدلاً من تمديد العقد الأصلى .
- فرض الإتاوة على حقوق الترخيص حتى بالنسبة للأصناف التى لا توجد فى مصر حماية لمليكنها الصناعية (براءات الاختراع) أو استمرار تقاضى هذه الإتاوة بعد إنقضاء فترة الحماية التى يقرها القانون المصرى .

(١) إبراهيم هيل بدران ، مرجع سبق ذكره ص ٢٠٣ - ٢١٤

- المغالاة فى تحويل حصيلة الإتاوات (من التراخيص) والأرباح (من الأنشطة الإنتاجية) إلى الخارج بما يعطى إنطباعاً لا ظل له من الحقيقة عن عوائد الشركة .
- إنفراد الشركات المشتركة بحقوق التوزيع للمنتجات فى الأسواق المحلية (وربما أيضاً الأجنبية المجاورة) .
- فرض إتاوات مرتفعة القيمة وعقود ذات آجال طويلة .
- فرض استخدام أفراد من الطرف الناقل للتكنولوجيا فى (أعمال الإنتاج والإدارة) بما يتجاوز الحدود المعقولة وحيثما يستطيع المواطنون القيام بتلك الأعباء .
- استخدام سلاح مواصفات الجودة لفرض المواد الأولية والخامات والكيماويات الدوائية التى ينتجها مورد التكنولوجيا أو يتولى هو تسويقها فى مصر .
- اشتراط نقل أية تحسينات يتوصل إليها الجانب المصرى (المستقبل للتكنولوجيا) إلى الطرف المورد دون وجود شرط مماثل فى الإتجاه العكسى .

سلبيات عقود تصنيع المستحضرات الكيماوية

- تقديم التكنولوجيا فى هيئة حزمة متكاملة وإقامة الصناعة بطريقة تسليم المفتاح بما ينطوى على قيام المورد بكل عمليات التصميم للمنشآت والإشراف على تنفيذها ، وربما أيضاً الأعمال المدنية المرتبطة بها ، إضافة إلى مستلزمات التكنولوجيا المنقولة من معدات وآلات ، ومعلومات المعرفة الفنية والأسرار الصناعية حتى نقطة التشغيل الكامل .
- فرض شراء المواد الوسيطة اللازمة للإنتاج من الشركة صاحبة التكنولوجيا المنقولة مما يسفر عن تقييد حرية الشركة الوطنية فى شراء هذه المواد وربما غيرها من المستلزمات الكيماوية من السوق العالمية أو السوق المحلية .
- اشتراط قيام الشركة الناقلة بتوريد أجهزة الإنتاج وإقامة خطوط الإنتاج بمعرفتها ، حتى ولو كانت تلك الأجهزة والخطوط من النوع متعدد الأغراض والاستخدامات أو اشتراط الموردين والمتعاقدين الفرعيين الذين يقومون بذلك .
- اقتصار التكنولوجيا المنقولة على خطوة واحدة (الخطوة الأخيرة) من سلسلة التفاعلات المؤدية إلى المنتج المقصود ، وقد تكون هذه الخطوة قليلة القيمة من الناحية العلمية أو الاقتصادية أو التكنولوجية أو من كل النواحي .
- اقتصار المعلومات المنقولة على الجوانب الفنية والعملية التى تخص التشغيل بشكل مباشر ، دون الكشف عن المعلومات العلمية التى تمثل القيمة الكامنة والعمق الحقيقى للتكنولوجيا ، والتى تمكن الطرف المستقبل من استيعاب التكنولوجيا وهضمها بعد ذلك إذا لزم الأمر .
- المغالاة فى تقدير أثمان المواد الوسيطة التى يوردها الطرف الناقل أو التى يحتكر حقوق توريدها .

- توريد تكنولوجيا فى حالة تقادم ، أو أصبحت متخلفة بالفعل ولم يعد يستخدمها الطرف الناقل حاضراً فى بلده .
- استخدام تكنولوجيا غير ملائمة للبيئة الطبيعية فى مصر ، أو ضارة بهذه البيئة ، أو التقصير فى تقديم التكنولوجيا التكميلية اللازمة لمعالجة النفايات والتخلص منها على النحو الذى يستخدمه ناقل التكنولوجيا فى بلده .
- فرض قيود على حجم الإنتاج ونطاق توزيعه جغرافياً ، مما يغل يد الصناعة الوطنية فى مجال التصدير أو يفرض قصر الإنتاج على ما يلزم لإنتاج المستحضرات الصيدلانية التى يحددها الطرف المورد .
- فرض قيود تمنع من إنتاج أصناف من المشتقات الكيماوية التى يمكن إنتاجها من المادة الكيماوية الأصلية موضوع التعاقد ، أو اشتراط تقاضى إتاوات على تلك المشتقات حتى ولو لم تتضمن التكنولوجيا المنقولة أية بيانات عن طريقة إنتاجها .
- فرض قيود على أصناف المستحضرات الصيدلانية التى يجوز إنتاجها من المادة الكيماوية الدوائية موضوع التعاقد .
- منع استخدام التكنولوجيا لتحقيق مزيد من الإنتاج بعد إنقضاء فترة الترخيص، أو اشتراط التفاوض لإبرام عقد جديد (وبنود جديدة) بدلا من تمديد العقد الأسمى .
- فرض الإتاوات على حقوق الإنتاج حتى بالنسبة للكيماويات الدوائية التى لا توجد فى مصر حماية لمليكتها الصناعية، أو استمرار تقاضى هذه الإتاوات حتى بعد إنتهاء فترة الحماية التى يكفلها القانون المصرى لبراءات الإختراع .
- فرض إتاوات مرتفعة القيمة، وعقود ترخيص ذات آجال طويلة .
- فرض المشاركة فى الاستثمار - وربما إدارة العمل فى المشروع - كشرط لتوريد التكنولوجيا المطلوبة للإنتاج فى مصر وتوجيه ذلك للإنتاج .
- فرض قيود تمنع من الانتشار الأفقى للتكنولوجيا المنقولة على أرض مصر .
- اشتراط نقل أية تحسينات يتوصل إليها الجانب المصرى إلى الطرف المورد ، دون وجود شرط مماثل فى الاتجاه العكسى .
- فرض قيود على أنشطة البحث والتطوير المحلى لدى الطرف المستقبل للتكنولوجيا بما يمنع من تطويرها وإدخال تعديلات عليها .
- استخدام سلاح مواصفات الجودة على النحو الذى يمنع من إستيراد المواد الوسيطة وغيرها من المدخلات من غير الشركة الناقلة للتكنولوجيا .
- عدم اشتراط التزام ناقل التكنولوجيا باستمرار تقديم خدمات الخبرة والمشورة خاصة فى المواقف التى تظراً فيها صعوبات أو مشاكل الإنتاج ، أو عند الحاجة لتطويره .

وبالرغم من السلبيات التي تم رصدها سابقاً بشأن إبرام عقود تصنيع فى مجالى المستحضرات الصيدلانية والكىماويات الدوائية إلا أنه هناك بعض الإيجابيات التى تبرر الإستمرار فيها والسعى للحصول على مزيد منها مثل :

- الإنتاج المحلى للأدوية بأسمائها التجارية ذات الشهرة العالمية والنسب تحظى بثقة الطبيب والمريض وفى نفس الوقت عدم قبول صعوبة إنتاج نفس الأدوية باستخدام الأسماء الإصطلاحية (Generic) أو باستخدام أسماء تجارية محلية بديلة .
- التعامل المباشر مع كبرى شركات صناعة الدواء فى الدول المتقدمة ومحاولة اكتساب الخبرة من خلال نقل المعارف التكنولوجية وتطبيقها واستقبال خبراء تلك الشركات فى مصر ومناقشتهم وكذلك إيفاد الخبراء المصريين إلى مصانع ومعامل تلك الشركات .
- إنتاج المجموعات الدوائية ذات الحساسية الخاصة والمخاطر العالية مثل أدوية القلب والجهاز الدورى والسرطان والمضادات الحيوية الحديثة بهدف توفيرها للمستهلك المصرى بدلاً من إستيرادها ، وتحقيق وفر فى النقد الأجنبى .

وبالرغم من التحديات الكثيرة التى تواجه صناعة الكىماويات الدوائية فى مصر ، نظراً لأنها صناعة تعتمد على درجة عالية من التقدم العلمى والتكنولوجى وتحتمى بحقوق الملكية الصناعية وتحيط بها الأسرار الإنتاجية ، إلا أنه هناك بعض القدرات المادية والبشرية المصرية التى يمكن أن ترتقى وتحقق درجات من التطور التكنولوجى المعتمد على الذات . ويمكن هنا الاستفادة بتجارب بعض الدول النامية (الهند ، الصين ، البرازيل ،...) التى استطاعت أن تصل إلى درجة من التطور التكنولوجى الذى مكنها من السيطرة على متطلبات حيازة التكنولوجيات العالية والتعامل معها ، بدون أن تعوقها فى ذلك التبعة والاعتماد التكنولوجى على الغير . ومن أهم العوامل الإيجابية التى يمكن أن تركز عليها عملية تطوير صناعة الكىماويات الدوائية فى مصر :

- وجود قاعدة علمية مدربة وعالية الكفاءة فى مؤسسة البحث والتطوير الوطنية
- وجود مجموعة من الصناعات الكىماوية المغذية ، التى يمكنها تدبير جانب من المواد الأولية والكىماويات المساعد والمذيبات .
- وجود قاعدة صناعية نشطة ومتخصصة فى إنتاج الكىماويات الدوائية .
- وجود قاعدة كبيرة ومتنوعة من صناعات التجهيز الدوائى والتشكيل الصيدلى التى تستوعب نوعيات عديدة ومقادير كبيرة من الكىماويات الدوائية .
- وجود تنظيم مؤسسى مركزى الموقع ، يخدم قطاع الدواء بأسره بالمعلومات الأساسية والرؤى التخطيطية ، وبالعزيمة السياسية المعلنة لإحلال المنتجات الوطنية محل المثل المستورد .

- وجود نماذج حية بالفعل لإنجازات البحث والتطوير والتي تحققت فى دور الصناعة وفى مؤسسات البحث العلمى • والتي طبقت بالفعل ولها إنتاجها المشرف من بعض صنوف الكيماويات الدوائية المتداولة فى الأسواق •

ولتنمية أنشطة البحوث والتطوير يلزم^(١):

- إعادة صياغة أهداف أجهزة البحوث والتطوير بحيث تتجاوز مهام حل المشكلات الفنية للإنتاج، وتحليل شكاوى العملاء، إلى تحديد وتنفيذ خطط بحثية ذات أهداف واضحة ومصادر تمويل محددة المصادر •

- دعم أجهزة البحوث والتطوير بالإمكانات المادية والبشرية المدربة والمؤهلة مع وضع خطط وبرامج لتدريب وتنمية المهارات لدى المتميزين من الخبراء فى هذا المجال •

- تكوين شبكة للتعاون بين المراكز البحثية بالجامعات ، وأجهزة البحوث والتطوير المتخصصة وأيضاً أجهزة البحوث والتطوير بشركات الأدوية ويمكن أن تمتد الشبكة للتعاون الدولى •

- تنشيط قنوات الاتصال مع المراكز البحثية فى الخارج حتى يمكن التعرف على التطورات العلمية الحديثة فى مجالات صناعة الدواء وذلك من خلال البعثات الدراسية والزيارات الميدانية والمؤتمرات ••• الخ

ولتنمية التطوير التكنولوجى يلزم :

تقويم التكنولوجيا الحالية المستخدمة فى الإنتاج وتحديد نقاط القوة والضعف وذلك بالمقارنة بالمنافسين محلياً ودولياً ، وكذلك المقارنة مع التكنولوجيا المستخدمة حالياً فى الصناعة التى تنتمى إليها الشركة • وتستخدم الشركات المصرية تكنولوجيا الأساس Base Technology ، وهو ما تسمح به الشركات صاحبة العلامة التجارية (ماتحة الترخيص) وهذا النوع من التكنولوجيا لا يحقق أى ميزة تنافسية لصناعة الدواء المصرى لذلك فإنه من الضروري تنشيط دور أجهزة البحوث والتطوير لحتى تقوم بمهامها لتحقيق تطوير تكنولوجى يعظم من الميزة التنافسية للمنتج الدوائى المصرى •

٢٠٣٠٤ حول اتفاقية حقوق الملكية الفكرية

توصل المجتمع الدولى إلى الاتفاقية المنشئة لمنظمة التجارة (WTO)^(٢) ضمن ما أسفرت عنه مفاوضات جولة أوراجواى من ٢٨ اتفاقاً منها اتفاق الجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية "التربس" وقد وقعت مصر فى إبريل ١٩٩٤ ضمن ١٢٧ دولة •

(١) سمير علام ، القدرات التنافسية لشركات قطاع الدواء المصرى (المشكلة ومداخل التحسين) مؤتمر إقتصاديات الدواء

الآمن تصنيعاً وإستهلاكاً وتصديراً ، مركز البحوث والدراسات التجارية ، كلية التجارة جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢ ص ٧٢-٧٦ •

(٢) تقرير المجالس القومية المتخصصة ، لجنة الخدمات والتنمية الاجتماعية ، اتفاقية الجوانب التجارية المرتبطة بحقوق الملكية الفكرية ومستقبل صناعة الدواء فى مصر ،

الدورة السابعة عشرة ، ص ١٦٨ ، ١٩٩٧/٩٦ •

وتعطى اتفاقية حقوق الملكية المعروفة باسم "التربس" حماية لبراءات الاختراع الصادرة بعد أول يناير ١٩٩٥، وما قبل ذلك يقع في دائرة الملك العام ويخضع للقوانين السابقة على ذلك والمنظمة لحماية براءات الاختراع في الدول المختلفة .

وتمنح اتفاقية حقوق الملكية الفكرية صانعي المعرفة التكنولوجية مقابل ماديًا عوضاً عما تم إنفاقه في أعمال البحوث والتطوير والتنمية التكنولوجية .

كما تم الإتفاق على أن تطبق الدول الموقعة نصوص الإتفاقية تطبيقاً كاملاً بعد مرور فترة انتقالية تحدد حسب تصنيف الدول على النحو التالي^(١):

- عاماً واحداً للدول المتقدمة ينتهي في نهاية عام ١٩٩٥ .
- خمسة أعوام للدول النامية تنتهي في أول يناير ٢٠٠٠ مع إمكانية مد خمسة أعوام أخرى لبعض الدول لاستكمال الإطار التشريعي الخاص بحقوق الملكية الفكرية تنتهي في أول يناير ٢٠٠٥ .
- أحد عشر عاماً للدول الأقل نمواً وقد امتدت هذه الفترة الانتقالية إلى عام ٢٠١٦ .
- خمسة أعوام للدول التي تمر بمرحلة انتقالية من اقتصاد مركزي موجه إلى إقتصاد السوق والتي لا تزال تعاني بعض الصعوبات في هيكلة نظام حقوق الملكية الفكرية بها (مثل دول الاتحاد السوفيتي السابق) .

استخلاصاً مما سبق فإن المقصود بالملكية الفكرية^(٢) هو " كل الحقوق الناشئة عن أى نشاط أو جهد فكري يؤدي إلى ابتكار في المجالات الصناعية والعلمية والأدبية والفنية" . وعادة ما تصدر الدول القوانين لحماية الملكية الفكرية لسببين رئيسيين :

- الأول : النهوض بالبحث العلمي والابتكار ونشر نتائجه وتطبيقها مما يشجع التجارة المشروعة تحت مظلة سياسية حكومية تستعين بنظام الملكية الفكرية كأداة أساسية من أدوات خطط التنمية .
- الثاني : إضفاء الطابع القانوني على الحقوق المعنوية والمالية للمبتكرين والمبدعين بما يضمن لهؤلاء تمتعهم بثمار إبداعهم .

أيضاً يمكن تعريف حقوق الملكية الفكرية بأنها^(٣) تلك الحقوق التي ترد على الأشياء غير المادية التي تعرف بحقوق الملكية الذهنية ، سواء تلك التي تندرج عادة في إطار الملكية الصناعية ، بالذات براءات

(١) مدحت نافع ، ولاء الحسني ، أثر تطبيق إتفاقية "التربس" على صناعة الدواء في مصر ، مركز المعلومات ودعم إتخاذ القرار

مجلس الوزراء ، فبراير ٢٠٠٣ ، ص ص ١١-١٢

(٢) المرجع السابق ، ص ٩

(٣) مركز بحوث التنمية التكنولوجية ، تداول الدواء في القرن الحادي والعشرين ، كلية صيدلة جامعة حلوان المؤتمر القومي الرابع ، ١٧/١٦

مايو ٢٠٠١ ، ص ص ٩-١٤

الإختراع ، أو التى تندرج تحت حقوق المؤلف (الحقوق الأدبية) • وتتميز حقوق الملكية الفكرية عن الحقوق الأخرى فى خاصتين :

الأول: "عدم الإدراك المادى" والتى تنصرف إلى ماهو غير ملموس مادياً ، فهى تتعلق بمعلومة مندمجة فى أشياء ملموسة ، ووفقاً لذلك فإن الملكية الفكرية لا تتمثل فى أشياء ملموسة وإنما تتمثل فى المعرفة والمعلومة المندمجة فى تلك الأشياء ،
أما الخاصية الثانية فهى "الحماية محددة الزمن" وهى تعنى حماية تلك الحقوق فى حدود زمنية .

تتضمن نصوص الاتفاقية تعريف المواد والمنتجات وطرق الإنتاج التى يمكن أن تمنح براءات اختراع لمدة تصل إلى عشرين عاماً من تاريخ التقدم للحصول على البراءة • ويشترط أن يكون الاختراع جديداً ويحتوى على إبداع فنى وأن يكون قابلاً للتطبيق الصناعى • كما أن الحماية امتدت لتشمل المواد (الخامات الدوائية) والمنتجات (المستحضرات الصيدلانية) وكذلك التكنولوجيات المستخدمة وخطواتها •

ويتم تنظيم تطبيق معاهدات حقوق الملكية الفكرية عن طريق منظمة عالمية هى "منظمة الملكية الفكرية العالمية" (WIPO) "World Intellectual Property Organization" وهى وكالة متخصصة تابعة لمنظمة الأمم المتحدة •

خصائص هيكل سوق الدواء فى ظل تطبيق اتفاقية "التربس"

قبل التعرف على خصائص هيكل سوق الدواء فى ظل تطبيق اتفاقية " التربس " لابد فى البداية من تحديد أنواع الأدوية فى هذا السوق ، والتى يمكن أن نسمى لها ثلاث أنواع على النحو التالى (١) :

النوع الأول : الدواء ذو الماركة المسجلة ، وهو الدواء الذى يحمل الإسم الأصلى ويحتوى على التركيبة الأصلية لصناعة الدواء ويخضع لحماية براءة الإختراع •
النوع الثانى : الدواء ذو الماركة المزيفة ، وهو الدواء الذى يحمل الاسم التجارى للدواء الأصلى إلا أنه يحتوى على تركيبة مزيفة وقد تكون ضارة بالصحة ، ويخضع بالتبعية للدواء الأصلى ويسمى إليه •

النوع الثالث : الدواء المثل ، وهو الدواء الذى يصنع محلياً ويحمل وصفة مماثلة للدواء الأصلى ، ويكون له أثر مماثل أو قريب من الدواء الأصلى ، ولا يخضع لحماية براءة الإختراع ، كما أنه لا يضر بسمعة الدواء الأصلى •

الثلاث أنواع السابق ذكرها يتكون منها هيكل سوق الدواء ويتحدد نصيب كل منها فى السوق بناءً على درجة الحماية لحقوق الملكية الفكرية ومدى انضباطها ومراقبتها • والتعرف على خصائص هيكل

(١) مدحت نافع ، ولاء الحسنى ، مرجع سبق ذكره ، ص ص ٢٣-٢٥

سوق الدواء - فى إطار الثلاث أنواع السابق الإشارة لها - نطرح النموذج التالى من خلال ثلاث سيناريوهات :

السيناريو الأول : يعتمد على غياب أى حماية لحقوق الملكية الفكرية • وخصائص هذا السوق هى :

- وجود الثلاث أنواع من الدواء •
- انخفاض مرونة الطلب السعرية •
- الميل لاستخدام الاسم التجارى للدواء •
- المنافسة بين منتجى وبائعى الدواء الأصلي والدواء المثل •
- ينجذب المستهلك للدواء ذو الاسم التجارى (المزيف غالباً) حساب الدواء ذو الاسم الأصلي والدواء المثل •

السيناريو الثانى : يعتمد على وجود حماية قوية للملكية الفكرية مع غياب نظام فعال للرقابة على التطبيق •

خصائص هذا السوق هى:

- يتقلص استخدام الدواء المثل حيث ليس له حماية براءة الاختراع •
- يستأثر الدواء الأصلي والدواء المزيف على هيكل السوق •
- يتزايد حجم سوق الدواء المزيف كلما انعدمت الرقابة •

السيناريو الثالث : يعتمد على وجود حماية للملكية الفكرية ونظام فعال للرقابة على تطبيق هذه الحماية :

خصائص هذا السوق هى :

- يستأثر بالسوق الدواء الأصلي •
- ارتفاع أسعار الدواء المثل، حيث يلزم المنتج والبائع شراء ترخيص من الشركة المالكة لبراءة الاختراع •
- إختفاء الدواء المزيف من هيكل السوق •

مما سبق يتضح أن السيناريو الثالث هو النموذج المثالى لهيكل سوق الدواء ، حيث يختفى الدواء المزيف بآثاره الضارة وينتشر بيع وشراء الدواء الأصلي أو المثل ولكن بأسعار مرتفعة •

أيضاً فى ظل تطبيق اتفاقية حقوق الملكية الفكرية سوف ينقسم سوق الدواء إلى مجموعتين^(١) :

- سوق الدواء المتداول حالياً وسقطت عنه الحماية القانونية للملكية الفكرية •

(١) المجالس القومية المتخصصة اتفاقية الجوانب التجارية المرتبطة بحقوق الملكية الفكرية ومستقبل صناعة الدواء فى مصر ، مرجع سبق ذكره ،

- سوق للدواء الذى سوف يتداول بعد تطبيق الاتفاقية ويتمتع بالحماية القانونية .

بالنسبة للمجموعة الأولى هى التى تحتوى العدد الكبير من الأدوية المتداولة ومن بينها الأدوية المدرجة فى قائمة الأدوية الأساسية لمنظمة الصحة العالمية ، وهذه المجموعة متوقع لها أن تستمر لمدة ١٠-٢٠ عاماً ليتم تدريجياً إحلالها بأدوية المجموعة الثانية صاحبة الحماية القانونية . ويمكن الاستفادة من فترة إحلال أدوية المجموعة الثانية لأدوية المجموعة الأولى ، وذلك بتشجيع إنتاج قائمة أدوية المجموعة الأولى وتطويرها ، وذلك لما لهذه المجموعة من الأدوية من مميزات مثل :

- يمكن إنتاجها محلياً باستخدام تراخيص التصنيع الأجنبية دون قيود على هذه التراخيص .
- انخفاض عناصر تكلفة إنتاجها مثل ، ثمن المعرفة الفنية ، ومقابل التنازل عن حقوق الملكية الصناعية، ومقابل استخدام الاسم التجارى، وتكلفة الكيماويات الدوائية التى لا بد من استيرادها .
- يسمح إنتاجها محلياً أن تكون للشركات المحلية قدرة للتنافس مع الشركات الأجنبية التى تنتج نفس الأصناف ، وذلك لأن إنتاجها سوف يكون بتكلفة ملائمة للمستهلك المحلى .

أما بالنسبة للمجموعة الثانية من الأدوية وهى المحمية قانوناً ببنود إتفاقية حقوق الملكية الفكرية، وهى أدوية المستقبل التى سوف تسود ويستخدم فى صناعتها تكنولوجيات جديدة وعالية التطور ، وتعتمد على البحث العلمى الحديث ووسائله المتطورة التى تختصر الكثير من الوقت والجهد لإنتاج الدواء باستخدام العقول الالكترونية فى توجيه مسار البحث العلمى وحسابات العلاقة بين التركيب الكيمائى والفاعلية البيولوجية ، باستخدام الهندسة الوراثية والبيوتكنولوجيا ، واستخدام التطبيقات الحديثة للطرق الميكروبيولوجية والكيميائية المتطورة فى عمليات التشييد الكيمائى .

أثر تطبيق اتفاقية التربس على سوق الدواء

أهم القواعد فى تطبيق اتفاقية التربس، والتى حلت محل كل الإتفاقيات الدولية الأخرى والقوانين الوطنية، يمكن تلخيصها فيما يلى^(١) :

- توسيع حدود المجالات التكنولوجية والاختراعات التى تشملها الحماية وبالتالي تضيق حدود الإعفاءات التى كانت تمنحها الدول لبعضها البعض .
- توحيد مدة حماية المخترعات بالبراءات فى كل المجالات التكنولوجية على أساس أن تكون ٢٠ عاماً .
- توسيع حقوق الحاصلين على البراءات أو الذين استطاعوا شراء البراءات والحصول عليها .
- تضيق نطاق الترخيص الإجبارى والميل إلى تشديد شروطه ، فى مقابل تحديد الحماية للبيانات السرية أو المغلفة وحقوق التسويق سواء كانت مقصورة أو مطلقة .

(١) معهد التخطيط القومى - مرجع سبق ذكره ، ص ص ٩٠-٩١ .

وفى هذا الصدد نشير إلى أحد النماذج السلبية لتطبيقات اتفاقية حقوق الملكية الفكرية (التربس) :

ذكرت بعض وسائل الإعلام المقروءة ^(١) أن هيئة بحوث وتصنيع الدواء الأمريكية - فارما - تضغط على وزارة الصحة والسكان لمنع تصنيع حوالى ٨٥٠ دواء مصرى مثل لمنتجات هذه الشركات مما يؤدي إلى ضرر بالغ بالصناعة المصرية وحرمان المريض من حقه فى الحصول على دواء بسعر مناسب فى متناول يده لذلك استخدم السيد وزير الصحة والسكان حقه فى استخدام حق "الترخيص الإلجبارى" الذى يعطيه السلطة فى إصدار قرار بإنتاج الأدوية محلياً فى حالة الطوارئ أو مغالاة الشركات المنتجة فى الأسعار بحيث تصبح فى متناول يد المواطن وبسعر مناسب. كما تضامنت نقابة الصيادلة وحثت الصيادلة على عدم التعامل مع البنوك الأمريكية ونقل أرصدة الصيادلة إلى البنوك الوطنية، وكذلك دعوة شركات الأدوية لنقل أرصدها من هذه البنوك ووقف تحصيل مستحقاتهم من الصيدليات عن طريق البنوك الأمريكية. وبناء على ذلك قامت بعض شركات الأدوية الأجنبية بحملة داخلية وخارجية للاضرار بالسوق الدوائية المصرية، بزعم مخالفة بنود اتفاقية "التربس" ووصل الأمر إلى الربط بين ذلك وبين مفاوضات التجارة الحرة مع الولايات المتحدة الأمريكية فى مارس ٢٠٠٥ .

والجدير بالذكر أن الشركات الأمريكية والإنجليزية تساهم فى السوق الدوائى المصرى بأدوية إما مستوردة بالكامل من الخارج أو مصنعة فى شركات أمريكية وإنجليزية تعمل فى مصر، أو مصنعة فى شركات قطاع الأعمال أو بعض الشركات الاستثمارية، وهذه الشركات تحول معظم أرباحها إلى الخارج وأسعار منتجاتها مغالى فيها مقارنة بأسعار الشركات الأخرى، كما أن هذه الشركات تروج - غالباً - لمنتجاتها بطرق غير شرعية مثل إغداق الهدايا والرحلات على الصيادلة والأطباء . كما تقوم تلك الشركات بالاستغناء عن العمالة بدون إبداء الأسباب .

وفى هذا الصدد نشير إلى نجاح الضغوط المؤثرة التى مارستها نقابة الصيادلة لتعزيز المنتج الدوائى الوطنى وذلك بمقاطعة شركة ليلى الأمريكية خاصة لدعمها المتناهى لإسرائيل وتفخرها بذلك بموقعها على شبكة الإنترنت .

كما أشار ملحق البورصة المصرية - الأهرام الاقتصادى - ^(٢) إلى الركود الشديد فى البورصة على مدار الأسابيع التى أعقبت تطبيق إتفاقية التريبس فى الأول من يناير ٢٠٠٥ . وذلك خوفاً من التأثير السلبى للاتفاقية على صناعة الدواء، حيث شهدت التعاملات على أسهم الأدوية حالة من الاستقرار،

(١) - جريدة الأهرام ، العدد ٤٣١٧٥ ٢٠٠٥/٢/٢٠ ص ١٥ ، العدد ٤٣١٧٦ ٢٠٠٥/٢/٢١ ، ص ١ ، ص ١٦ .

- جريدة أخبار اليوم ، العدد ٣١٤٦ ٢٠٠٥/٢/١٩ ، ص ١٢ .

- جريدة الوفد ، العدد ١٠٩٥ ٢٠٠٥/٢/٢٧ ، ص ٣ .

(٢) ملحق البورصة المصرية - الأهرام الاقتصادى ، الركود يهيمن على تعاملات أسهم الأدوية ، فبراير ٢٠٠٥ ، ص ٩

ورفض المستثمرون فى أسهم الأدوية التقدم بعروض لبيع مافى حوزتهم من أسهم ، كما اخفت أيضاً طلبات الشراء وتم تنفيذ صفقات محدودة على بعض الأسهم .

مواجهة الآثار (الاجتماعية والاقتصادية) المترتبة على تطبيق اتفاقية التريس على سوق الدواء (١)

- تشجيع صناعة الأدوية البديلة - ذات نفس الأثر - للأدوية غالية الثمن .
- الاستفادة من حق الترخيص الإجبارى ليشمل عدد من الدول وليس دولة واحدة طالما يشتركون فى نفس الأسباب .
- العمل على حصول مصر على الامتيازات الممنوحة للدول المتأخرة فى الترتيب العالمى ذلك أن ترتيب مصر متقدماً لا يتناسب مع قدراتها التصنيعية التى لا تستخدم التكنولوجيا الحديثة ولا تمتلك نسبة كبيرة من براءات الاختراع .
- تشجيع التعاون الدولى الثنائى فى مجال صناعة الدواء فى مصر .
- استغلال الميزة النسبية لوفرة الأيدى العاملة رخيصة الأجور لينم صناعة الدواء بتكلفة أقل .
- العمل على تشجيع الاستثمار الأجنبى فى مجال صناعة الدواء .
- التنسيق والتعاون بين الدول النامية لمواجهة منافسة الدول المتقدمة .
- توسيع مفهوم الصحة العامة ليشمل الظروف الصحية المتغيرة للمجتمع المصرى مع تحديث الخريطة المرضية دورياً وحصر الأمراض الأكثر انتشاراً .
- تحديد نظام لتسعير الدواء وفق معايير معينة تتفق عليها شركات الأدوية .
- تشجيع البحث العلمى والتطوير فى مجال صناعة الدواء باستخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة .

وتلجأ مصر شأنها شأن الدول النامية إلى عقد اتفاقات ثنائية أو الدخول فى تحالفات دولية حتى تستطيع أن تقلل من الآثار السلبية لتطبيق اتفاقية الجات واتفاقية حقوق الملكية الفكرية على قطاع الدواء ، ومن أهم الاتفاقات التى عقدتها مصر مايلى :

٣٠٣٠٤ اتفاقية المشاركة الأوروبية (٢)

تم توقيع إتفاقية للتعاون الشامل بين مصر والإتحاد الأوروبى عام ١٩٧٧ بالإضافة إلى سعى الإتحاد الأوروبى لإقامة منطقة حرة من خلال إتفاقية المشاركة المصرية الأوروبية . وبموجب هذه الإتفاقية تستفيد مصر من الإعفاءات الجمركية على المواد الخام التى تدخل فى صناعة الدواء وتستورد من دول الإتحاد الأوروبى . كما تمكنها من الاستفادة من نقل التكنولوجيا والمساعدات الفنية والمالية إلى مصر ،

(١) ملحق نافع ، ولاء الحسنى ، مرجع سبق ذكره ص ٤١ - ٤٢ .

(٢) محمد حمدى سالم وآخرون ، دراسة عن قطاع الدواء والمستلزمات الصيدلانية فى مصر لتنمية التجارة البينية العربية فى إطار المتغيرات المحلية

والعالمية ، وزارة الإقتصاد والتجارة الخارجية - ١٩٩٩ .

وكذلك تشجيع رؤوس الأموال فى الاستثمار داخل مصر بالإضافة إلى تحديث أساليب الإنتاج ونقل التكنولوجيا الحديثة وتسهيل استخدامها . وعلى ذلك فإن تطبيق بنود هذه الإتفاقية من شأنه أن يقلل نسبياً من الآثار السلبية لتطبيق اتفاقية الجات والتربس .

الاتفاق بين مصر والسوق المشتركة لدول شرق وجنوب أفريقيا (الكومسا)

بموجب انضمام مصر إلى اتفاق التجارة الحرة بينها وبين السوق المشتركة لدول شرق وجنوب أفريقيا، أصبحت عضواً فى المنطقة الحرة للتجارة لتلك الدول فى بداية عام ٢٠٠٠ . وتأتى أهمية تطبيق هذه الاتفاقية أنها تفتح الأسواق الأفريقية للدواء المصرى الذى يتمتع بسمعة طيبة وقبول من جانب تلك الدول . ولكن تنفيذ هذه الإتفاقية أمامه عدة عقبات أهمها :

- صعوبة النقل براً وبحراً وجواً .
- عدم وجود دراسات تسويقية واقعية عن إحتياجات تلك الأسواق .
- عدم وجود قاعدة للبيانات والإحصاءات الخاصة بمجال صناعة الدواء وحركة تداول الدواء (حجم الإنتاج ، التصدير ، الإستيراد ٠٠٠)

٤٠٣٠٤ تسعير الدواء^(١)

من المتوقع أن يشهد سوق الدواء إرتفاعاً فى الأسعار بعد تطبيق بنود إتفاقية حقوق الملكية الفكرية فى أول يناير ٢٠٠٥ ، وذلك لما سوف يترتب عليه من الإلتزام بدفع عوائد حقوق الملكية الفكرية من براءات الإختراع فى المنتجات الدوائية لأصحاب تلك الحقوق من هذه البراءات مما سوف يزيد من أسعار الدواء فمن المتوقع فى البداية أن تكون الزيادة بسيطة ذلك لأن الإلتزام بتوفير الحماية القانونية لبراءات الإختراع للأدوية المتداولة فى السوق لا تطبق بأثر رجعى ، بالإضافة إلى أن براءة الإختراع لا تمنح للمنتج الجديد فوراً ، ولكنها تأخذ فترة قد تصل إلى عشر سنوات حتى يسمح بتداولها . معنى هذا أن الأدوية الجديدة سوف يبدأ بتداولها فى السوق عام ٢٠١٥ ، وهى فترة يمكن استغلالها لتطوير الأدوية المتداولة .

وفى هذا الشأن من الضرورى الاهتمام بدراسة تكلفة الدواء الفعلية حيث تروج الشركات العملاقة المنتجة للدواء للنفقات التى تتكلفها فى إنتاج الأدوية الجديدة ، حيث لا تفرق هذه الشركات بين التكاليف الفعلية اللازمة لإنتاج دواء وبين الأعباء المالية والإدارية وحملات الدعاية لتسويق الدواء ، بالإضافة إلى المغالاة فى استخدام خامات غالية الثمن للتغليف . والجدول التالى (١٠) يوضح عناصر تكاليف الأدوية يمكن الاعتماد بها كأساس لتسعير الدواء .

(١) المجلس القومية المتخصصة ، نحو تفعيل السياسة الدوائية القومية ، مرجع سابق ص ٧٥-٧٨

جدول رقم (١٠)

عناصر تكاليف الأدوية كأساس للتسعير

البند	النسبة الحالية %	النسبة المقترحة %
- خامات	١٠٠	١٠٠
- مواد تعبئة وتغليف		
- أجور مباشرة		
م. صناعية غير مباشرة	٢٠	١٥
م. إدارية وتمويلية (١)	٣٠	٢٠
م. تسويق	١٥	١٠
أبحاث (٢)	٣	٣
مكتب علمي	٦	٩
إتاوة (٣)	١١,٦	١١,٦
إجمالي التكلفة	٨٥,٦	٧٨,٦
ربح	٢٥	١٥
تعجيل دفع	٤٠,٥	٤٠,٥
م. توزيع	٨,٨٦	٩
ربح الصيدلية (٤)	٢٥	٢٥
ضريبة مبيعات (٥)	٥	٥

المصدر : تقرير المجالس القومية المتخصصة ، لجنة الخدمات والتنمية الاجتماعية ، نحو تفعيل السياسة الدوائية القومية ،

الدورة الرابعة والعشرون ، ص ٧٨ ، ٢٠٠٤

ملاحظات على الجدول السابق :

- (١) بالنسبة للمصاريف الإدارية والتمويلية في الحالات التي تكون فيها أسعار المواد الخام مرتفعة ، يتم تخفيض بعض النسب في بند التكاليف ، ويتبع هذا النظام في بعض الدول النامية - خاصة أمريكا اللاتينية - حسبما ورد في مطبوعات منظمة الصحة العالمية ، وبهذه الطريقة يمكن تخفيض سعر الدواء بنسبة تتراوح ما بين ٢٥% - ٢٠% من المصاريف الإدارية والتمويلية .
- (٢) هناك ضرورة لرفع نسبة الأبحاث من ٣ إلى ٥% على الأقل وبشرط أن يكون بالشركة مركز تكلفة مخصص للأبحاث ، ومنفصل تماماً عن الرقابة .
- (٣) سياسة تحديد الإتاوة يجب ألا تكون مشجعة لقيام الشركات بعمل عقود تصنيع لمركبات سقطت في الملك العام . ولذا يقترح وجود فئتين للإتاوة : فئة ١١,٦% طالما كانت براءة الاختراع سارية ، وفئة أقل بعد سقوط البراءة في الملك العام ، كما يجب تشجيع التعاقد على تصنيع الأدوية المهندسة وراثياً عن طريق إتاوة مميزة .
- (٤) كما هو الحال في عدد من دول أوروبا ، فإن ربح الصيدلة ليس نسبة ثابتة - وإنما متغيرة ، فتزيد في الأدوية منخفضة السعر ، وتنخفض في الأدوية مرتفعة السعر ، مما يساعد على تشجيع بيع الأدوية الإصطناعية .
- (٥) يقترح إلغاء ضريبة المبيعات بالنسبة لقائمة الأدوية الأساسية لمنظمة الصحة العالمية .

أيضاً لابد من الإشارة إلى أنه من الأمور الهامة والحاكمة فى تحديد سعر الدواء الرسوم الجمركية التى تفرض على أغلب مستلزمات الإنتاج مثل المواد الخام ومواد التعبئة والتى تؤدى بدورها إلى ارتفاع الأسعار، وذلك على النحو التالى (١) :

الكيمائيات الدوائية : وهى تخضع للتعريف الجمركية ١٠% ، فيما عدا الإستثناءات التى يصدر بها قرار وزير المالية بإخضاعها لفئة ٥% بناء على موافقة وزير الصحة .

مستلزمات الإنتاج الدوائى والمستلزمات الصيدلانية : وهى الخامات اللازمة لتعبئة وتغليف المستحضرات الدوائية ويفرض عليها رسوماً ٣٠% ، إلى جانب ضريبة مبيعات ١٠% ، ويضاف إلى كل ذلك رسوم متنوعة ٣% - ١% من إجمالى القيمة الفعلية .

السماح المؤقت والدورباك : هناك صعوبة فى التعامل من خلال نظامى السماح المؤقت والدورباك ، وخاصة فيما يتعلق بالضوابط والشروط التى تحدد نسبة العادم والتالف خلال عملية التصنيع . بالإضافة إلى متطلبات مصلحة الجمارك بتقديم تأمين نقدى بقيمة الضرائب والرسوم المستحقة ، أو تقديم ضمان مصرفى يعادل هذه الاستحقاقات أو تقديم وثيقة تأمين ، ومن ثم تجمد الشركات جزء من أموالها بما يقلل من مقدرتها على الإنتاج .

بناءً على ماسبق (٢) فإن الدواء من السلع التى لا يجب أن يترك تسعيرها لمنتجها ، ولكن من الضرورى أن تتدخل الدولة لفرض تسعيرة جبرية ويتم ذلك من خلال لجنة خاصة ، وتعتمد قائمة الأسعار من وزير الصحة والسكان . وما تقوم به الحكومة المصرية من تسعير جبرى للأدوية تقوم به مختلف دول العالم (ماعدا الولايات المتحدة الأمريكية) . ودائماً هناك صراع بين الشركات المنتجة للأدوية وبين الحكومة ، حيث تطالب تلك الشركات بضرورة تحرير الدواء من التسعير الجبرى ، باعتبار أن قانون الإستثمار قد نص على حرية المنتج فى تسعير منتجاته ، بالإضافة إلى تذبذب ارتفاع قيمة العملات الأجنبية (الدولار الأمريكى - الجنيه الاسترلى) واتجاهها دائماً نحو الارتفاع فى مقابل انخفاض سعر الجنيه المصرى مما يحمل الشركات تكلفة عالية لاستيراد المادة الخام ومستلزمات الإنتاج التى نستورد معظمها .

وقد تنبّهت الدولة لهذه المشكلة لذلك سعت لإنشاء صندوق خاص لدعم الدواء يساهم فى توفير الفارق بين الأسعار الاقتصادية العادلة والأسعار المدعومة لغير القادرين مع وجود آليات مرنة فى تسعير الدواء والتفرقة بين الأدوية الأساسية (طبقاً لقائمة منظمة الصحة العالمية) وغير الأساسية .

(١) هيلة موسى ، السياسة الدوائية ودعم التوجه نحو الإستثمار فى مجال صناعة الدواء ، مرجع سبق ذكره ص ١٧ .

، الحزب الوطنى ، ص ١٧ ، ٢٠٠٣

(٢) زكريا جاد ، نظرة على الجوانب الاقتصادية للصناعات الدوائية فى مصر ، ندوة اقتصاديات الدواء الآمن تصنيعاً وإستهلاكاً وتصديراً ،

مركز البحوث والدراسات التجارية - كلية تجارة ، جامعة القاهرة ، ص ٣٥ ، ٢٠٠٢/١٢/١٥ .

وفى هذا الصدد نشير إلى أن لجنة الصحة بمجلس الشعب عدلت المادة (٢٠) من مشروع قانون حماية الملكية الفكرية والخاصة بصناعة الدواء لتنص على تأسيس صندوق لدعم أسعار الدواء غير المعد للتصدير لتحقيق وضمان عدم تأثير أسعار الأدوية مستقبلاً على القدرة الشرائية للمستهلك وكذلك لرفع المعاناة عن مصانع الأدوية فى ظل تذبذب العملات الأجنبية مقابل الجنيه المصرى .

وباعتبار أن الدواء سلعة تختلف عن السلع الأخرى فإن الإطار الذى يحكم تسعيرها يختلف أيضاً عن الإطار الذى يحكم تسعير السلع الأخرى الذى تتحكم فيه آليات السوق من عرض وطلب وتؤثر فى أسعارها صعوداً وهبوطاً ، فتلك الآليات لا يمكن تطبيقها فى سوق الدواء لعدة أسباب أهمها (١) :

- الاحتياج للسلعة قهرى فى حالات المرض .
- قرار الشراء لا يقع على المستهلك ولكن القرار يتخذه الطبيب (وأحيانا الصيدلى)
- قيمة مايشترى قد يدفعه المريض فقط أو بالاشتراك مع هيئات تأمينية أو نظم للرعاية الصحية .
- إن آلية العرض والطلب ليست مباشرة لأن التعامل يتم من خلال الهيئات العلاجية (أطباء - صيادلة) ، وقد سمح هذا الوضع لشركات الأدوية العملاقة أن تحقق معدلات ربحية عالية جداً ، مما أجبر الحكومات على التدخل فى تسعير الدواء .
- استفادت شركات الأدوية من تزايد حجم الإنتاج نتيجة تزايد الطلب على الدواء الناتج عن تزايد حجم السكان مع تطور زيادة العمر عند الميلاد وأثر ذلك على زيادة الاحتياج للعلاج بالأدوية .

نظراً لأن الدواء من السلع الهامة ذات البعد الاجتماعى ، فإن الدولة تضع استقرار وتثبيت أسعاره فى مستوى مناسب لمستويات الدخل كأحد أهدافها الإستراتيجية وقد نجحت فى ذلك لفترة طويلة ، إلا أن أسعار الدواء شهدت ارتفاعاً خلال السنوات القليلة الماضية ، حيث ارتفع مستوى الأرقام القياسية لتكاليف الصحة والعلاج ، وكذلك الأرقام القياسية لأسعار الدواء بنسب متزايدة سنوياً . ويتضح ذلك باستخدام بيانات عن الفترة من ١٩٩٤ - ٢٠٠٢^(٢) كأساس للمقارنة والموضحة بالجدول (١١) حيث وجد أن سعر العبوة الواحدة قد ارتفع من ٣,٧٩ جنيه عام ١٩٩٤ إلى ٦,١٥ جنيه عام ٢٠٠٢ ، بمعدل زيادة سنوى يبلغ متوسط ٢٩,٥ قرش للعبوة .

(١) المجلس القومى المتخصصة ، اتفاقية الجوانب التجارية المرتبطة بحقوق الملكية الفكرية ومستقبل صناعة الدواء فى مصر . مرجع سبق ذكره ،

ص ص ١٦٦-١٦٧

(٢) المجلس القومى المتخصصة ، تقرير المجلس القومى للخدمات والتنمية الاجتماعية ، نحو تفعيل السياسة الدوائية القومية ، ص ص ٧٥-٧٧

، ٢٠٠٣ .

جدول (١١)

تطور مبيعات الأدوية عن طريق الصيدليات

عدد الوحدات		القيمة		متوسط سعر العبوة	
السنة	بالمليون	مليون جنيه	مليون دولار	بالجنيه	بالدولار
١٩٩٤	٦٠٣,١	٢,٢٨٤٠	٦٧٦,٤	٣,٧٩	١,١٢
١٩٩٥	٦٢٥,٦	٢,٥٧٥١	٧٥٩,١	٣,١٢	١,٢١
١٩٩٦	٦٠١,١	٢,٧٣٢٨	٨٠٣,٥	٤,٥٥	١,٣٤
١٩٩٧	٦٩٧,١	٣,٣٥٧٩	٩٨٨,٩	٤,٨٢	١,٤٢
١٩٩٨	٦٨٦,٦	٣,٤٨٩٧	١,٢٢٥	٥,٠٨	١,٤٩
١٩٩٩	٧١٠,٣	٣,٧٧١٥	١,١٠٢٩	٥,٣١	١,٥٥
٢٠٠٠	٧٢٤,١	٣,٩٩٣٠	١,١٢٩٩	٥,٥١	١,٥٦
٢٠٠١	٧٧٢,١	٤,٣٣٤٧	١,٠٧٠٩	٥,٦١	١,٣٩
٢٠٠٢	٧٧٩,٥	٤,٧٩٤٨	١,٣٥٨	٦,١٥	١,٣٣

المصدر : المجالس القومية المتخصصة ، تقرير المجلس القومي للخدمات والتنمية الاجتماعية ، نحو تفعيل السياسة الدوائية القومية ،

ص ٧٦ ، ٢٠٠٣ .

وأدى ارتفاع عدد شركات الدواء (٢٢ شركة عام ١٩٨٩ - ٤٠ شركة عام ١٩٩٧ - ٥٩ شركة عام ٢٠٠٢) إلى زيادة عدد الأصناف المسجلة بوزارة الصحة والسكان إلى أكثر من ٥٠٠٠ صنف ، وفى عام ٢٠٠٣ ارتفع عدد المصانع إلى ٦٧ مصنعا وعدد الأدوية المسجلة إلى ٦٢٧٥ صنف ٠ وهى أصناف أغلبها لها بديل وينتجها القطاع العام بأسعار تقل عن الأسعار التى تطالب بها الشركات الخاصة التى دائماً تطالب برفع سعر الدواء بالرغم من أن الحسابات الختامية لأغلب تلك الشركات تشير إلى ارتفاع معدلات أرباحها ٠

وبالرغم من التحديات الاقتصادية والمتغيرات العالمية التى تواجه الدولة ، وبالرغم من الضغوط التى تمارسها شركات الأدوية الخاصة إلا أن الدولة استطاعت أن توفر الدواء بمستوى أسعار مناسب للظروف الاقتصادية خاصة لمجموعة الأدوية الأساسية ، فمثلاً نسبة الأدوية ^(١) التى تباع للجمهور بسعر أقل من خمسة جنيهات تصل إلى ٣٢% ونسبة تلك التى تباع بسعر من ٥-١٠ جنيهات تصل إلى ٢٢% ونسبة تلك التى تباع بسعر بين ١٠-٢٠ جنيهاً تصل إلى ٢٠% ٠

إن تسعير الأدوية عملية تتطلب أن يراعى فيها التوازن بين البعد الاجتماعى لتوفير الدواء بسعر مناسب وبين اقتصاديات الإنتاج ٠ وأفضل السبل لتحقيق هذا التوازن هو الرجوع لكشوف منظمة الصحة العالمية التى تصدر كل فترة موضحاً بها أسعار الخامات الدوائية اللازمة لإنتاج المستحضرات الأساسية ٠ وأيضاً يمكن فى حال ارتفاع تكاليف إنتاج الأدوية من خامات عالية الثمن ، أن يتم تخفيض نسب المصاريف الإضافية (الإدارة - التسويق ٠٠ الخ) كما تفعل دول أمريكا اللاتينية ٠

(١) جميلة موسى ، السياسات الدوائية ودعم التوجه نحو الإستثمار فى مجال صناعة الدواء ، مرجع سبق ذكره ص ١٦

إن تحقيق سعر مناسب للدواء يتطلب الشفافية والمصداقية لدى كل من شركات الأدوية والجهات المسؤولة عن التسعير وضماً في الاعتبار الحرص على مصلحة الشركات وفي نفس الوقت الإيمان بحق المواطن في الحصول على الدواء وعن بعض السبل التي يمكن باتباعها أن ينخفض أسعار الدواء^(١) :

- ضبط تكاليف الدعاية والإنتاج ووسائل الترويج في الحملات .
- ضبط صرف العينات المجانية وربطها بكمية المبيعات والأصناف حسب أهميتها العلاجية وحدثتها .
- تخفيض نسب المصاريف الإدارية التسويقية وربطها بزيادة قيمة المبيعات .
- إعادة دراسة أسعار الخامات عند الإنتاج ، وإعادة التسعير ومقارنة ذلك بالأسعار العالمية والتعامل مع مصادر متعددة لتوريد الخامات .

٥٠٣٠٤ ترشيد إستهلاك الدواء

إن ترشيد إستهلاك^(٢) الدواء من القضايا الهامة المؤثرة في سوق الدواء ويتحمل الأطباء وشركات إنتاج الدواء العبء الأكبر لهذه القضية بالإضافة إلى الصيدلة والمكاتب العلمية للشركات المنتجة للدواء .

فالطبيب يحاول تأمين علاج المريض بتكلفة مناسبة، في حين تحاول شركات الدواء تعظيم أرباحها من خلال إنتاج أدوية حديثة ، ليست بالضرورة أكثر فاعلية ولكن غالباً أعلى سعراً ، لذلك تميل الشركات الكبرى لإنتاج الأدوية التي تحتاجها أسواق الدول المتقدمة (ذات القدرة الشرائية الكبيرة) وتتردد وقد تحجم عن إنتاج الأدوية التي تحتاجها أسواق الدول النامية والفقيرة (ذات القدرة الشرائية الضعيفة) .

وأيضاً تهتم صناعة الدواء بالترويج لاستعمال الأسماء التجارية والتي لا تعبر عن التركيب أو الأثر، بينما يفضل المختصون ومنظمة الصحة العالمية الاسم العلمى وذلك للسهولة والأمان ورخص الثمن، وتدافع شركات الدواء عن وجهة نظرها بأن الاسم التجارى يحمل شارة الشركة وتستطيع أن تتحمل مسؤوليته، إضافة إلى أن هناك بعض الإضافات الحيوية والهامة وسر الصناعة الذى يمكن أن يضيف إلى فاعلية الدواء ويقلل من آثاره الجانبية .

وقد أشارت بعض الدراسات إلى أن زيادة إستهلاك الدواء يعود إلى تأثير الدعاية غير الموجهة علمياً ، والتي تتم عن طريق المندوبين خاصة بالدول النامية ، على مبيعات الدواء ، لذلك فإن دور الدعاية العلمية هام خاصة بالنسبة للأدوية الجديدة . وهنا يجب التأكيد على ضرورة التوازن بين مصلحة المريض المتمثلة في إتاحة الفرصة للطبيب المعالج لاختيار أنسب أنواع الأدوية سواء من الناحية العلمية أو الناحية الاقتصادية وبين حق الشركات فى استمرار نموها .

(١) المجالس القومية المتخصصة نحو تفعيل السياسة الدوائية القومية ، مرجع سبق ذكره ، ص ٧٩

(٢) أكاديمية البحث العلمى والتكنولوجيا ، مرجع سبق ذكره ، ص ٣٣٦ - ٣٤٠

وترجع أسباب الزيادة فى استهلاك الدواء إلى :

- يصف الأطباء دواء لمرضى لا يعانون من أمراض تحتاج إلى دواء (فيتامينات ، منشطات ، أدوية منومة ٠٠٠ الخ) :
- تلف عبوات الأدوية بسبب عدم الاستعمال المنظم والمستمر حتى إنتهاء العبوة
- استجابة الأطباء لما يمليه عليهم المرضى من أصناف دوائية متأثرين بالمعلومات الطبية غير الكاملة التى حصلوا عليها من وسائل الإعلام .
- الإسراف فى صرف الأدوية نتيجة عدم التأنى فى فحص المريض والوصول إلى التشخيص السليم، ونتيجة لارتفاع تكاليف التشخيص (أشعة ، تحاليل ٠٠ الخ).

وبناء على ماسبق فإنه يلزم لترشيد إستهلاك الدواء ^(١) ^(٢) :

- توفير المعلومات الدوائية للطبيب فيما يخص الفاعلية والأمان والتكلفة للأدوية المتداولة، لما لذلك من أهمية فى ترشيد الدواء عند وصفه للمريض ، وتقع مسئولية توفير المعلومة بحياد تام على وزارة الصحة والسكان، والنقابات المهنية والجمعيات الطبية .
- إعادة تسجيل الأدوية بصفة دورية لاستبعاد الأدوية المتقدمة .
- تقنين صرف بعض المجموعات الدوائية عن طريق التذكرة الطبية مثل المضادات الحيوية واسعة الطيف، أدوية الروماتيزم الحديثة، أدوية الأعصاب والقلب .
- حث الأطباء على كتابة الاسم العلمى للدواء، على أن يسبق ذلك توفير الضمانات التى تؤكد التكافؤ الحيوى للبدائل المختلفة .
- الإشراف الفعال على الإعلام والترويج عن طريق أجهزة وزارة الصحة والسكان ونقابات المهن الطبية .
- الحد من عدد البدائل والمتماثلات، بحيث لا تزيد على أربعة أصناف .
- تحديد عبوات الأصناف بما يتفق مع الجرعات العلاجية .
- تشجيع الندوات العلمية بعيداً عن تأثير وسيطرة شركات الدواء .
- التوسع والاهتمام بالتعليم الطبى عن خواص الدواء وكتابة التذكرة الطبية واقتصاديات العلاج والآثار الجانبية لسوء الإستخدام .
- الاهتمام بالتعليم الطبى فى مجال التداوى واستعمالات الأدوية سواء فى مراحل التعليم الطبى الأولى أو فى الدراسات العليا أو التعليم المستمر مع التركيز على اقتصاديات العلاج .

(١) المجالس القومية المتخصصة نحو تفعيل السياسة الدوائية القومية ، ص ٨٨-٩٠ ، ٢٠٠٣

(٢) أكاديمية البحث العلمى والتكنولوجيا ، مرجع سبق ذكره ، ص ٣٤٠

٦٠٣٠٤ أثر بعض التغيرات الاقتصادية العالمية على سوق المنتجات الدوائية

تأثرت صناعة المنتجات الدوائية بالتغيرات الاقتصادية العالمية حيث سيطرت بعض الشركات العملاقة والمتعددة الجنسيات والعبارة للقارات - بالدول الكبرى الغنية - على النصيب الأكبر من سوق مبيعات الدواء ففي عام ٢٠٠٣^(١) بلغت نسبة مبيعات الدواء بأمريكا الشمالية ودول غرب أوروبا أكثر من ثلثي حجم السوق العالمي للدواء (٣٩% - ٢٤% على التوالي) ، واليابان خمس حجم السوق (٢٠%) أما باقي الدول بآسيا ، والشرق الأوسط ، وشرق أوروبا ، وأفريقيا ، وإستراليا بلغ حجم مبيعاتها مجتمعة ١٧% من إجمالي حجم مبيعات الدواء . وتلك المجموعة الأخيرة من الدول هي الأكثر فقراً والأشد احتياجاً للدواء نظراً لارتفاع معدلات الإصابة بالأمراض بها ، وارتفاع معدلات الوفيات ، بالإضافة إلى تدنى مستويات الإصحاح البيئي ، وضعف النظم الصحية بها .

وقد أدت تلك التغيرات إلى ظهور التكتلات الإستراتيجية والاندماج والتكامل بين الشركات العملاقة للدواء . وسوف نلقى بالضوء سريعاً على تلك التغيرات على النحو التالي^{(٢)(٣)}:

التكامل والاندماج بين شركات الدواء

انتشرت ظاهرة اندماج شركات الأدوية أو شراء شركة لأسهم شركة أخرى أو بعض الأسهم ، وذلك في بداية التسعينات من القرن الماضي بهدف زيادة حجم المبيعات والسيطرة على النصيب الأكبر من السوق العالمي . فمثلاً عندما اشترت شركة جلاسكو ويلكوم عام ١٩٩٥ في صفقة بلغت ٩,٤ بليون جنيه إسترليني تحقق للعملاق الجديد حجم مبيعات قدرة ٧,٩٨١ بليون جنيه إسترليني ، وأصبحت تلك الشركة هي الأكبر على مستوى العالم في ذلك الوقت (٥,٣% من حجم السوق العالمي) .

تعتبر صناعة الأدوية والصناعات الكيماوية ، في عام ١٩٩٩ ، من أهم خمس قطاعات صناعية من حيث عمليات التكامل والاندماج العابرة للحدود . وتهدف الشركات من وراء ذلك إلى زيادة القوة السوقية وتعزيز إستراتيجيات الإبداع ، ولكن ذلك كان على حساب الدول النامية ذات القدرات المحدودة في مواجهة الشركات العملاقة عابرة الحدود والقارات . ونعرض لأهم الآثار السلبية لاندماج وتكامل شركات الدواء على الدول النامية ومنها مصر على النحو التالي:

(١) بيانات مركز معلومات الدواء العربي ، وزارة الصحة والسكان ،

(٢) محمد رؤوف حامد مستقبل صناعة الدواء في مصر والمنطقة العربية ، مرجع سبق ذكره ، ص ص ٢٢-٢٣ .

(٣) معهد التخطيط القومي ، مرجع سبق ذكره ، ص ص ٩٠-٩١ .

تعظيم القوة السوقية

مما لا شك فيه أن اندماج شركات الدواء مع بعضها البعض أو شراء أسهم بعض الشركات من شأنه أن يزيد من الصفة الاحتكارية لتلك الشركات، مما ينعكس مباشرة وبشكل مؤثر فى نظام الأسعار وبالتالى يقلل من فرص توسيع خيارات المستهلك مما قد يعرض حياته للخطر . وبالطبع سوف يؤثر ذلك على توزيع الدخل بالنسبة للفرد وأيضاً الدولة التى عليها التزام بتوفير الدواء الآمن والفعال وبالسعر المناسب لكافة المواطنين .

التأثير على الإبداع

تتسم عمليات الاندماج والتكامل بجذب وتعظيم القدرات التمويلية والإبداعية اللازمة للبحوث والتطوير وإنشاء قاعدة من القدرات والمهارات البشرية فى ميدان العلم والتكنولوجيا . ويتم ذلك على حساب المنشآت الصغيرة والمتوسطة المتخصصة فى الإبداع والتى سوف تدمجها الشركات العملاقة ضمن الدورة الكبرى لاختراعاتها .

وقد ظهرت أول عملية للاندماج والتكامل فى سوق الدواء المصرى عندما اشترت شركة جلاسكوويلكوم البريطانية ٩٠% من أسهم شركة آمون (قطاع خاص) وبذلك زادت حصتها السوقية للدواء فى مصر من ٦% إلى ١٠% .

التحالفات الإستراتيجية بين شركات الدواء

منذ منتصف الثمانينات بدأت ظاهرة التحالفات الإستراتيجية بين شركات الدواء بهدف تطوير صناعة الدواء فى مجالات تصميم الأدوية الكيميائية أو التكنولوجيا الحيوية ، أو التوصل إلى أشكال صيدلية جديدة بالإضافة إلى التحالفات التى استهدفت التسويق والترويج والإنتاج ، وتشير الإحصاءات فى هذا الشأن إلى أن التحالفات فى مجال التكنولوجيا الحيوية هى الأكثر انتشاراً .

والهدف الأساسى لتلك التحالفات هو تكوين كيانات قادرة على إنقاص أوجه الإنفاق وزيادة الإيرادات وتعظيم معدلات الأرباح وتمتد قدرات المؤسسات العملاقة للحدود والقارات - وهى المنتمية للدول الغنية (أمريكا - أوروبا الغربية) إلى التأثير على سياسات تنظيم وتعبئة وتسعير الدواء وتسجيل الدواء للحكومات خاصة الدول النامية والفقيرة، وذلك من خلال التعاقدات التى تسيطر بها على أجهزة البحث والتطوير الحكومية أو الخاصة بتلك الدول .

وتشير المستجدات فى البيئة الدولية لصناعة الدواء فى شأن الاندماج والتحالفات بين الشركات وبعضها البعض إلى ظهور بعض السلبيات والتي من أهمها (١) :

- ان الاندماجات والتحالفات لا تؤدي بالضرورة وبشكل تلقائي إلى تحسن المبيعات والقدرات البحثية . بل إن المؤشرات تشير إلى انخفاض فى معدلات الإنتاج والبحوث والتطوير مقارنة بما سبق .
- أنه ثبت عملياً أن شركات صغيرة أو متوسطة الحجم قد تمكنت بإدارة واعية وميزانيات بحثية منخفضة نسبياً (أقل من ٣٠ مليون دولار) أن تتوصل إلى مواد دوائية جديدة وإلى تحقيق تنافسيات وتحالفات لها وجود على المستوى العالمى ، وم أمثلة ذلك شركة الميرال برديوس فارما بأسبانيا وشركة تيفا بإسرائيل .

(١) محمد رؤوف حامد ، الإتجاهات الاقتصادية والإستراتيجية ، مرجع سبق ذكره ص ١٣

أهم التوصيات

سوف نعرض سريعاً لبعض أهم التوصيات لمواجهة التحديات التي تواجه صناعة الدواء وأسواقه وذلك سواء على المستوى المحلى العربى والعالمى:

- تشجيع صناعة الأدوية البديلة - ذات نفس الأثر - للأدوية غالية الثمن .
- تشجيع التعاون الدولى الثنائى فى مجال صناعة الدواء .
- إستغلال الميزة النسبية لوفرة الأيدى العاملة رخيصة الأجور .
- العمل على تثبيت سعر الصرف لتشجيع تدفق رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار فى مجال صناعة الدواء .
- التنسيق والتعاون بين الدول النامية لمواجهة منافسة الدول المتقدمة .
- تحديد نظام لتسعير الدواء وفق معايير معينة تتفق عليها شركات الأدوية .
- تشجيع البحث العلمى والتطوير فى مجال صناعة الدواء باستخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة وتشجيع إنتاج براءات الاختراع فى مجال صناعة الأدوية فى مصر ، وزيادة ميزانيات البحوث والتطوير ، حيث تنفق الشركات الكبرى حوالى ١٢% - ٢٠% من عائداتها على البحوث والتطوير بينما تنفق الشركات المحلية حوالى ٢% .
- محاولة الوصول إلى الأسواق الصغيرة التى ليس لها أهمية إقتصادية بالنسبة للشركات العالمية .
- تدعيم التنمية الرأسية لصناعة الدواء .
- تطوير صناعة الدواء بالشركات العاملة حالياً بحيث يتفق إنتاجها ومعايير الجودة الشاملة عالمياً مع استخدام تقنيات الإنتاج التى تعطى منتجاً دوائياً يوفر لها طلباً عالمياً .
- إنشاء مجلس أعلى لمراقبة أسعار الدواء يبحث فى توفير الدواء للأمراض المنتشرة فى كل بلد عربى طبقاً لطبيعة كل بلد ، وهذا المجلس من حقه تحديد أسعار الدواء طبقاً لما تقتضيه ظروف كل دولة وبما يحقق العدالة لشركات الأدوية .
- التكيف الإيجابى مع اتفاقية حماية حقوق الملكية الفكرية بمعنى أن تكون الصناعة الدوائية العربية مصدرة وليست مستوردة فقط .
- تنسيق التنافسية العربية فى أسواق الدواء أخذاً فى الاعتبار تكامل الاتجاهات التكنولوجية (مثل : التشكيل الصيدلى - التكنولوجيا الحيوية - التشبيد الكيماى ٠٠ الخ) على المستوى العربى مع إتاحة التنافس داخل كل اتجاه .

المراجع

- إبراهيم جميل بدران ، التكنولوجيات الجديدة والمستحدثة فى مجال الصحة والدواء ، أكاديمية البحث العلمى والتكنولوجيا - الشبكة القومية للتنمية التكنولوجية ، ١٩٩٤ .
- احمد صالح ، الدواء تحت الحصار الإقتصادى ، مجلة الإقتصادى ، العدد ١٨٢٣ ، ٢٠٠٣ .
- أكاديمية البحث العلمى والتكنولوجيا ، دراسة حالة قطاع الصناعات الدوائية فى التسعينات ، مجلس البحوث الطبية - شعبة بحوث الدواء ، ، ١٩٩٤ .
- التقرير السنوى للرقابة المالية وتقويم الأداء لقطاع شركات الأدوية ، الجهاز المركزى للمحاسبات ، جمهورية مصر العربية .
- تقرير المجالس القومية المتخصصة . لجنة الخدمات والتنمية الاجتماعية:
- * إتفاقية الجوانب التجارية المرتبطة بحقوق الملكية الفكرية ومستقبل صناعة الدواء فى مصر ، الدورة السابعة عشره ١٩٩٧/٩٦ .
- * نحو منظومة عربية صحية فى إطار سوق عربية مشتركة للصحة والغذاء الدورة الحادية والعشرون ٢٠٠١/٢٠٠٠ .
- * نحو تفعيل السياسة الدوائية القومية ، الدورة الرابعة والعشرون ، ٢٠٠٤/٢٠٠٣ .
- جميلة موسى ، السياسات الدوائية ودعم التوجه نحو الإستثمار فى مجال صناعة الدواء ، لجنة الصحة المنبثقة من الحزب الوطنى الديمقراطى ، ٢٠٠٢ .
- جميلة موسى ، بيانات مركز معلومات الدواء العربى ، وزارة الصحة والسكان .
- زكريا جاد ، نظرة على الجوانب الإقتصادية للصناعات الدوائية فى مصر ، ندوة إقتصاديات الدواء الآمن تصنيعاً وإستهلاكاً وتصديراً ، مركز البحوث والدراسات التجارية - كلية تجارة - جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢/١٢/١٥ .
- سمير علام ، القدرات التنافسية لشركات قطاع الدواء المصرى (المشكلة ومداخل التحسين) مؤتمر إقتصاديات الدواء الآمن تصنيعاً وإستهلاكاً وتصديراً ، مركز البحوث والدراسات التجارية ، كلية التجارة - جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢ .
- سيد محمد جاد الرب ، المنظمات الصحية والطبية - منهج متكامل فى إطار المفاهيم الإدارية الحديثة ، دار النهضة العربية ، ١٩٩٧ .
- عبد المنعم عبيد ، نحو هيكلة إجتماعية إقتصادية شاملة لقطاع الرعاية العامة ، منتدى السياسات العامة ، كلية الإقتصاد والعلوم السياسية ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٧ .
- محمد حمدى سالم وآخرون ، دراسة عن قطاع الدواء والمستلزمات الصيدلانية فى مصر لتنمية البيئة العربية فى إطار المتغيرات المحلية والعالمية ، وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية ، مركز تنمية الصادرات المصرية ، ١٩٩٩ .

- محمد رؤوف حامد ، الاتجاهات الاقتصادية والاستراتيجية ، الصناعات الدوائية العربية فى مواجهة متغيرات البيئة الدولية وعلى وجه الخصوص اتفاقية التربس ، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية .
- محمد رؤوف حامد ، مستقبل صناعة الدواء فى مصر والمنطقة العربية ، كراسات مستقبلية ، المكتبة الأكاديمية ١٩٩٧ .
- محمد رؤوف حامد الصناعات الدوائية العربية فى مواجهة متغيرات البيئة الدولية وعلى وجه الخصوص إتفاقية التربس ، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية .
- محمد عوض تاج الدين ، محمد رؤوف حامد ، السياسات الدوائية فى مصر ، الأوضاع - الإنشكاليات - المستقبلات ، مركز دراسات وإستشارات الإدارة العامة - منتدى السياسات العامة ، كنية الإقتصاد والعلوم السياسية - جامعة القاهرة ، أبريل ٢٠٠٣ .
- منحت نافع ، ولاء الحسينى ، أثر تطبيق إتفاقية تربس على صناعة الدواء فى مصر - مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار مجلس الوزراء إتخاذ القرار ٢٠٠٣
- مصطفى إبراهيم محمد ، الصناعات الدوائية هل توحد العرب ، الأهرام الإقتصادى ، العدد ١٦٦٧ ، ٢٠٠٠/١٢/٢٨ .
- معهد التخطيط القومى ، تقرير التنمية البشرية - مصر ، ٢٠٠٠/٢٠٠١ .
- ملحق البورصة المصرية - الأهرام الإقتصادى - الركوند يهيمن على تعاملات أسهم الأدوية ، فبراير ، ٢٠٠٥

<Http://www:arabonline.orgprintasn?Fname=/data/٢٠٠٥.٠٢/٥٢-٠١/٤٢Ihtm.>

ملخص دراسة سوق الادوية وأهم النتائج والتوصيات

مقدمة

قطاع الدواء من القطاعات الإستراتيجية اقتصادياً واجتماعياً لما له من تأثير مباشر على صحة الفرد والمجتمع واقتصاديات العلاج والتكلفة .

لذلك فالدستور المصري يؤكد على إلزام الدولة بتوفير الرعاية الصحية لجميع المواطنين وإشباع احتياجاتهم الصحية، خاصة من دواء آمن وفعال وبسعر مناسب .

الدواء خلافاً لأي سلعة أخرى - ليس لمستهلكها حرية اختيارها ويقوم بذلك بدلاً عنه كل من الطبيب كواصف للدواء والصيدلي كمقدم وموزع وبائع للدواء .

أيضاً يتميز الدواء بخصوصية لا تتوفر في أي سلعة أخرى، في مراحل تصنيعه وإجراءات تداوله التي يشارك فيها العديد من التخصصات العلمية المختلفة من صيادلة وأطباء ومهندسين وزراعيين وماليين وإداريين وفنيين . الخ .

أحدثت التغيرات العالمية اقتصادياً واجتماعياً خاصة في ظل العولمة وتوقيع اتفاقيات منظمة التجارة العالمية - ومن أهمها اتفاقية الملكية الفكرية- تأثيرات جوهرية في قطاع الدواء كسلعة تتداول عبر شركات كبرى عملاقة تتحكم في سوق الدواء العالمي سواء في العالم المتقدم أو الدول النامية ومنها مصر .

بالرغم من أن صناعة الدواء في مصر تمتد جذورها إلى ١٩٤٠/٣٩ إلا أنها تعاني من التحديات التي فرضتها التغيرات العالمية بالإضافة إلى تحديات فرضتها الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية التي مرت بها البلاد .

وبناء على ذلك فإن التعرف على سوق الدواء في مصر وإلقاء الضوء على أهم المتغيرات المحلية والعالمية المؤثرة فيه يعد أمراً ضرورياً وهاماً للوقاية ثم مواجهة الآثار السلبية لتلك المتغيرات ومحاولة التصدي لها وذلك حتى تستطيع الدولة أن تفي بالتزاماتها نحو توفير الدواء .

ومن هذا المنطلق فإن الدراسة تهدف إلى :

- التعرف على واقع صناعة الدواء وأهم السياسات المرتبطة .
- تحليل أهم المشكلات والتحديات المؤثرة في سوق الدواء .

ولتحقيق أهداف الدراسة تم تناول واستعراض وتحليل خصائص سوق الدواء فى ثلاث فصول على النحو التالى :

١٠٤ حول قطاع الدواء

تناول هذا الفصل بعض ما يحيط بالدواء من مفاهيم عن خصوصيته، ومراحل تصنيعه، والسياسات الدوائية إستراتيجية صناعية ومنظومة الدواء ثم أهميته كسلعة استهلاكية .

٢٠٤ واقع سوق الدواء

تناول هذا الفصل بعض أوضاع سوق الدواء فى مصر والوطن العربي و العالم . حيث يلقى بالضوء على أوضاع سوق الدواء فى مصر من خلال استعراض مراحل تطور قطاع الدواء وواقع سوق الدواء ثم استعراض بعض الملامح لشركات دواء القطاع العام .

ثم تناول أوضاع سوق الدواء العربي من خلال استعراض لبعض مؤشرات سوق الدواء العربي، ثم إلقاء الضوء على صناعة الدواء العربي من خلال استعراض أهم مصادر قوتها وضعفها والتحديات التي تواجهها، ثم متطلبات وآليات تدعيم صناعة الدواء العربي . ثم ينتهى هذا الفصل بإلقاء الضوء على أوضاع سوق الدواء العالمي من خلال رصد لبعض المتغيرات العالمية فى سوق الدواء ثم استعراض لبعض مؤشرات سوق الدواء العالمي .

بعض العوامل المؤثرة فى سوق الدواء

تناول هذا الفصل بعض أهم العوامل التي تؤثر فى سوق الدواء مثل التكنولوجيا والبحث العلمي، وأثر اتفاقية حقوق الملكية الفكرية، وتسعير الدواء، وترشيد استهلاكه، بالإضافة إلى استعراض لبعض المتغيرات والمستجدات العالمية على سوق المنتجات الدوائية مثل التكامل والاندماج والحالفات الإستراتيجية بين شركات الدواء .

وفيما يلى أهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج وتوصيات :

حول قطاع الدواء

تكمن خصوصية صناعة الدواء فى أنها صناعة لا يمكن الاستغناء عنها وأنها تتطور باستمرار وتعتمد فى ذلك على البحث العلمى . وهى صناعة تعتمد على استخدام التقنيات عالية المستوى والتي يضخ فيها حجم كبير من الأموال ، لذلك فصناعة الدواء لها خصائص عديدة حيث إنها:

- صناعة إستراتيجية لها تأثير سياسى وإقتصادى وإجتماعى .
- صناعة لا بد أن تتحكم فيها الحكومة وتقوم بحمايتها وتطويرها وتحدد أسعارها واستيرادها وتصديرها .
- التطور فيها سريع حيث يعتمد على تكنولوجيا عالية .

- الجانب البحثى فيها أساسى والعمود الفقرى لتطورها .
- هذه الصناعة تتجه سريعاً نحو العالمية والتكتلات والإندماجات .
- هذه الصناعة يعمل بها نسبة عالية من العمالة الماهرة والفنية .
- هذه الصناعة تتطور أكثر إذا اعتمدت على توزيع النشاط وعدم التركيز فقط على البلد الأم .
- هذه الصناعة تحتكرها الدول المتقدمة ونصيب الدول النامية فيها بسيط ، ولكن المجال مفتوح لإنشاء شركات أدوية متوسطة الحجم تتناسب مع إمكانيات تلك الدول .

تمر صناعة الدواء بثلاث مراحل أساسية : المرحلة الأولى تخصص للبحوث الأساسية وينفق فيها حوالى ٨٥% من إجمالى تكلفة الدواء والمرحلة الثانية تختص بتصنيع ماتم التوصل إليه من خلال أنشطة المرحلة الأولى ، ثم المرحلة الثالثة وهى مرحلة التشكيل الصيدلى .

السياسة الدوائية

السياسة الدوائية أحد أهم العناصر الأساسية للسياسة الصحية وتهدف إلى ضمان المساواة فى إتاحة الدواء الآمن والفعال لمن يحتاجه بالسعر المناسب وفى الوقت المناسب ، وهى ضمان لجودة الدواء واستخدامه استخداماً سليماً . وضمان تحقيق ذلك يتوقف على مستوى التنمية الاقتصادية والقيم الاجتماعية والمعتقدات الثقافية السائدة ودعم القيادة السياسية . وترتكز السياسة الدوائية على قاعدة من المعلومات والبيانات للموارد الصحية ، والنظم الصحية القائمة ، والخريطة المرضية للمجتمع .

السياسة الدوائية القومية فى مصر

وضعت أول سياسة دوائية قومية عام ١٩٦٢ ومن أهم أهدافها : النهوض بالصناعة الدوائية الوطنية وتطويرها ، مع التوسع فى عقد اتفاقيات تصنيع وإنتاج بعض الخامات والمستلزمات الدوائية وتنظيم عملية إستيرادها ، مع السيطرة على توزيع الأدوية المحلية والأجنبية وجودتها ، بالإضافة إلى إنشاء نظام إحصائى لحصر أنشطة قطاع الدواء أيضاً أكدت السياسة الدوائية على أهمية التدريب وتسعير وترشيد إستهلاك الدواء والترويج له .

ونتيجة لتنفيذ السياسة الدوائية استطاعت الدولة أن تحقق بعض أهدافها فى هذا المجال فمثلاً :

- تم إنتاج أصناف دوائية أو بدائل دوائية محلياً بدلاً من الإستيراد .
- مراعاة البعد الاجتماعى بثنبيت أسعار الدواء منخفضة الأسعار لفترة وصلت إلى حوالى عشرين عاماً .
- تم الاكتفاء الذاتى من الدواء المحلى خاصة أثناء فترات الحروب أو انتشار الأوبئة .
- تم تدريب أعداد كبيرة من الفنيين فى مجالات صناعة الدواء أسهمت فى خلق قاعدة من الكوادر البشرية استطاع أن يقوم عليها ويستغلها القطاع الخاص فى مصر وبعض الدول العربية .

بالرغم من الإيجابيات السابق ذكرها إلا أن صناعة الدواء لم تتطور فى مجال صناعات المواد الخام الدوائية والوسيطه ولم تواكب التطور التكنولوجى لهذا المجال ولم تهتم بالبحوث بالقدر المناسب للتطورات العالمية .

منظومة الدواء فى مصر

تتكون المنظومة الدوائية فى مصر من العديد من الجهات، حكومية تتبع وزارة الصحة والسكان وجهات غير حكومية محلية وإقليمية ودولية . وهذه المنظومة تشكل القوة الفاعلة والمؤثرة فى سوق الدواء المصرى . وسوف نشير سريعاً لتلك الجهات الحكومية والى التى تتبع وزارة الصحة والسكان وذلك على النحو التالى:

- الإدارة المركزية لشئون الصيدلة .
- الهيئة القومية للرقابة والبحوث الدوائية .
- مركز التخطيط والسياسات الدوائية .
- غرفة صناعة الدواء باتحاد الصناعات المصرية .
- شعبة بحوث الدواء بمجلس البحوث الطبية بأكاديمية البحث العلمى .
- شعبة الدواء بمجلس الخدمات بالمجالس القومية المتخصصة .
- الهيئة العامة للتصنيع - إدارة المشروعات الدوائية .

التحديات التى تواجه صناعة الدواء

- ارتفاع مستوى جودة المستحضرات الدوائية عالمياً نظراً لتطبيق متطلبات الجودة الشاملة .
- عدم التنسيق والتعاون والتكامل بين شركات الأدوية على المستوى المحلى وأيضاً العربى استتبعه منافسة بين الشركات التى تنتج أصنافاً متماثلة وبأسعار مختلفة .
- ظاهرة اندماج الشركات الكبرى للدواء لتكوين شركات عملاقة متعددة الجنسيات .
- تطبيق بنود اتفاقية حماية حقوق الملكية الفكرية بداية من أول يناير ٢٠٠٥ .
- محاولة الشركات العملاقة المتعددة الجنسيات أن تشتري الشركات المصرية .
- عدم الاهتمام بتنمية الإمكانيات البحثية للابتكار والتطوير وضعف الميزانيات المخصصة لذلك والقصور الشديد فى نقل تكنولوجيا صناعة الدواء .
- تفريغ شركات قطاع الأعمال من الكفاءات والخبرات البشرية التى تكونت على مدار سنين طويلة واتجاههم نحو العمل فى الشركات الخاصة والاستثمارية .
- عدم التوازن بين معدلات إنشاء شركات دواء جديدة تزيد من حجم الإنتاج الدوائى الذى يقابله زيادة غير مناسبة فى حجم الاستهلاك مع تواضع فرص التصدير .
- تذبذب سعر صرف الدولار الأمريكى يؤثر بشكل مباشر فى تكلفة المواد الخام ومستلزمات الإنتاج المستوردة ، وبالتالي تؤثر على تكلفة المنتج النهائى .

- ارتفاع أسعار الطاقة والوقود ومواد التعبئة والتغليف وتكاليف النقل .

واقع سوق الدواء

تناول هذا الفصل واقع بعض الجوانب لأوضاع سوق الدواء على المستوى المحلى المصرى ، ثم على المستوى الإقليمى العربى ، وأخيراً على المستوى العالمى ، وضعاً فى الاعتبار تشابك تلك المستويات وتأثرها وتأثيرها فى بعضها البعض وأنه من الصعب الفصل بينها . وتم هذا الاستعراض على النحو التالى:

(١) حول أوضاع سوق الدواء فى مصر

تناول هذا الجزء من الدراسة :

مراحل تطور قطاع الدواء فى مصر

المرحلة الأولى ١٩٣٣ - ١٩٦١ :

وهى المرحلة التى بدأت فيها صناعة وطنية دوائية عندما انشأ الاقتصادى الوطنى طلعت حرب شركة " مصر للمستحضرات الطبية " . ووصل فى نهايتها حجم الإنتاج ما قيمته ٤,٣ مليون جنيه مقابل إستهلاك بلغ ١٤,٢ مليون جنيه ، وبلغ متوسط نصيب الفرد ٢٢ قرشاً .

المرحلة الثانية ١٩٦٢ - ١٩٧٥ :

وهى المرحلة التى تم فيها تأميم صناعة الدواء واستطاع الإنتاج فى هذه المرحلة أن يغطى حوالى ٨٤% من إحتياجات السوق بما يوازى ٧٤,٣ مليون جنيه ، وحجم استهلاك وصل إلى ٨٨,٨ مليون جنيه، وبلغ متوسط نصيب الفرد ٢,٣٩ جنيه .

المرحلة الثالثة ١٩٧٦ - ١٩٨٣ :

تأثرت صناعة الدواء فى هذه المرحلة بالانفتاح الاقتصادى وإفساح المجال للقطاع الخاص .

المرحلة الرابعة ١٩٨٤ - ١٩٩١ :

تم إنشاء هيئة القطاع العام للأدوية بهدف التنسيق والتعاون بين كافة الوحدات المكونة لقطاع الدواء، ووصل عدد الشركات إلى ١٧٧ شركة، وبلغ حجم الإستهلاك فى نهايتها حوالى ١٧٦٦,٦ مليون جنيه، ومتوسط نصيب الفرد حوالى ٣١,٨ جنيه .

المرحلة الخامسة ١٩٩٢ حتى الآن :

تميزت هذه المرحلة بإنشاء الشركة القابضة للأدوية وهى مرحلة إنطلاق للقطاع الخاص مقارنة بالقطاع المشترك والعام .

(٢) واقع سوق الدواء فى مصر

تشير المؤشرات الدوائية الإجمالية عن عام ٢٠٠٣ أن الاستهلاك العام من الدواء وصل إلى ٧,١ مليار جنيه ، أما جملة الإنتاج فقد وصلت إلى ٦,٣ مليار جنيه ٠ كما تشير المؤشرات إلى أن جملة الواردات قد بلغت ٠,٨ مليار جنيه ٠ أما الصادرات فقد بلغت ٠,٦٢٠ مليار جنيه ٠ أما فيما يتعلق بعدد مصانع الدواء فقد بلغ عددهم ٦٧ مصنعاً (٥٢ خاص - ٨ عام - ٧ مشترك) وارتفع هذا العدد إلى ٧٤ مصنعاً عام ٢٠٠٤ منهم ٧٠ مصنعاً تنتج فعلاً وأربع مصانع تفتتح عام ٢٠٠٥ ، ويعمل بهذه المصانع ٣,٧٧٥ ألف عامل ، أما عدد أصناف الأدوية المسجلة فقد بلغ ٦٢٧٥ صنف عام ٢٠٠٣ ، وارتفع إلى ٧,٩٠٠ صنف عام ٢٠٠٤ ٠

كما تشير المؤشرات إلى ارتفاع قيمة كل من الاستهلاك والإنتاج المحلى والصادرات الدوائية خلال الفترة من ٢٠٠١ إلى ٢٠٠٣ ، ، أما الواردات فقد انخفضت بمعدل ٣٦,٨ % ٠

كما يلاحظ أن معدل أداء الثلاث قطاعات الخاص والعام والمشارك الإجمالى قد ارتفع خلال الفترة من ٢٠٠١ - ٢٠٠٣ فيما يخص كل من الإنتاج (٣٧%) والمبيعات (٤٠,٣%) والتصدير (٣٧,٨%) ٠ أما على مستوى كل قطاع فإن أداء القطاع المشترك كان أفضل فيما يتعلق بقيمة الإنتاج والمبيعات مقارنة بالقطاعين الخاص والعام اللذين كان أدائهما أفضل من القطاع المشترك فيما يتعلق بحجم قيمة التصدير ٠

أيضاً تشير المؤشرات إلى أن صناعة الدواء مازالت تعتمد على الاستيراد الذي تتزايد قيمته، في الوقت الذي مازالت معدلات التصدير منخفضة ٠

بعض ملامح شركات دواء القطاع العام

مما لاشك فيه أن عبء توفير الدواء الآمن والفعال هو مسئولية مشتركة بين الثلاث قطاعات الإنتاجية للدواء (خاص - عام - مشترك) ، ولكن مسئولية توفير الدواء بسعر مناسب تقع أكثر على شركات القطاع العام مقارنة بالقطاعين الخاص والمشارك ، ذلك لأن شركات أدوية القطاع العام هى ملك خالص للدولة التى عليها التزام بتوفير الدواء لجميع أفراد المجتمع ٠

ولاتزال شركات قطاع الأعمال العام تمثل دوراً هاماً فى الإنتاج المحلى من الدواء يتمثل فى نسبة ٣٠% تقريباً من إجمالى قيمة الإنتاج ، وحوالى ٤٤% من حجمه ٠ ثم صدر قانون قطاع الأعمال العام رقم ٢٠٣ لسنة ١٩٩١ والذى بمقتضاه تم إنشاء الشركة القابضة للأدوية والمستلزمات الطبية التى حلت محل الهيئة العامة لقطاع الأدوية ٠

ويتكون قطاع شركات الأدوية من اثنى عشرة شركة خاضعة لأحكام قانون قطاع الأعمال رقم ٢٠٣ لعام ١٩٩١ ٠ وتعمل ثمانى شركات فى نشاط صناعة الدواء، وشركتان فى نشاط صناعة المستلزمات والخامات الدوائية، وشركتان فى نشاط تجارة الأدوية والكيمائيات والمستلزمات الطبية، وقد أصبحت هذه

الشركات تابعة لوزير الاستثمار طبقاً لقرارى رئيس الجمهورية رقمى ٢٠١، ٢٣١ لسنة ٢٠٠٤ بشأن تنظيم وزارة الاستثمار .

(٣) حول أوضاع سوق الدواء العربى

بمتابعة تطور إنتاج واستهلاك الأدوية فى العالم العربى بين عامى ١٩٧٥ - ٢٠٠٠ يلاحظ أنه بالرغم من تضاعف حجم الإنتاج الدوائى الوطنى (حوالى تسع مرات) والاستهلاك (حوالى ٧ مرات) ونصيب الفرد من الدواء (حوالى ٤ مرات) خلال فترة المقارنة، إلا أن معدلات حجم تغطية الاستهلاك من الإنتاج الوطنى كانت محدودة (٤٤% ، ٤٩,٦%) من بداية إلى نهاية فترة المقارنة بالإضافة إلى الاعتماد على استيراد حوالى ٩٠% من المادة الخام . كما تشير إحصاءات عام ٢٠٠٣ إلى ارتفاع قيمة الإنتاج الوطنى (٤٥٠٠ مليون دولار)، وقيمة والاستهلاك الوطنى إلى ٩٦٠٠ مليون دولار ، وتضاعف نسبة استهلاك الدواء العربى للإستهلاك العالمى عام ٢٠٠٣ مقارنة بعام ٢٠٠٠ (٣% - ١,٥% على التوالى) مما يعنى أن هناك تزايداً فى حجم الطلب للسوق العربى الدوائى وأكثر من نصفه يعتمد على الاستيراد .

وفيما يتعلق بالاكتمال الذاتى من الدواء، فإن أغلب الدول العربية تغطى جزء من احتياجاتها الدوائية من الإنتاج المحلى ، وتتراوح نسبة التغطية بين الدول ، فمثلاً لبنان تغطى ١٢% ، واليمن ١٥% ، بينما المغرب ٨٥% ، ومصر حوالى ٩٥% (إحصاءات ٢٠٠٠) .

تشير المؤشرات إلى انخفاض نسبة التغطية الدوائية الوطنية بدول الخليج ذات المستوى المادى المرتفع، بينما ترتفع نسبة التغطية بالدول العربية الفقيرة مثل السودان (٥٠%) أو تلك التى تمر بظروف سياسية خاصة مثل العراق (٢٦%) وفلسطين (٣٥%) . وهذا يؤكد أن الدول العربية لابد أن تتكامل مع بعضها البعض بالإمكانيات المتاحة، فهناك دول غنية يمكن أن تمول مشروعات الصناعات الدوائية، وهناك دول تمتلك الخبرات والكوادر البشرية الفنية فى هذا المجال .

بالرغم من التحديات التى تواجه السوق العربية للدواء إلا أن هذه التحديات يمكن التغلب على آثارها ومجابهتها عن طريق تعظيم القدرات الفنية والمادية التى تمتلكها الدول العربية فى حال إتحادها وتعاونها والتنسيق فيما بينها حتى تتكامل عناصر قوتها الصناعية . فالصناعة الدوائية العربية داخلها مصادر ضعف وأيضاً مصادر قوة يمكن التركيز عليها لمواجهة تلك التحديات .

(٤) حول أوضاع سوق الدواء العالمى

يعتبر الدواء من أكثر السلع التى أثير حولها الجدل فيما يخص تطبيق اتفاقية الملكية الفكرية ومآنتج عنها من متغيرات ومستجدات اقتصادية واجتماعية خاصة فيما يتعلق بقيام التحالفات والاندماجات بين شركات الأدوية لتكوين كيانات عملاقة من شركات متعددة الجنسيات وعابرة للقارات تتحكم فى سوق الدواء إنتاجاً وتصديراً وتسعيراً وبحثاً وتطويراً .

كما تشير المؤشرات عام ٢٠٠٣ إلى ارتفاع معدلات استهلاك الدواء بالدول الغنية المتقدمة مقارنة بالمناطق الفقيرة حيث يصل إجمالى نسب استهلاك مناطق شمال أمريكا وغرب أوروبا (الغنية) إلى ٨٣%، وانخفاضها بالمناطق الأخرى (الفقيرة) إلى ١٧% .

أما فيما يتعلق بنصيب الفرد من الدواء سنوياً فهو أيضاً يرتفع بالمناطق الغنية (اليابان ٥٤٨ دولار ، أمريكا الشمالية ٥١٨ دولار) وينخفض بالمناطق الفقيرة (جنوب شرق آسيا والصين ١٢,٩ دولار ، أفريقيا ٧,٣ دولار) بيانات عام ٢٠٠٠ .

(٥) بعض العوامل المؤثرة فى سوق الدواء

مما لا شك فيه أن الدواء كسلعة تنتج أو تسوق أو تصدر أو تستورد أو تستهلك تتأثر بالعديد من العوامل ، لذلك تم إلقاء الضوء على بعض تلك العوامل على النحو التالى :

- التكنولوجيا والبحث العلمى فى صناعة الدواء .
- أثر اتفاقية حقوق الملكية على الدواء .
- تسعير الدواء .
- ترشيد استهلاك الدواء .
- أثر بعض المتغيرات العالمية على سوق المنتجات الدوائية .

أهم التوصيات

- تشجيع صناعة الأدوية البديلة - ذات نفس الأثر - للأدوية غالية الثمن .
- تشجيع التعاون الدولى الثنائى فى مجال صناعة الدواء .
- استغلال الميزة النسبية لوفرة الأيدى العاملة رخيصة الأجور .
- العمل على تثبيت سعر الصرف لتشجيع تدفق رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار فى مجال صناعة الدواء .
- التنسيق والتعاون بين الدول النامية لمواجهة منافسة الدول المتقدمة .
- تحديد نظام لتسعير الدواء وفق معايير معينة تتفق عليها شركات الأدوية .
- تشجيع البحث العلمى والتطوير فى مجال صناعة الدواء باستخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة وتشجيع إنتاج براءات الاختراع فى مجال صناعة الأدوية فى مصر . وزيادة ميزانيات البحوث والتطوير حيث تنفق الشركات الكبرى حوالى ١٢% - ٢٠% من عائداتها على البحوث والتطوير بينما تنفق الشركات المحلية حوالى ٢% .
- محاولة الوصول إلى الأسواق الصغيرة التى ليس لها أهمية اقتصادية بالنسبة للشركات العالمية .
- تدعيم التنمية الرأسية لصناعة الدواء .

- تطوير صناعة الدواء بالشركات العاملة حالياً بحيث يتفق إنتاجها ومعايير الجودة الشاملة عالمياً مع استخدام تقنيات الإنتاج التي تعطى منتجاً دوائياً يوفر لها طلباً عالمياً .
- إنشاء مجلس أعلى لمراقبة أسعار الدواء يبحث في توفير الدواء للأمراض المنتشرة في كل بلد عربي طبقاً لطبيعة كل بلد، وهذا المجلس من حقه تحديد أسعار الدواء طبقاً لما تقتضيه ظروف كل دولة وبما يحقق العدالة لشركات الأدوية .
- التكيف الإيجابي مع اتفاقية حماية حقوق الملكية الفكرية بمعنى أن تكون الصناعة الدوائية العربية مصدرة وليست مستوردة فقط .
- تنسيق التنافسية العربية في أسواق الدواء أخذاً في الاعتبار تكامل الاتجاهات التكنولوجية (مثل : التشكيل الصيدلي - التكنولوجيا الحيوية - التشييد الكيميائي . الخ) على المستوى العربي مع إتاحة التنافس داخل كل اتجاه .

٥- سوق السلع الغذائية والزراعية

٥- سوق السلع الغذائية والزراعية

تعد مشكلة انخفاض نسبة الاكتفاء الذاتي من بعض السلع الغذائية والزراعية الأساسية من أهم التحديات التي تواجه المجتمع المصري خاصة في ظل محدودية الرقعة الزراعية والموارد المائية المتاحة والزيادة المطردة في الطلب على تلك السلع، مما أدى إلى زيادة حجم الواردات الغذائية خلال الخمس سنوات الأخيرة، وتعتبر زيادة نسبة الاكتفاء الذاتي من تلك السلع من المحاور الهامة التي يركز عليها برنامج الإصلاح الاقتصادي في قطاع الزراعة المصري. ولذلك فإن محاولة دراسة أسواق هذه السلع والقاء الضوء عليها من الأهمية بمكان لمتخذ القرار على كافة المستويات حيث تعتبر مشكلة الغذاء في مصر من أهم المشكلات التي يعاني منها المجتمع المصري. وتجدر الإشارة إلى أن منظمة الأغذية والزراعة قد توقعت بأن الإنتاج الزراعي في الوطن العربي سوف ينخفض معدل نموه خلال الفترة من ١٩٩٠ حتى ٢٠١٠ إلى نحو ١,٨% سنوياً، بينما يتضاعف عدد سكان الوطن العربي خلال نفس الفترة، وهذا مقابل معدل نمو في الإنتاج الزراعي خلال الفترة ١٩٧٠ - ١٩٩٠ بلغ نحو ٢,٣% سنوياً.

وتهدف الدراسة الحالية إلى تحليل هيكل أسواق بعض السلع الغذائية والزراعية من خلال التعرف على مختلف جوانب العرض والطلب على هذه السلع والعوامل المؤثرة فيها، والملامح الخاصة بالسوق من خلال التعرف لآلياته ووسطائه ومناخه التسويقية والدور الذي تلعبه كل منها في السوق، والتعرف على أهم الوظائف والعمليات التسويقية التي تجري على المحصول وحتى وصوله إلى المستهلك النهائي، وأهم المشاكل والعقبات التي تواجه المتعاملين في السوق وسبل مواجهتها، ووضع أفضل الحلول لعلاج اختناقات الأسواق على هذه السلع بعد التعرف على الأسباب المؤدية إلى ذلك.

وقد اعتمدت الدراسة على التحليل الاستقرائي الوصفي للعوامل المؤثرة على العرض والطلب مع استخدام التحليل الإحصائي والقياسات الإحصائية ما أمكن ذلك في ظل البيانات المتاحة والتي اعتمدت عليها الدراسة، حيث اعتمدت الدراسة على نوعين من البيانات النوع الأول هو البيانات الثانوية المنشورة في الكتب والبحوث والدراسات السابقة والندوات والمؤتمرات، والنوع الثاني هو البيانات التي تم جمعها من خلال البحث الميداني الذي اعتمد على المقابلات الشخصية لبعض عناصر تلك الأسواق.

ولتحقيق أهداف الدراسة في ضوء الامكانيات المتاحة (مادية - بشرية - زمنية) فقد تم التركيز على الأسواق المحلية للسلع محل الدراسة مع عدم اغفال العوامل الخارجية المتعلقة بالسوق، كما تم التركيز على المنتجات الأساسية من السلع محل الدراسة، كما تم اختيار أسواق بعض هذه السلع للدراسة والتحليل وهي:

١. سوق القطن باعتباره من أهم السلع التصديرية وممثلاً لمجموعة الألياف.

٢. أسواق سلع الحبوب حيث تم اختيار كل من الأرز والذرة الشامية باعتبارهما من أهم السلع في مجموعة الحبوب. وربما لا يزيد عنهما أهمية في هذه المجموعة سوى القمح - خاصة بالنسبة لنمط الاستهلاك الغذائي في مصر - وقد أرجأنا دراسة سوق القمح لمرحلة قادمة باعتبار أنه حالياً يلقى اهتماماً مكثفاً من جهات متعددة في مصر .

٣. أسواق الخضار والفاكهة حيث تم اختيار محصولي البطاطس والبرنقال .

٤. أسواق اللحوم (بيضاء - حمراء)

٥. أسواق الألبان ومنتجاتها .

وسوف يتم استعراض كل من هذه الأسواق في فصل مستقل حيث يتناول الفصل الأول سوق القطن، والفصل الثاني سوق الحبوب، والفصل الثالث أسواق الخضار والفاكهة . والفصل الرابع سوق اللحوم، وأخيراً يتناول الفصل الخامس سوق الألبان الطازجة. ومن ثم فسوف تشتمل الدراسة على خمسة فصول يليها أهم النتائج والتوصيات .

فريق الدراسة

من داخل المعهد

١	أ.د. د. مجدى محمد خليفة	سوق اللحوم
٢	أ.د. د. سمير عريقات	سوق الحبوب (الذرة الشامية)
٣	د. صادق رياض	سوق الحبوب (الأرز)
٤	د. محمد مرعى	سوق القطن
٥	د. سحر البهائى	سوق الخضار والفاكهة
٦	أ. فوزية الدميرى	سوق الألبان
٧	السيد سامح طلعت طاهر	
٨	الآنسة كريمة محمد الصغير	
٩	الآنسة أماني محمد عبد الوهاب	
١٠	الآنسة مروة محمد سعودي	

يعد محصول القطن احد اهم حاصلات مصر الزراعية وقد ظل حتى وقت قريب المحصول النقدي الرئيسي في مصر، حيث كان المصدر الرئيسي للدخل الزراعي والقومي . وعلى الرغم من التراجع الكبير في المساحات المنزرعة بالقطن خلال العقود الثلاث الاخيرة، إلا أنه مازال يمثل اهمية كبيرة في الدخل الزراعي المصري، والمدخل الرئيسي لإحدى اهم الصناعات المصرية وهي صناعة الغزل والنسيج، وواحداً من السلع التصديرية التي حافظت على مكانتها في الاسواق الدولية، حيث ان القطن المصري طويل التيلة مازالت له سوقه الدولية الخاصة على الرغم من التغييرات العديدة التي شهدتها سوق الالياف العالمية والمنافسة الحادة له سواء من الاقطان المنافسة او من قبل الالياف الصناعية.

ويتناول هذا الفصل دراسة سوق القطن المصري من خلال التعرف على الواقع الحالي لمحصول القطن من حيث المساحات المنزرعة منه والمتوسط السنوي للكميات المنتجة منه وكمية المستخدم في السوق المحلي، واهم الاصناف المتداولة في السوق (وذلك خلال الفترة ١٩٩٧/١٩٩٨ - ٢٠٠٢/٢٠٠٣)، والاصلاح الاقتصادي وتحرير سوق القطن، كذلك التعرف على اهم خصائص سوق القطن في مصر وتوزيع المنتج منه بين التصدير والاستخدام المحلي، كما يتم تناول اهم الملامح الخاصة بالسوق المصري من خلال التعرض لآلياته ووسطائه ومناخه التسويقية والدور الذي تلعبه كل منها في سوق القطن، مثل بورصة القطن بمينا البصل والهيئة العامة للتحكيم واختبارات القطن والشركات العامة والخاصة وحلقات التسويق ومراكز التجميع، كما يتم التعرف على اهم الوظائف والعمليات التسويقية التي تجرى على المحصول وحتى وصوله الى المستهلك النهائي (مثل الجني والتعبئة - التخزين - التقييم والفرز - الوزن - الحلق والكبس) واهم المشاكل والعقبات التي تواجه المتعاملين في سوق القطن وسبل مواجهتها.

١٠١٥ الواقع الحالي لمحصول القطن

على الرغم من الاتجاه العام لتناقص المساحات المنزرعة بالقطن، مع تناقص وزنها النسبي الى اجمالي المساحة المنزرعة خلال الفترة من منتصف الخمسينات وحتى الوقت الحالي، إلا أن محصول القطن ما زال يشغل نسبة كبيرة من الاراضي الزراعية المنزرعة خلال الموسم الصيفي مقارنةً بغيره من المحاصيل الزراعية الاخرى، حيث اتى في المرتبة الثالثة بنسبة (١٢,٢ %) من المساحة المنزرعة بالحاصلات الصيفية عام ٢٠٠١ بينما جاء في المرتبة الاولى محصول الذرة الشامية (٢٨,٤ %)، ومحصول الارز (٢٢,٣ %) في المرتبة الثانية.

وقد بلغ متوسط المساحة المنزرعة سنوياً من محصول القطن خلال الفترة ١٩٩٨ - ٢٠٠٣ نحو ٦٧٨ ألف فدان حيث وصلت الى اقل معدل لها عام ٢٠٠١/٢٠٠٠ وبلغت نحو ٥١٨ ألف فدان إلا إنها ارتفعت في العام التالي وبلغت ٧٣١ ألف فدان، وقد بلغ متوسط المساحة المنزرعة من الاقطان طويلة التيلة الممتازة Extra Long Staple خلال تلك الفترة ١٣٠ ألف فدان سنوياً، بينما بلغ متوسط المساحة

المنزوعة من الاقطان طويلة التيلة Long Staple نحو ٥٤٨ الف فدان سنوياً ٧٥% منها في محافظات الوجه البحري.

أما فيما يتعلق بكمية الانتاج المحلي من القطن فقد بلغ متوسط المنتج سنوياً خلال الفترة ١٩٩٨ - ٢٠٠٣ نحو ٥ مليون قنطار قطن شعر وان تفاوتت كمية الانتاج من سنة الى اخرى حيث وصلت الى اعلى معدل لها عام ٢٠٠١/٢٠٠٢ وبلغت نحو ٦,٣ مليون قنطار في حين بلغت كمية الانتاج المحلي من محصول القطن نحو ٤,١٥ مليون قنطار عام ٢٠٠١/٢٠٠٠، كما يلاحظ ان الاقطان الطويلة الممتازة تمثل نحو ١٨% من جملة انتاج القطن حيث بلغ متوسط الانتاج السنوي من تلك الاقطان خلال الفترة المشار اليها نحو ٩٢٤ الف قنطار في حين بلغ متوسط الانتاج السنوي من الاقطان الطويلة ٤١٤٤ الف قنطار تمثل نحو ٨٢% من الانتاج المصري للقطن حيث يزرع معظمها في محافظات الوجه البحري (٧٣% تقريباً). كما يتضح من بيانات الجدول رقم (١).

أما عن اهم اصناف القطن المزروعة في مصر فبالنسبة للاقطان طويلة التيلة الممتازة Extra Long Staple فياتي في مقدمة اصنافها جيزة ٧٠ بنسبة ٧٨% من اجمالي المساحة المنزوعة اقطان طويلة التيلة الممتازة خلال الفترة ١٩٩٨ - ٢٠٠٣ بينما ياتي الصنف جيزة ٨٨ في المرتبة التالية بنسبة ٩% تقريباً. وبالنسبة للاصناف طويلة التيلة Long Staple ففي الوجه البحري ياتي الصنف جيزة ٨٦ في المرتبة الاولى حيث زرع منه نحو ٣٩% من اجمالي المساحة المنزوعة في الوجه البحري خلال تلك الفترة بينما اتى كل من الصنف جيزة ٨٩ وجيزة ٨٥ في المرتبة التالية بنسب متقاربة. اما في محافظات الوجه القبلي فان الصنف جيزة ٨٠ قد بلغت نسبة المساحة المنزوعة به نحو ٥٦% والصنف جيزة ٨٣ نحو ٤٤% من اجمالي المساحة المنزوعة في الوجه القبلي خلال الفترة المشار اليها (جدول (٢)).

جدول رقم (١)

المساحة المنزوعة وكمية المنتج من محصول القطن خلال الفترة ١٩٩٩/٩٨ - ٢٠٠٣/٢٠٠٢

البيان		١٩٩٩/٩٨	٢٠٠٠/٩٩	٢٠٠١/٠٠	٢٠٠٢/٠١	٢٠٠٣/٠٢	متوسط الفترة
اقطان طويلة ممتازة Extra Long Staple	المساحة بالالف فدان	١١٢٨	٥١٩	٦١٩	١٠٣٨	١٣١٦	٩٢٤
	الانتاج بالالف قنطار	٤١١,٨	٤٥٩,٣	٣٢٢,٩	٤٥٣,١	٣٩٦,٤	٤٠٩
اقطان طويلة (Long Staple) (وجه بحري)	المساحة بالالف فدان	٢١٨٧	٣١٠,٧	٢٥٩٧	٣٩٦٧	٣٢٣٤	٣٠١٨
	الانتاج بالالف قنطار	١٧٤,٢	١٠٥,٨	١١٢,٧	١٥٦,٠	١٤٦,٧	١٣٩
اقطان طويلة (Long Staple) (وجه قبلي)	المساحة بالالف فدان	١٢١٠	٩٧٧	٩٣٨	١٣٢٨	١١٧٦	١١٢٦
	الانتاج بالالف قنطار	٥٨٦,٠	٥٦٥,١	٤٣٥,٥	٦٠٩,٠	٥٤٣,١	٥٤٨
إجمالي الاقطان طويلة التيلة (Long Staple)	المساحة بالالف فدان	٣٣٩٨	٤٠٨٤	٣٥٣٥	٥٢٩٥	٤٤١١	٤١٤٤
	الانتاج بالالف قنطار	٠,٢	٠,١	٠,١	٠,٠	٠,٠	٠,٠٧
اصناف أخرى	المساحة بالالف فدان	٠,٣	٠,٣	٠,٢	٠,١	٠	٠,١٨
	الانتاج بالالف قنطار	٧٨٨,٨	٦٤٥,٤	٥١٨,٣	٧٣١,١	٧٠٦,٤	٦٧٨
الاجمالي		٤٥٢٥	٤٦٠٣	٤١٥٤	٦٣٣٢	٥٧٢٧	٥٠٦٩

المصدر: الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي " نشرة الاحصاءات الزراعية" وزارة الزراعة اعداد مختلفة.

وزارة التجارة الخارجية والصناعة " تقرير التجارة الخارجية المجمع" مجلد ٤ العدد ١ سبتمبر ٢٠٠٤.

جدول رقم (٢)

المساحة المنزرعة بالفدان من مختلف اصناف القطن خلال الفترة ١٩٩٩/٩٨ - ٢٠٠٣/٢٠٠٢

الصفة	١٩٩٩/١٩٩٨	٢٠٠٠/١٩٩٩	٢٠٠١/٢٠٠٠	٢٠٠٢/٢٠٠١	٢٠٠٣/٢٠٠٢	متوسط الفترة
جيزه ٧٠	١٥٩٥٨٦	٧٢٨١١	٧٢٠٠٤	٩٤٠٥٧	١٢٣١١٠	١٢٨٣٠٠
جيزه ٨٨	٧٣	١٢٦٦	١٠٥٩٩	٢٧٧١٢	٣٩٠١٧	١٥٧٤٩
جيزه ٧٧	٢٦٢٥٩	٠	٠	٠	٠	١٢١٤٩
جيزه ٤٥	٩٧٣١	٦١٤١	١١٢	٢٩٤	١٢١٥	٤٥٥٢
جيزه ٧٦	٦٩١٦	٠	٠	٠	٠	٣٩٩٠
جيزه ٨٧	٦٥	٠	٠	٠	٠	٣٢
أقطان طويلة ممتازة (Extra Long Staple)	٢٠٢٦٣٠	٨٠٢١٨	٨٢٧١٥	١٢٢٠٦٣	١٦٣٣٤٢	١٦٤٧٧١
جيزه ٨٦	٢٤٩٨١٨	١٧٠٥٥٣	١١٣٨٧٢	١٦٥٦٦٨	١٦٥١٥٩	١٩٧١٠١
جيزه ٨٩	٦٣٢٢٣	١٥٨٣٢٩	١٢٨١٠٣	١٩٧٢٣٨	١٤٠٢٧٢	١٣٩٣٧٧
جيزه ٨٥	٩٨٧٥٢	١٣٠٤٠٥	٨٠٨٧٩	٩٠١٦٣	٩٠٩٢٥	١٢٩٤٩٣
أقطان طويلة (Long Staple) (وجه بحرى)	٤١١٧٩٣	٤٥٩٢٨٧	٣٢٢٨٥٤	٤٥٣٠٦٩	٣٩٦٣٥٦	٥٠٥٦١٦
جيزه ٨٠	٧٠٠٠٩	٤٩٠٩١	٦١٤٣٢	٨٠٧٠١	٨٤١٩٤	٩٩٨٨١
جيزه ٨٣	١٠٤٢٣٠	٥٦٧٣٢	٥١١٨٣	٧٥٠٠٨	٦٠٥١٤	٧٩٠٦٣
جيزه ٩٠	٠	٠	٣٩	٢٥٤	٢٠٠٥	٤٦٠
أقطان طويلة (Long Staple) (وجه قبلى)	١٧٤٢٣٩	١٠٥٨٢٣	١١٢٦٥٤	١٥٥٩٦٣	١٤٦٧١٣	١٧٩٤٠٣
إجمالي الأقطان طويلة النيلة (Long Staple)	٥٨٦٠٣٢	٥٦٥١١٠	٤٣٥٥٠٨	٦٠٩٠٣٢	٥٤٣٠٦٩	٦٨٥٠١٩
اصناف أخرى	١٥٠	٨٩	٩٦	٢١	٠	٧٦
إجمالي المساحة المزرعة (بالفدان)	٧٨٨٨١٢	٦٤٥٤١٧	٥١٨٣١٩	٧٣١١١٦	٧٠٦٤١١	٨٤٩٨٦٦

المصدر: الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعى " نشرة الاحصاءات الزراعية " وزارة الزراعة اعداد مختلفة.

وزارة التجارة الخارجية والصناعة " تقرير التجارة الخارجية المجمع " مجلد ٤ العدد ١ سبتمبر ٢٠٠٤.

٢٠١٠٥ العرض والطلب على القطن في السوق المحلي

تتفاوت الكميات المعروضة والمستخدمة من القطن المصري من عام لآخر وفقا لعدد من العوامل الداخلية منها والخارجية، ففي عام ٢٠٠٢/٢٠٠١ بلغ اجمالي المعروض من القطن نحو ٧,٤ مليون قنطار منها نحو مليون قنطار من انتاج السنوات السابقة (مخزون اول المدة) وفي مقابل ذلك بلغت جملة الارتباطات التصديرية في ذلك العام نحو ٢,١ مليون قنطار تقريبا في حين استهلكت المغازل المحلية نحو ٢,٩ مليون قنطار تمثل نحو ٣٩% من جملة المعروض من القطن المنتج محليا خلال ذلك العام بينما بلغ جملة الرصيد المتبقى نحو ٢,٤ مليون قنطار. اما في عام ٢٠٠٣/٢٠٠٢ فقد بلغ اجمالي المعروض من القطن نحو ٨ مليون قنطار منها نحو ٢,٢ مليون قنطار من انتاج السنوات السابقة (مخزون اول المدة) وفي مقابل ذلك بلغت جملة الارتباطات التصديرية في ذلك العام نحو ٣,٥ مليون قنطار تقريبا في حين استهلكت المغازل المحلية نحو ٤,١ مليون قنطار تمثل نحو ٥١% من جملة المعروض من القطن المنتج محليا خلال ذلك العام (جدول رقم (٣)).

جدول رقم (٣)

العرض والطلب على القطن في السوق المحلي خلال عامي ٢٠٠٢/٢٠٠١ - ٢٠٠٣/٢٠٠٢

كمية الحصول بالآلف قنطار

البيان	أقطان طويلة ممتازة		أقطان طويلة		إجمالي عام	
	٢٠٠٢/٠١	٢٠٠٣/٠٢	٢٠٠٢/٠١	٢٠٠٣/٠٢	٢٠٠٢/٠١	٢٠٠٣/٠٢
المساحة المزرعة (بالآلف فدان)	١٢٢	١٦٣	٦٠٩	٥٤٣	٧٣١	٧٠٦
الحصول الناتج	١٠٣٨	١٣١٦	٥٢٩٥	٤٤١٠	٦٣٣٣	٥٧٢٦
محزون أول المدة	٤٦٧	٣٢٠	٦٠٦	١٩٣٣	١٠٧٣	٢٢٥٣
إجمالي العروض	١٥٠٥	١٦٣٦	٥٩٠١	٦٣٤٣	٧٤٠٦	٧٩٧٩
الارتباطات التصديرية	٨٧٩	١١٧٨	١٢٨	٢٣٥٥	٢٠٩٧	٣٥٣٣
إستلامات المغازل	٢٨٠	٢٧٦	٢٦٢٥	٣٨٢٧	٢٩٠٥	٤١٠٣
إجمالي المستخدم	١١٥٩	١٤٥٤	٣٨٤٣	٦١٨٢	٥٠٠٢	٧٦٣٦
الرصيد المتبقي	٣٤٦	١٨٢	٢٠٥٨	١٦١	٢٤٠٤	٣٤٣

المصدر: وزارة التجارة الخارجية والصناعة " تقرير التجارة الخارجية المجمع " مجلد ٤ العدد ١ سبتمبر ٢٠٠٤.

وقد شهد سوق القطن المصري خلال العام الماضي (٢٠٠٣/٢٠٠٢) ارتفاعاً كبيراً في الاسعار محلياً وتراوح سعر قنطار القطن بين ١٠٠٠-١٥٠٠ جنيه، وازداد الطلب على المنتج المحلي وصدر قرار بتأجيل تصدير القطن المصري وتكاثرت شركات التسويق علي شراء الانتاج المحلي - وتحديد شركات القطاع الخاص - وحدث نوع من المضاربة بينها، واحجمت عن التصدير، وقد اشارت اللقاءات الميدانية الى ان الأسباب التي أدت لتلك الحالة تتلخص في :

١. زيادة استهلاك المغازل المحلية من القطن لتصل إلى ٤,١ مليون قنطار، حيث انها لم تزيد خلال الخمسة عشر عام السابقة عن ٢-٢,٥ مليون قنطار .
٢. تحرير سعر الصرف والذي بدوره أدى إلى زيادة طلب الأسواق الخارجية من القطن المصري (التصدير) لتزيد (٦٠-٧٠% عن الموسم السابق).
٣. بيع المخزون القطني المتبقي من العام الذي سبقه بالكامل، حيث إن تكلفة مصاريف التخزين لهذا المخزون وصلت إلى ٢٠٠ مليون جنيه .
٤. ما تشهده الاسواق العالمية للقطن من اضطرابات سواء من حيث توقعات الانتاج او المعروض او الاسعار.

أما خلال العام (٢٠٠٤/٢٠٠٣) فقد شهد سوق القطن انخفاضاً في اسعاره بنسبة ٥٠% عن العام الماضي حيث هبط سعر القنطار الواحد من ١٠٠٠-١٥٠٠ جنيه في الموسم الماضي الي ٥٠٠-٦٠٠ جنيه هذا العام، وليس هذا فقط بل ان البعض لم يستطع بيع محصوله عند هذه الاسعار المتدنية حيث تعاملت مراكز التجميع مع مزارعي القطن منذ بداية الموسم على ثلاث مراحل حيث قامت خلال المرحلة الاولى باستلام القطن من المزارعين ودفع الثمن لهم مع الالتزام بسعر الضمان وفي المرحلة التالية قام

المزارعون بتسليم اقطنهم وبعد نقله وفرزه ووزنه انتظروا الثمن فاخبروهم بعدم وجود سيوله نقدية، وعقب ذلك رفضت بعض مراكز التجميع ان تشتري القطن بحجة عدم وجود مشتريين.

٣٠١٠٥ الاصلاح الاقتصادي وتحرير سوق القطن

حتى نهاية الخمسينات من القرن الماضي كان تسويق القطن في مصر يتم من خلال التسويق الحر والذي كان يعتمد على اشكال متعددة من الاسواق الداخلية (اسواق المزارعين - سوق البضاعة الحاضرة - سوق البضاعة الآجلة). وفي بداية الستينات بدأ تطبيق التسويق التعاوني للقطن تدريجيا الى ان تم تعميمه عام ١٩٦٥ تمشيا مع الظروف الاقتصادية والاجتماعية السائدة في البلاد وقتذاك واستمر ذلك حتى مطلع التسعينات.

وقد مرت شركات القطن كذلك بعدد من التغيرات المصاحبة للظروف السياسية والاقتصادية التي مرت بها البلاد، ففي مطلع الستينات امتت شركات القطن سواء الحليج او التصدير او الكبس واخضعت لاشراف المؤسسة المصرية العامة للقطن التي تغير مسماها عدة مرات من مؤسسة عامة عام ١٩٦٣ الى امانة فنية عام ١٩٧٥ الى هيئة عامة عام ١٩٨٥ ثم الى شركة قابضة عام ١٩٩١. وطبقا للقانون رقم ٢٠٣ لعام ١٩٩١ والخاص باعادة تنظيم القطاع العام تم الحاق اربع شركات تابعة لتصدير القطن (شركة مصر لتصدير الاقطن - الشركة المساهمة لتصدير الاقطن - شركة اسكندرية التجارية - الشركة الشرقية للاقطن) وثلاث شركات تابعة لحليج القطن (النيل لحليج الاقطن - مصر لحليج الاقطن - العربية لحليج الاقطن) للشركة القابضة للقطن والتجارة الدولية، كما تم الحاق شركة واحدة لتصدير القطن (القاهرة لتصدير الاقطن) وشركة واحدة للحليج (الدلتا لحليج الاقطن) للشركة القابضة للغزل والنسيج والملابس الجاهزة، كما تم الحاق شركة واحدة تابعة لحليج القطن (الوادي لحليج الاقطن) للشركة القابضة لتصنيع المنسوجات والتجارة، وتم ايضاً الحاق شركة تابعة لكبس القطن (المصرية لكبس القطن) للشركة لقابضة للتنمية الزراعية. وفي اكتوبر ١٩٩٦ تم خصخصة الشركة العربية لحليج الاقطن، وفي يولييه ١٩٩٧ اصبحت شركة النيل لحليج الاقطن تحت سيطرة القطاع الخاص.

وفي اطار برنامج الاصلاح الاقتصادي اتجهت الحكومة الى تحرير تجارة القطن المصري داخلياً وخارجياً تدريجياً حيث تم وضع نظام للتسويق التنافسي للقطن لتشجيع المزارعين على زراعة القطن واثاحة الفرصة للقطاع الخاص وشركات الاستثمار والتعاونيات، الى جانب شركات التصدير، للمنافسة في مجال الاتجار في القطن داخلياً وخارجياً. وقد شهد موسم تسويق القطن ١٩٩٥/٩٤ تحريراً شبه كامل لسوق القطن وذلك بصدور ثلاث تشريعات وهي القانون رقم ١٤١ لسنة ١٩٩٤ بانشاء بورصة البضاعة الحاضرة بالاسكندرية (بورصة مينا البصل)، والقانون رقم ٢١٠ لسنة ١٩٩٤ ويختص بتحرير تجارة القطن بالداخل، والقانون رقم ٢١١ لسنة ١٩٩٤ والخاص باعادة تاسيس اتحاد مصدري الاقطن.

وفي شهر سبتمبر ١٩٩٦ تم اعادة افتتاح بورصة مينا البصل ليتم من خلالها التعامل في تجارة وتصدير القطن الشعير مع قيام اتحاد المصدرين باعلان اسعار التصدير اسبوعيا تمشيا مع الاسعار العالمية. وفي اطار ذلك يكون للمنتجين حرية بيع اقطانهم سواء لشركات قطاع الاعمال العام دون تحديد لشركات معينة لكل منطقة او الى الجمعيات التعاونية او حتى للأفراد المسجلين باتحاد تجار القطن، ويستطيع هؤلاء التجار، بما فيهم الشركات، التعامل في هذه الاقطان بالبيع عن طريق بورصة مينا البصل بتخزين بالة او اثنتين بها على سبيل العينة ويكون التعامل داخل البورصة عليها بواسطة السماسرة كحلقة وصل بين هؤلاء البائعين من الافراد والشركات والمشتريين سواء المغازل المحلية او شركات التصدير. وقد احتفظت الدولة بدورها في حماية المنتجين عندما لا يتقدم مشتر لشراء اقطانهم او عندما لا يناسبهم السعر المعروف وذلك من خلال فرض حد ادنى لاسعار القطن (اسعار الضمان).

٤٠١٠٥ آليات السوق الداخلي للقطن المصري

يتميز سوق القطن المصري ببعض الخصائص التي تضيف عليه صبغة خاصة حيث يمكن تقسيمه الى ستة انواع رئيسية باختلاف المتعاملين فيه بيعاً وشراءً ، فهناك الاسواق المحلية للمنتجين او اسواق الزراع، والاسواق التركيبية مثل حلقات التسويق ومراكز التجميع التعاونية، واسواق الجملة مثل سوق مينا البصل، واسواق التصدير، واسواق التجزئة، والاسواق المختلطة. وهناك مجموعة من الآليات التي تساهم في عمليات التسويق الداخلي للقطن تشمل مجموعة من الافراد او الشركات العامة والخاصة او الجمعيات ويطلق عليهم البعض الوسيطاء وتتحدد مهمتهم في القيام بالعمليات والوظائف والخدمات المختلفة للقطن زهراً كان ام شعراً، ويمكن تصنيفهم الى اشخاص طبيعيين (افراد) واشخاص معنويون (شركات - هيئات - مؤسسات - جمعيات) وهذه تنقسم بدورها الى منظمات تسويقية خاصة ومنظمات تسويقية حكومية ومنظمات تسويقية شبه حكومية (اتحاد مصدري الاقطان).

١٠٤٠١٠٥ حلقات التسويق

تنفيذاً لآليات السوق الحر تم السماح لكافة القطاعات العامة والتعاونية والخاصة بشراء القطن مباشرة من المنتجين واطلاق حرية التعامل مع القطن، الا ان الدولة احتفظت بدورها في حماية المنتجين من خلال فرض حد ادنى لاسعار القطن (اسعار الضمان) . فالزراع يمكنهم توريد وتسويق اقطانهم اختيارياً في حلقات التسويق المنتشرة بمحافظات انتاج القطن، وبعد توريد الاقطان يتم محاسبة المنتجين وفقاً لاسعار محددة من المشتريين طبقاً لاسعار التصدير العالمية او وفقاً لاسعار الضمان إيهما اكبر وذلك حسب الوزن ومعدل التصافي الفعلي ورتبة القطن الشعير الحقيقية.

ويتم اختيار الحلقة عن طريق لجنة خماسية مكونة من ممثلين عن كل من الادارة الزراعية (رئيساً) وبنك التنمية والائتمان الزراعي وادارة التعاون الزراعي وشركة القطن والتجارة الدولية وشركة النقل بالمحافظة (أعضاء) . ويتم تحديد عدد واماكن حلقات التسويق في كل محافظة على اساس

المساحة المنزرعة بكل منطقة انتاجية حيث تخدم الحلقة من ٥٠٠ الى ١٠٠٠ فدان وذلك لاستقبال اقطن من يرغب من المنتجين لعرضها على من يرغب من المشترين، كما تقوم اللجنة بتوفير الكوادر الفنية والادارية لتشغيل وادارة الحلقة وتجهيزها وتوفير القبانية اللازمة لها .

٢٠٤٠١٠٥ مراكز التجميع التعاونية

حيث تقوم الجمعيات التعاونية بتسويق القطن لصالح اعضائها لمن يرغب منهم في توريد اقطنه اليها اختيارياً مع ضمان حصولهم على الحد الأدنى للسعر المعلن على الأقل، ولا يتم ربط تلك المراكز على الشركات ولكنها تكون ملكا للجمعيات التعاونية التي تتولى فرز الاقطن الواردة اليها فرز مستويات وسحب عينات منها وارسالها للمحالج لتحديد الرتبة ومعدل التصافي، وعقب ذلك يتم تحديد السعر طبقاً للحد الأدنى المعلن من قبل الدولة. وتقوم الجمعية بصرف مقدم الثمن للمنتجين فور الفرز مستويات ثم يتم عرض الاقطن للبيع لصالح مورديها على الجهات التي ترغب في الشراء بأعلى سعر او بالمزاد العلني ثم يتم صرف الثمن النهائي للمنتجين بعد خصم المقدم والعمولات التسويقية ومصاريف الجمعية.

٣٠٤٠١٠٥ تجار القطن

يعتبر التاجر الوسيط الذي يتم عن طريقه تسويق القطن، وهو كل شخص طبيعي او اعتباري يشتغل في تجارة القطن وله حق شراء وبيع الاقطن زهراً او شعراً ومخلفاتها في الداخل، وللتاجر حق حلق ما يمتلكه من اقطن زهر بدون حد أقصى وله ان يستعين باحد الفرازين المعتمدين والمقيدين بالبورصة عند تقييم الاقطن الزهر على نفقته الخاصة، وذلك دون الاخلال بحق المنتجين في حلق اقطنهم مباشرة ثم بيعها للتجار. وهناك مجموعة من الشروط التي حددها القانون للقيّد بسجل الممشغلين في تجارة القطن بالداخل ويلتزم التاجر بنماذج العقود والقواعد العامة لممارسة المهنة ويشمل التجار شركات تابعة لقطاع الاعمال العام وشركات تابعة للقطاع الخاص وافراد وجمعيات تعاونية زراعية.

وتقوم الشركة القابضة للقطن والتجارة الدولية بالمشاركة في اعداد جداول اسعار شراء القطن من المنتجين بحلقات التسويق اسبوعياً، بالإضافة الى توزيع حلقات التسويق بالمراكز الادارية على الجهات المشترية، وكذا سداد سلفة البنك الرئيسي للتنمية والائتمان الزراعي لاستئجار وانشاء وتجهيز الحلقات وتسدد خلال اسبوعين من اغلاق حلقات التسويق. وتعين الشركة مندوباً بكل حلقة لحضور الوزن واستلام الاقطن الموردة فور وزنها والاشراف على نقلها للمحالج بعد فرزها، كما تقوم بفتح حسابات جارية بساي بنوك تختارها بكل مركز اداري وتغذيته بالمبالغ اللازمة لسداد الدفعات المقدمة لثمن القطن.

اما فيما يتعلق بشركات القطاع الخاص والتعاوني والتجار فيقوم كل من يرغب منهما بشراء الاقطن المعروضة للبيع في الحلقات بتقديم وسداد سلفة او دفعات تمويل مقدمة لدى بنك التنمية والائتمان الزراعي وذلك لامكانية قيام البنك بسداد مقدم الثمن للمنتجين وتعامل هذه الدفعات معاملة دفعات شركة القطن مع البنك.

يعود تاريخ انشاء بورصة مينا البصل الى عام ١٨٨٣ واستمرت تمارس دورها في سوق القطن في ظل تنظيم اهلي غير حكومي حتى عام ١٩٣٠ الذي شهد بداية التدخل الحكومي ووضع القواعد القانونية المنظمة لتجارة القطن في مصر واستمرت البورصة في اداء دورها حتى مطلع الستينات من القرن العشرين وبداية التحول الى النظام التعاوني في تسويق القطن وحتى اغلاق البورصة عام ١٩٦٢. وقد ظلت مغلقة حتى اعيد افتتاحها مرة اخرى عام ١٩٩٦ عقب صدور القانون رقم ١٤١ لسنة ١٩٩٤ والقرار الوزاري رقم ٣٨٨ لسنة ١٩٩٤ باللائحة التنفيذية للقانون المذكور الذي نص على انشاء بورصة للبضاعة الحاضرة للاقطان تسمى بورصة مينا البصل ومقرها الاسكندرية ويتم عن طريقها تداول الاقطان الشعر بالبيع والشراء دون الاخلال بحق المتعاملين في تداول القطن خارج البورصة طبقا لقانون تجارة القطن في الداخل.

تتكون الجمعية العمومية للبورصة من جميع الاعضاء المقيدين في قائمة البورصة ويراسها رئيس لجنة البورصة التي تتولى ادارة البورصة وتتكون من تسعة عشر عضوا اربعة اعضاء يمثلون مصدري الاقطان، واربعة يمثلون تجار القطن بالداخل، واربعة يمثلون مغازل القطن المحلية، واربعة يمثلون منتجي القطن، وعضوان عن البنوك التجارية العاملة في مجال تمويل وتجارة القطن، وعضوا واحدا يمثل السماسرة المقيدين في البورصة. وتتولى اللجنة وضع اللوائح الداخلية لتنظيم عملية التداول وتوحيد شروط التعامل للعمليات التي تتم بالبورصة، واعداد لتقرير السنوي عن نشاط البورصة والمركز المالي والحساب الختامي لعرضها على الجمعية العمومية لاقرارها.

وتتم عمليات البيع والشراء في بورصة مينا البصل على اقطان موجودة فعلا لدى الطرف البائع ويتم عرضها على المشتري في صورة عينات مسحوبة من اقطان بكاملها في مخازن البائع بالاسكندرية وذلك لغرض تسهيل عملية سحب العينات حيث يقوم المشتري بسحب العينة بحيث تمثل اللوط المعروض للبيع، وبناء على تلك العينة يتم الاتفاق بين كل من البائع ويمثله سمسار وبين المشتري. ويجب على كل عضو بالبورصة ان يرسل الى مندوب الحكومة بيانا يوميا بمشترياته ومبيعاته من الضاعة الحاضرة وجميع عمليات التسليم للاقطان التي تكون قد تمت في نفس اليوم، كما يقوم كل سمسار يوميا بارسال بيان الى مندوب الحكومة بجميع الصفقات التي عقدها لحساب عملائه وصورة من مذكرة العقد الخاص لكل عملية من عمليات التعاقد، وكذلك فان على كل مشتر الاحتفاظ بالعينات التي تمت على اساسها الصفقات المبلغة لمندوب الحكومة لمدة يومين، ولمندوب الحكومة الحق في التأكد من صحة البيانات المبلغة اليه والقيام بالمراجعة وطلب عينات جديدة للتحقق من نوع ورتبة القطن.

وتختص اللجنة الفنية للقطن التي تنتخب من أعضاء لجنة البورصة او من أعضاء البورصة بالاشراف على عمليات الاتجار في القطن بالبورصة وتتكون من ثلاث أعضاء من المصدرين، وثلاث أعضاء من الغزاليين، وعضوان من تجار القطن في الداخل، وعضوان عن المنتجين، وعضوان عن ممثلي البنوك، وعضو عن السماسرة. وهذه اللجنة تقوم اسبوعيا بتحديد متوسط اسعار وعلاوات الاصناف وفروق الرتب المختلفة من القطن على اساس الصفقات التي تمت بسوق البضاعة الحاضرة ومن واقع مذكرات البيع ثم يتم نشر اعلان بهذه الاسعار في البورصة.

ويشترط فيمن يقبل سمساراً بالبورصة مجموعة من الشروط التي حددها القانون منها ان يكون مصرياً ومقيداً بالسجل التجاري وله محل بالاسكندرية لمزاولة نشاطه، كما يشترط فيمن يعمل سمساراً بالبورصة الا يشغل بتجارة او تصدير القطن بطريق مباشر او غير مباشر والا يكون له فيها اي مصلحة. وتعد لجنة البورصة قائمة باسماء السماسرة المقيدين بها وتعلنها في لوحة مخصصة بمقر البورصة حيث لاتتم جميع الصفقات ببورصة القطن الا بواسطة احد السماسرة المقيدين مقابل ٠,٢٥ % سمسرة عن كل قنطار يتحملها البائع.

٥٠٤٠١٠٥ لجان تسويق القطن بالمحافظات

يتم بتشكيل لجان تسويق القطن بالمحافظات بقرار من وزير الزراعة واستصلاح الاراضى وتتولى اللجان بمقتضى القرار متابعة الخطوات التنفيذية لتسويق القطن بالمحافظات من خلال حلقات التسويق والمخازن الخاصة لزراع الائتمان وحلقات التسويق ومخازن جمعيات الاصلاح الزراعى واستصلاح الاراضى ومراكز تجميع جمعيات الائتمان طبقاً للنظام الصادر بالقرار الوزارى بشأن تسويق القطن. وتضم اللجنة رئيس قطاع بنك الائتمان الزراعى بالمحافظة ومدير الزراعة بالمحافظة وممثل قطاع القطن ومدير إدارة فحص واعتماد التقاوى ومدير هيئة التحكم واختبارات القطن ومدير عام الشؤون المالية ببنك الائتمان الزراعى بالمحافظة وممثل قطاع التعاون والنقل وتعاونيات الاصلاح الزراعى وممثل شرطة المسطحات المائية ومباحث التموين بالمحافظة.

٦٠٤٠١٠٥ الهيئة العامة للتحكيم واختبارات القطن

تم انشاؤها بالقرار الجمهوري رقم ١١٠٥ لسنة ١٩٦٥ وتتبع حالياً وزارة التموين ومقرها الاسكندرية وتقدم خدماتها لكافة المتعاملين في سوق القطن من خلال الاجهزة الفنية التابعة لها والمنتشرة في جميع انحاء الجمهورية وتستهدف المحافظة على سلامة محصول القطن ونقاوة سلالاته ومنع الخلط للحفاظ على مميزات وسمعة القطن المصري في الاسواق العالمية وتضم مجموعة من الادارات الفنية منها الادارة المركزية للفرز والتحكيم بالداخل التي تختص بفرز وتقييم الاقطان وتقدير التصافي الفعلية للقطن الزهر والاشراف على عمليات الحليج والفرفرة. اما الادارة المركزية للخبراء واجراءات التحكيم، فتختص

بالتحكيم على جميع لوطات القطن الشعر وسحب عينات للتحكيم في حالة نشوب خلاف بين الغزالين ومصدري الاقطن واصدار شهادات بتحديد صنف ورتبة القطن.

وتقوم الهيئة بالمشاركة في اعداد جداول اسعار شراء القطن من المنتجين بحلقات التسويق، بالإضافة الى توفير الغرازين اللازمين لفرز اقطن المنتجين وتحديد الرتبة والتصافي للاقطن الموردة وفقاً للاصول الفنية لكل حلقة تسويقية على حدة من عينات يتم سحبها من الاقطن الموردة بالحلقات اول الموسم بحيث تكون هذه العينات ممثلة بالقدر الكافي لتحديد التصافي الفعلية التي يتم اعلانها بالحلقة التسويقية في مكان بارز، على ان يعاد تقدير التصافي بعد شهر من بدء اول معاينة و اعلان نيجتها بالحلقة ولفراز هيئة التحكيم الناشير بالخصم من الوزن حتى ٣% مقابل الرطوبة الزائدة.

٥٠١٠٥ القنوات التسويقية للقطن المصري

يمكن تتبع حركة القطن الزهر والشعر خلال مختلف القنوات التسويقية والمراحل التي يمر بها المحصول منذ قيام المزارع بجنيه وحتى وصوله الى المستهلك النهائي (المصدر - المصانع - تجار التجزئة) وذلك من خلال الشكل رقم ١ والذي يبين المسالك التسويقية لمحصول القطن خلال موسم ٢٠٠٠/٢٠٠١ حيث يلاحظ ان منتجي القطن قاموا ببيع ما يقرب من ٦٦% من محصولهم الى حلقات البيع التابعة للبنك الرئيسي للتنمية والائتمان الزراعي، بينما بلغ نصيب التعاونيات ٢٧,١% اما الباقي فقد قام المنتجين ببيعه مباشرة الى التجار والسماسرة وحلقات البيع الخاصة وتبلغ نسبته ٦,٦%.

كما يلاحظ ان نسبة الاستهلاك الى الانتاج المحلي من القطن الشعر قد بلغت نحو ٦٥% خلال ذلك العام حيث بلغت كمية القطن الشعر المستهلك محلياً ٢,٦٨ مليون قنطار ٧٠% منها من الشركات والمحالج العامة والباقي من القطاع الخاص، في حين بلغت كمية الصادرات ١,٦٤ مليون قنطار نصفهم تقريباً من القطاع الخاص (شكل رقم ١).

٦٠١٠٥ العمليات التسويقية للقطن المصري

تتضمن العمليات والوظائف التسويقية التي تجرى على محصول القطن مختلف الجهود والاجراءات التي تؤدي الى اضافة المنافع الاقتصادية المكانية والزمانية والشكلية والملكية منذ تمام نضج المحصول وحتى وصوله الى مناطق استهلاكه في الوقت المناسب والشكل المطلوب ومنها :

١- الجني والتعبئة: وهي عملية تمهيدية يقوم بها المزارع وتبدأ في النصف الاول من اغسطس في الوجه القبلي والنصف الثاني من سبتمبر في الوجه البحري، ويفضل جني القطن على دفعتين تبدأ الاولى بعد تفتح ٧٠-٨٠% من اللوز وذلك للحصول على رتب مختلفة والحصول على فروق اسعار تلك الرتب.

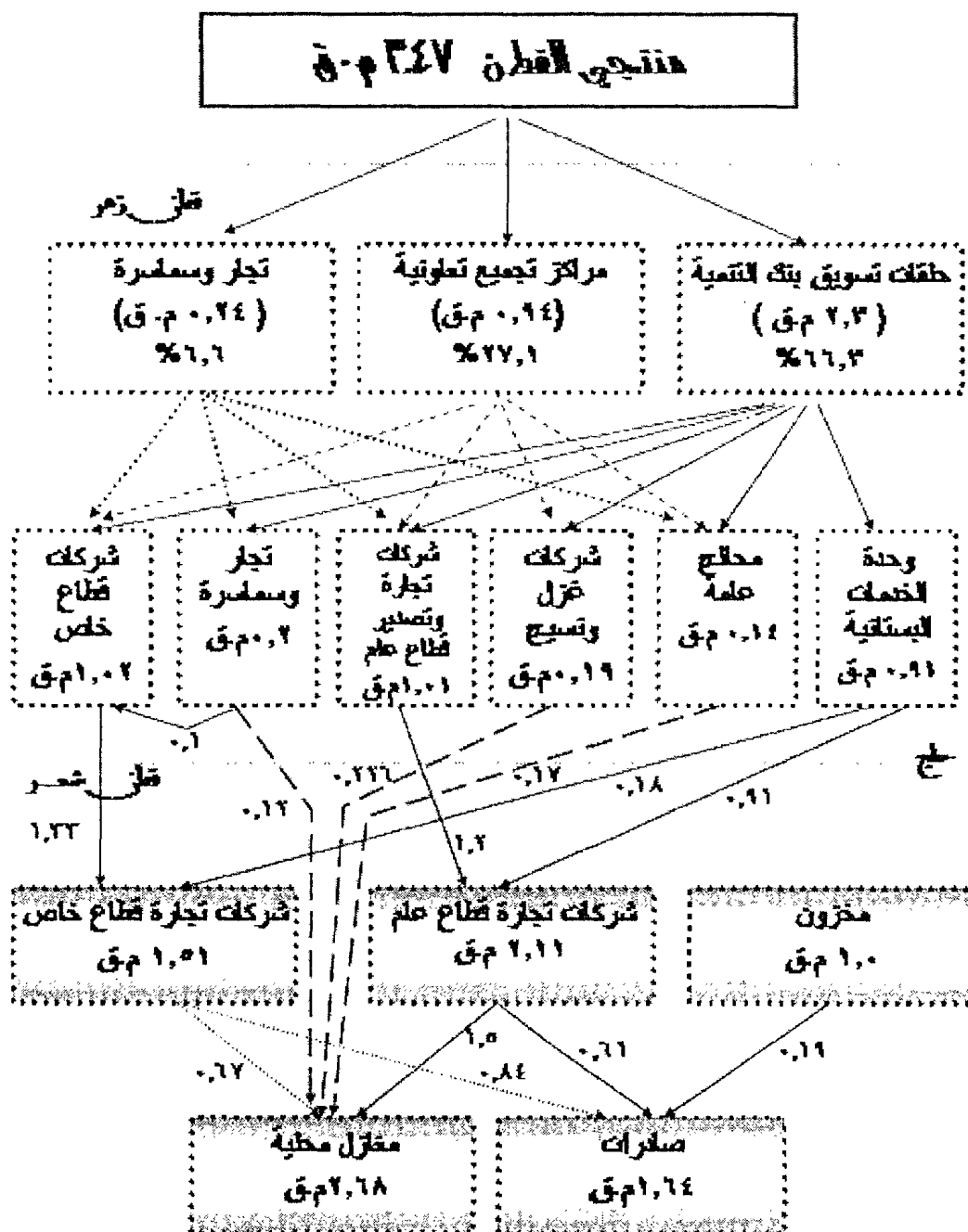
ويفضل ان يبدأ الجني في الصباح الباكر ويجمع المحصول في نقطة قريبة من الحقل تسمى المفرش او المحطة حيث يتم نشره وتنظيفه وتقليبه حتى يتطاير منه الندى ثم يعبأ القطن النظيف في اكياس ليوزن وينقل للمخازن.

٢- التخزين: تتم عملية تخزين القطن الزهر داخل المخازن في اكياس فوق عروق من الخشب مع تغطيتها بالمشمع لحفظها من الشمس والامطار حتى بيعها او ارسالها للمحالج لاتمام عملية الحنج. اما القطن الشعر فيخزن في اماكن التخزين بمينا البصل بالقباري بالاسكندرية او التخزين في احواش ومخازن مصانع الغزل والنسيج وشون البنوك بالاسكندرية والمكابس وبعض مخازن صغار التجار.

٣- سحب العينات والتقييم: تقوم هيئة تحكيم واختبارات القطن بسحب عينات من الاقطان الموردة الى حلقات التسويق في اول الموسم لتحديد متوسط معدل النصافي لكل صنف على مستوى كل حلقة تسويق، والتي يعلن عنها في مكان واضح بالحلقة مع الاسعار الاسبوعية لكل رتبة، ثم تقوم بايفاد فراز لفرز اقطان كل كيس على حدة في يوم الفرز المحدد والمعلن عنه بكل حلقة مقابل اجر محدد ليحدد رتبة القطن ثم يقوم بالتأشير بعلامة الفرز على كل كيس قام بفرزه.

٤- الفرز : تتم عملية فرز القطن بتقسيم الصنف لمجموعة من الرتب التي تعبر عن مقدار نظافة القطن من الشوائب والشعيرات الميتة عديمة القيمة الغزلية فضلا عن مواصفات التيلة. وهناك ست رتب للقطن مرتبة تنازليا : اكسترا - فولي جود - جود - فولي جود فير - جود فير - فولي فير وتقسم الرتب الثلاث الاولى الى ثمانية اجزاء اما الرتب الاخرى فلا تصنف بل تعتبر قطننا مخلوطا.

٥- الحنج والكبس: تتمثل عملية الحنج في فصل بذرة القطن عن الشعر حيث يتم شراء القطن الزهر من المنتج على اساس الوزن كقنطار زهر ويتباين معدل حنج القطن باختلاف الاصناف وكذلك ظروف الزراعة حيث بلغ متوسط معدل الحنج في صنف جيزة ٧٠ نحو ١٠٩% على سبيل المثال. وتنتشر محالج القطن على مختلف مناطق انتاجه بالجمهورية حيث يراعى عند الحنج ان تكون رتبة القطن متجانسة داخل اللوط الواحد وبعد فصل البذرة ينقل القطن الشعر الى المكابس ليكبس في بالات تمهيدا لنقلها الى ميناء تصديرها او مصانع غزلها.



شكل رقم (١) - القطن - التوزيعية القطن للأردن والشركة العامة للتجارة - ٢٠٠٧ م

المصدر : نقلا بتصريف عن :

"Policy lessons from the 2000/2001 cotton marketing season) Agricultural Policy Reform Program (APRP) Ministry of Agriculture and Land Reclamation July 2001

٧٠١٠٥ أهم المشاكل والصعوبات التي تؤثر على السوق الداخلي للقطن في مصر

من خلال ما تم التعرض له خلال هذه الدراسة عن خصائص للسوق الداخلية للقطن المصري وما تم إجراؤه من لقاءات ميدانية مع بعض المنتجين والمتعاملين في سوق القطن امكن حصر اهم المشاكل والصعوبات التي تؤثر على السوق الداخلي للقطن في مصر في النقاط التالية:

- عدم اقبال المزارعين على زراعة القطن وتناقص المساحات المنزرعة سنة بعد اخرى.
- المشاكل الانتاجية المتعلقة بمنافسة المحاصيل الصيفية الاخرى وكذا انخفاض الانتاجية وارتفاع تكاليف الانتاج لصغر الحيازات وتفتتها الامر الذي انعكس على ارتفاع تكلفة القنطار .
- عدم استقرار السياسات السعرية والتصديرية للقطن المصري مما يؤدي الى عدم استقرار سوق القطن وعدم الوضوح والشفافية للمتعاملين في السوق الداخلي والخارجي.
- انتشار ظاهرة توريد اقطان ذات رطوبة مرتفعة (مرطوبة) ببعض المحافظات اما لعدم دراية المزارعين بضرورة تهوية القطن الزهر قبل تعبئته للتخلص من رطوبة الصباح، واما عن سوء نية لرغبة الزراع في زيادة اوزان اقطانهم وتحقيق مكاسب مادية.
- اتهام بعض المسؤولين للمزارعين بزراعة بذور غير مطلوبة في الاسواق مع أن وزارة الزراعة تقوم بتوزيع تقاوى وبذور المحصول وهي التي تمتلك المعلومات حول احتياجات الاسواق فمن المسئول اذا عن زراعة هذه الانواع غير المطلوبة؟ ومن المسئول عن مراقبة ومحاسبة الذين يقومون بغش البذور حيث تقوم بعض الشركات بخلط بذور طويل التيلة مع بذور قصير التيلة.
- من العوامل الهامة التي تساهم في عدم استقرار سوق القطن .. عدم توافر الكوادر الفنية ذات الخبرة القادرة على تحديد السعر الحقيقي استنادا للرتبة ومعدلات النصافي وذلك في مواقع استلام الاقطان من الزراع بالاضافة الى تعدد الوسطاء وعدم وضوح دورهم في مجال تسويق وتجارة القطن.
- تتمثل اهم صعوبات الشراء المباشر من المزارعين في التصنيف، التحكيم والوزن حيث تخضع هذه العمليات لحكم وخبرة السماسرة وتعاد عمليات الوزن والتصنيف مرة اخرى في المحلج بواسطة الهيئة العامة للتحكيم واختبارات القطن والتي قد تصنف في رتبة اقل ومن ثم ينخفض سعرة.
- قد يواجه المنتج بعض المشاكل اذا حصل على سعر غير مجزي لمحصوله في حلقة البيع الخاصة مما قد يدفعه للبيع عند هذا السعر المنخفض او ان يتحمل تكلفة نقل المحصول مرة اخرى للمنزل.
- تنتج مصر اقطان عالية الجودة طويلة التيلة وفائقة الطول مرتفعة السعر وهي تستخدم دوليا في انتاج غزول فائقة النعومة (غزل نمرة ٨٠ - ١٠٠)، بينما تعتمد صناعة النسيج المحلية على غزل نمرة ٢٤ ، ٣٠ الذي يستخدم في انتاجه في جميع دول العالم الاقطان متوسطة التيلة (الابلند) وفي مصر تستخدم الاقطان الخام عالية الجودة مرتفعة السعر.

٨٠١٠٥ أهم التوصيات والمقترحات الخاصة بمواجهة مشاكل سوق القطن

- إيجاد التوازن بين حجم القطن المصري المطلوب للأغراض الصناعية والتصديرية معاً مع مساحات الأراضي المنزرعة، ويمكن التغلب على نقص القطن قصير التيلة خلال الفترة القادمة سواء عن طريق زراعته أو استيراده، بحيث يكفي إحتياجات المغازل المحلية، وذلك حتى يمكننا الاستمرار في المنافسة الخارجية بالأقطان المصرية. ويمكن في هذا الصدد إجراء بحوث لزراعة الأقطان قصيرة التيلة ذات الأسعار المنخفضة ووفرة المحصول في المناطق الجديدة (توشكى - الفرافرة - شرق العوينات) وخاصة الأصناف الجديدة ذات الإنتاجية العالية والدورة الزراعية القصيرة مع دعوة القطاع الخاص والمستثمرين للمساهمة في تكاليف تلك التجارب ودراسات الجدوى الإقتصادية.
- العمل على دراسة المشاكل التي تواجه المزارعين والتي تمنعهم من زراعة القطن وتحفيزهم على زيادة المساحات المنزرعة منه.
- تقوية دور لجنة تجارة القطن في الداخل في تخصيص انصبة شركات وتجار الداخل من تسويق الأقطان الزهر (عبر حلقات التسويق) وفي الدفاع عن حق شركات القطاع الخاص والتعاونيات في إقامة حلقات الشراء الخاصة والمستقلة عن حلقات التسويق التي يقيمها البنك ودراسة وقف نظام تاجر واحد لكل حلقة تسويقية وفتح الحلقات للمنافسة بين التجار.
- العمل على أن تكون خطة الخريطة الصنفية للقطن خطة خمسية (٥ سنوات) وليست خطة سنوية مستقبلية بحيث تكون النظرة أشمل مع أخذ جميع الإعتبارات (التصدير - الصناعات المحلية - المخزون) في الحسبان .
- تشجيع اتحاد مصدري الأقطان بالإسكندرية على التخلي عن نظامه في الحد الأدنى لاسعار التصدير والرتبة التصديرية فعدد من الدراسات اشارت الى ان كل القطن المصري قابل للتصدير بغض النظر عن الاصناف والرتب بشرط وجود مرونة كاملة في التسعير.
- العمل على إنشاء مجلس قومي أعلى للقطن يضم جميع المهتمين لتحديد السياسات الزراعية والسعرية والتسويقية .
- ادخال اصناف قصيرة العمر تسمح بزراعة القطن بعد القمح بغرض امداد المغازل المحلية بحاجتها من القطن المتوسط التيلة.
- استنباط الاصناف الجديدة وانتاج التقاوي النقية واستمرار وزارة الزراعة على سياستها في تحديث السلالات بحيث لا تبقى في التداول اكثر من اربع سنوات مع تحديد المناطق المناسبة لكل صنف من اصناف القطن في مناطق زراعته حيث يساهم ذلك الى حد كبير في زيادة الانتاج والانتاجية.

- تقليل استخدام الاسمدة والمبيدات الكيماوية والاعتماد على برامج مكافحة البيولوجية المتكاملة وعدم الرش الا عند الحد الاقتصادي الحرج بما يقلل من تكاليف الانتاج وتحسين الجودة ويزيد القدرة على التصدير والمنافسة العالمية من جهة ويحافظ على صحة الانسان والأحياء الطبيعية والبيئة من التلوث من جهة أخرى.
- الاستمرار في زراعة القطن طويل التيلة بهدف التصدير والإستخدامات المحلية لتحسين جودة المنسوجات وإنتاج نوعيات نسيج جديدة. مع العمل على ايجاد الاليات التي تشجع قيام المغازل المحلية بتطوير إنتاجيتها حتى تتمكن من المنافسة العالمية والتصدير.
- تخفيض الجمارك على القطن المستورد (قصير التيلة) المستخدم في صناعة الغزل والنسيج ولو لفترة مؤقتة لحين زراعة القطن قصير التيلة في مصر حيث أن تلك الصناعة تعتبر من أهم الصناعات في مصر مما يدعو إلى تطويرها والعمل على إزالة المعوقات الخاصة بها .
- إنشاء مراكز ووحدات أبحاث خاصة بالقطاع الخاص لمعرفة الأنواع المختلفة من الأقطان وإختبار أنسبها للصناعات المحلية، وكذلك العمل على عقد اجتماعات دورية بين الصناع والزراع لمعرفة أهم المشاكل التي تواجه القطاعين ومحاولة إيجاد حلول لتلك المشاكل .

المراجع

- ١ - جون هلتسمان ، دكتور عادل مصطفى ط يثار اصلاح السياسات على قطاع القطن والمنسوجات فى مصر " برنامج اصلاح السياسات الزراعية ، وزارة الزراعة واستصلاح الأراضى - ملخص تقرير دراسة الآثار رقم ٢٦ يوليو ٢٠٠٢
- ٢ -جون هلتسمان ، دكتورعادل مصطفى " الدراسة الاساسية لقطاع القطن " برنامج اصلاح السياسات الزراعية ، وزارة الزراعة واستصلاح الأراضى - ملخص تقرير دراسة الآثار رقم ٥ ديسمبر ١٩٩٨ .
- ٣ - ديريك برينكرهوف وآخرين " آثار مشروع اصلاح السياسات الزراعية على تعريف أدوار القطاعين العام والخاص فى الزراعة المصرية " برنامج اصلاح السياسات الزراعية ، وزارة الزراعة واستصلاح الأراضى - ملخص تقرير دراسة الآثار رقم ٢٠ يوليو ٢٠٠٢ .
- ٤ - كرينز ، دكتور عادل مصطفى آثار الخصخصة على صناعة حليج الأقطان فى مصر " برنامج اصلاح السياسات الزراعية ، وزارة الزراعة واستصلاح الأراضى - ملخص الدراسة الخاصة رقم ٣ مايو ٢٠٠٢ .
- ٥ -عبد الله محمود عبد المقصود أحمد " الطلب على الأقطان المصرية فى الأسواق العالمية " رسالة دكتوراه - كلية الزراعة - جامعة عين شمس .
- ٦ -محمد كمال خليل حمزاوى " المدركات الأساسية لاسواق القطن المنظمة " الجزء الأول ، الجذور التاريخية لبورصة القطن فى مصر - الاسكندرية - منشأة المعارف يوليو ٢٠٠١ .
- ٧ - مسعود على عبده المغربى " دراسة تحليلية للتسويق الداخلى والخارجى للقطن المصرى فى ظل سياسة التحرير الاقتصادى " رسالة دكتوراه - كليون الزراعة بالفيوم - جامعة القاهرة ١٩٩٨ .
- ٨ - معهد التخطيط القومى " الوضع الراهن والمستقبلى لاقتصاديات القطن المصرى " سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم ٧٢ مايو ١٩٩٢ .
- ٩ - هدى عباس محمد محمد موسى " أثر سياسة التحرير الاقتصادى على القطن المصرى " رسالة دكتوراه - كلية الزراعة - جامعة القاهرة ٢٠٠٢ .
- ١٠ - وزارة التجارة الخارجية والصناعة " تقرير التجارة الخارجية المجمع " مجلد ٤ العدد ١ سبتمبر ٢٠٠٤ .
- ١١ - وزارة الزراعة " نشرة الاحصاءات الزراعية " الادارة المركزية للاقتصاد الزراعى - وزارة الزراعة - أعداد مختلفة ١٩٩٨ - ٢٠٠٢ .

12 - Agricultural policy Reform program (APRP) "policy lessons from the 2000L2001 Cotton marketing season) APRP, Ministry of Agriculture and Land Reclamation July 2001 .

13 - Agricultural policy Reform program (APRP0) "Seed cotton marketing in Egypt 1999-2000) APRP, Ministry of Agriculture and Land Reclamation May, 2000 .

٢٠٥ سوق الحبوب (الأرز + الذرة الشامية)

تعتبر حاصلات الحبوب من الحاصلات الاستراتيجية الهامة باختلاف انواعها، ويتناول هذا القسم سلعتي الأرز والذرة الشامية باعتبارهما اهم سلعتين من تلك المجموعة، فتأتي أهمية الذرة من تعدد استخداماتها في مصر فهي تستخدم كغذاء مباشر في صناعة الخبز في المناطق الريفية بصفة خاصة أو تستخدم كأعلاف بشكل مباشر أو بعد إضافة المكونات الأخرى، كما تستخدم في الصناعات الغذائية. كما ان الارز يحتل مكانة هامة بين محاصيل الحبوب لأنه المحصول التصديري الوحيد بينها والذي يحتل المرتبة التالية لصادرات القطن ويتقدم علي كل من صادرات البطاطس والبرتقال ويمثل الأرز غذاءً رئيسياً للغالبية من السكان.

وتتناول دراسة سوق الارز التطور في عديد من المتغيرات الانتاجية والاقتصادية لمحصول الارز وكذلك المتغيرات المتعلقة باستهلاك الارز في السوق المصري، والتسويق المحلي واهم الوظائف التسويقية التي تجري على هذا المحصول، واسواق الارز المحلية واسعاره ومنافذ توزيعه، واهم النتائج التي تم الحصول عليها من خلال المقابلات الميدانية. اما دراسة سوق الذرة الشامية فقد تناولت المعروض في سوق الذرة الشامية وكذلك الطلب عليها في السوق المحلي والمسالك التسويقية لها ووارداتها وطرق تسويقها.

١٠٢٠٥ سوق الارز

يحتل الأرز مكانته الاقتصادية والغذائية بين محاصيل الحبوب ليس لكونه المحصول التصديري المنفرد بينها، بما قيمته ٤٥٢ مليون جنيه في متوسط الفترة (٢٠٠٠-٢٠٠٢) محتلاً بذلك المرتبة الثانية في قائمة الصادرات الزراعية بعد القطن الخام ومتقدماً علي كل من صادرات البطاطس والبرتقال حيث تمثل قيمة صادراته نحو ٢,٥% من قيمة الصادرات السلعية في نفس الفترة، بل لمكانته الغذائية التي يستمد منها احتواء حبوبه علي نحو ٨٥% من الكربوهيدرات، ٦,٤ - ٩,٤% من البروتينات، ٢,٢% من الدهون بالإضافة الى بعض العناصر المعدنية، والفيتامينات التي تتمثل في فيتامين أ، ب، د، هـ خاصة في الأرز المغلي الذي تنتقل فيه الفيتامينات من اغلفة الحبة الى الأندوسبيرم.

ورغم ان أهمية الأرز تكمن في قيمته الغذائية، حيث يزرع اساسا للحصول علي حبوبه التي تستخدم بعد ضربها كغذاء للإنسان، الا ان ذلك لا يقلل من اهميته في الصناعة حيث يستخدم كمادة خام في العديد من الصناعات التي تشمل النشا، والمشروبات الكحولية، وبعض انواع الشمع ، وتبرز أهمية محصول الأرز في مكانته المتقدمة بين محاصيل الفائض حيث يفوق انتاجه ، الذي بلغ نحو ٦ مليون طن عام ٢٠٠٠ ، الكميات المطلوبة للاستهلاك والتصدير معا حيث بلغت كمية الاستهلاك حوالي ٣,٥ مليون طن تمثل نحو ٥٨% من الانتاج بينما سجلت الصادرات نحو ٤٨٠ الف طن تمثل نحو ١٣% من حجم الإنتاج عام ٢٠٠٠م، الأمر الذي أدى الى وجود فائض مخزوني لنفس العام قدر بنحو ٢ مليون طن يمثل نحو

٣٣,٣% من اجمالي الناتج، وقد انعكس اثر ذلك علي خفض ربحية المنتج نتيجة لانخفاض السعر المزرعي للأرز في نفس العام.

١٠١٠٢٠٥ تطور أهم المتغيرات الانتاجية والاقتصادية لمحصول الأرز

ارتبط تطور المساحة الى حد كبير بمدى توافر المياه كأحد المحددات الهامة في زراعة الأرز، لذا فقد انعكس أثر المشروعات التي تم تنفيذها في أعالي النيل أو في مجرى النهر على اتجاه المساحة للتزايد من ناحية والحد من تذبذبها من الناحية الأخرى، إلا أن ارتفاع المقنن المائي لفدان الأرز والذي سجل ٤,٧ ألف م^٣/فدان وتنافس المحاصيل الصيفية من حيث الاحتياجات المائية خاصة قصب السكر والذرة الشامية، وتنفيذ مشروع جنوب الوادي وتزايد احتياجاته من المياه بالإضافة إلى اتجاه المساحة للتزايد خلال تنفيذ مراحل تحرير الأرز إنتاجاً وتسويقاً، حيث سجلت نحو ١,٥ مليون فدان في متوسط الفترة من (٢٠٠٢/٩٨)، قد حدى بوزارة الموارد المائية والري الى تحديد مساحة الأرز بنحو ٩٠٠ ألف فدان ترشيداً لاستخدام المياه وإحداث التوازن اللازم بين مختلف استخداماتها.

وتشير احصاءات الجدول رقم (٤) الى تزايد الانتاجية بنسبة ٢٩,٨% في متوسط الفترة (٩٨-٢٠٠٢) بالمقارنة بما كانت عليه في متوسط الفترة (٨٨-٩٢) حيث سجلت نحو ٣,٨١ و ٢,٩٣ طن/لفدان في الفترتين على التوالي ، وقد تراوحت الإنتاجية بين حد أدنى بلغ ٢,٥٥ عام ١٩٨٢ وأعلى بلغ ٣,٩٥ عام ٢٠٠٢ م .

ويتأثر انتاج الأرز بتطور كل من المساحة والانتاجية والتي تتضافر العديد من العوامل في التأثير على كل منهما، إلا أن الغاء القيود التنظيمية والادارية خلال تحرير الأرز إنتاجاً وتسويقاً قد لعب الدور الأساسي في زيادة المساحة من ناحية وزيادة الانتاجية من الناحية الأخرى الأمر الذي انعكس في نهاية الأمر على زيادة الانتاج . إلا ان هذه قد ارتبطت بظاهرة تركيز الانتاج في بعض المحافظات لملاءمة الظروف البيئية والفنية والتشريعية للإنتاج، وخلو التراكيب المحصولية في المحافظات الأخرى من محصول الأرز، الأمر الذي انعكست آثاره على سوق الأرز المصري وكان له تأثير واضح على أسعار المستهلك في المحافظات غير المنتجة نتيجة لتكاليف النقل، بالإضافة لبعض الوظائف التسويقية التي يتطلبها نقل الأرز خاصة ما يتعلق بالتعبئة والعبوات المستخدمة والعمولات وغيرها من المصاريف التي يتطلبها الانتقال خلال المسالك التسويقية المختلفة حتى تصل السلعة الى المستهلك النهائي .

وتشير احصاءات الجدول رقم (٤) الى اتجاه الانتاج للزيادة خلال فترات الدراسة بنسبة سجلت ٨٠,٢% خلال الفترة (٩٨-٢٠٠٢) مقارنة بما كان عليه الانتاج في (٨٨-١٩٩٢) وقد بلغ متوسط الانتاج نحو ٤,٥ مليون طن خلال الفترة من (٨٨-٢٠٠٢) ، وتذبذب الانتاج بين حد أدنى سجل ٢,١٣ مليون طن عام ١٩٨٨، وحد أعلى سجل ٦,١ مليون طن عام ٢٠٠٢ وبتقدير معادلة الاتجاه الزمنى العام للطاقة الانتاجية تبين أنها تزايدت بمقدار سنوى معنوى إحصائيا بلغ ٠,٢٥٥ مليون طن يمثل نحو

٥,٧٢% من المتوسط السنوى لها ، ويفسر معامل التحديد أن نحو ٨٨% من التغيرات التى طرأت عيها تعزى لعامل الزمن غير أنه تجدر الإشارة إلى أن عامل الزمن هنا لايفصل عن متغيرات تحرير السياسات الزراعية وكذلك تحرير الأنشطة الزراعية .

وتشير احصاءات وزارة الزراعة لعام ٢٠٠٢م الى تركز زراعة الأرز فى ثمانية محافظات تساهم بنحو ٩٨,٥% من إنتاج مصر من الأرز ، وذلك من مساحة تربو على نحو ٩٨,١% من اجمالى المساحة الأرزية، وتقع محافظة الدقهلية على قمة هذه المحافظات سواء من حيث المساحة أو الانتاج بنحو ٤٦٠ ألف فدان تنتج ١,٨ مليون طن و انتاجية سجلت نحو ٤,٠٠٨ طن / للفدان ، تليها فى الترتيب محافظات الشرقية، كفر الشيخ، البحيرة، والغربية بنحو ١٨,٦% ، ١٨,١% ، ١٥% ، ٩,٥% من اجمالى المساحة الأرزية ونحو ١٨,٥% ، ١٨,٣% ، ١٥,٤% ، ٩,٥% من اجمالى إنتاج عام ٢٠٠٢ لكل منهما على الترتيب، وتحتل محافظات دمياط والفيوم والقليوبية المراتب التالية بنحو ٣,٩% ، ١,٧% ، ١,٦% من حيث المساحة و ٣,٧% ، ١,٦% ، ١,٤% من حيث الانتاج وذلك من مساحة وإنتاج الأرز فى نفس العام .

وإذا كان الانتاج قد ارتبط بظاهرة تركز الزراعة فى نحو ثمانى محافظات ومالها من تأثير على أسعار المستهلكين فى المحافظات الأخرى، فقد ارتبط من الجانب الآخر بظاهرة تعدد وتباين أصناف الأرز وتركزها أيضاً فى نحو ٥ أصناف الأمر الذى ترتب عليه ارتباط ظاهرة التمايز السلعى بمحصول الأرز وإمكان تلبية أذواق المستهلكين نتيجة لتباين الأصناف واختلاف معاملات التجهيز والضرب، وتنوع العبوات . وتتركز أصناف الأرز فى خمسة أصناف تمثل نحو ٩٦% ، ٩٧% على الترتيب من مساحة وإنتاج الأرز عام ٢٠٠٢ ، وتترتب هذه الأصناف حسب الأهمية النسبية للمساحة والإنتاج، بصنف سخا ١٠١ يليه كل من جيزة ١٧٧ ، ١٧٨ ، وسخا ١٠٢ ، جيزة ١٠٧ بنحو ٣٧,٣% ، ١٩,٧% ، ١٨,٣% ، ١٤,٤% ، ٥,٨% من حيث المساحة ، ٤٠,١% ، ١٨,٤% ، ١٨,٣% ، ١٤,٨% ، ٥% من حيث الإنتاج - وعلى التوالى لكل منهما - عام ٢٠٠٢ م .

جدول رقم (٤)

تطور أهم المتغيرات الانتاجية والاقتصادية لمحصول الأرز بمصر

خلال الفترة من (١٩٨٨-٢٠٠٢) م

السنوات	البيان	المساحة	الانتاجية	الانتاج	السعر المزرعى	التكاليف الكلية	الاييراد الكلى	صافي الايراد
		ألف فدان	طن	مليون طن	بالجنيه للطن	بالجنيه للفدان	بالجنيه للفدان *	بالجنيه للفدان
١٩٨٨		٨٣٧	٢,٥٥	٢,١٣	٢٥٦,٥	٤٤٣,٤	٦٩٦,٢	٢٥٢,٨
١٩٨٩		٩٨٣	٢,٧٢	٢,٦٨	٣٦٢,٠	٤٧٤,٧	١٠٢٧,١	٥٥٢,٤
١٩٩٠		١٠٣٦	٣,٠٦	٣,١٧	٣٦٧,٠	٥٢٢,٠	١١٦٣,٢	٦٤١,٢
١٩٩١		١٠٩٩	٣,١٣	٣,٤٤	٤٣٥,٨	٦٩٤,٤	١٤١٣,٥	٧١٩,١
١٩٩٢		١١١٥	٣,٢٢	٣,٩١	٤٥١,٤	٨٣٨,٤	١٥٠٩,٣	٦٦٧,٩
١٩٩٣		١٢٨٢	٣,٢٥	٤,١٦	٥٠٤,٢	١١١٣,٢	١٦٩٧,٣	٥٨٤,١
١٩٩٤		١٣٧٨	٣,٣٣	٤,٥٨	٦٠٥,٤	١١٧٣,٣	٢٠٧٩,٨	٩٠٦,٥
١٩٩٥		١٤٠٠	٣,٤٢	٤,٧٩	٦٥٥,٨	١٢٥٧,٦	٢٣٢٢,٠	١٠٦٤,٤
١٩٩٦		١٤٠٥	٣,٤٨	٤,٩٠	٧٠٢,٣	١٣٠٧,٤	٢٥٣٤,٣	١٢٢٦,٩
١٩٩٧		١٥٤٩	٣,٥٣	٥,٤٨	٧١٧,٩	١٤٢٦,٨	٢٦٣٦,٨	١٢١٠,٠
١٩٩٨		١٢٢٥	٣,٦٣	٤,٤٥	٧٢٣,٨	١٧٠٣,٩	٢٧٢٧,٥	١٠٢٣,٦
١٩٩٩		١٥٥٩	٣,٧٤	٥,٨٣	٧٢٩,٨	١٧٥٠,٧	٢٨٤٨,٨	١٠٨٩,١
٢٠٠٠		١٥٦٩	٣,٨٣	٦,٠١	٥٨٢,٦	١٦٩٢,٣	٢٣٠٧,٦	٦١٥,٣
٢٠٠١		١٣٤٠	٣,٩٠	٥,٢٣	٥٩٢,٢	١٦٨٥,٢	٢٣٩٤,٥	٧٠٩,٣
٢٠٠٢		١٥٤٧	٣,٩٥	٦,١١	٦٧١,٥	١٧٦٠,٠	٢٧٤٣,٠	٩٨٣,٠
المتوسط (١٩٩٢-١٩٨٨)		١٠٣٤	٢,٩٣٦	٣,٠٦٦	٣٧٤,٥	٥٩٤,٦	١١٦١,٣	٥٦٦,٧
متوسط (١٩٩٧-١٩٩٣)		١٤٠٢,٨	٣,٤٠٢	٤,٧٨٢	٦٣٧,١	١٢٥٥,٧	٢٢٥٤,٠	٩٩٨,٤
متوسط (٢٠٠٢-١٩٩٨)		١٤٤٨	٣,٨١	٥,٥٢٦	٦٦٠,٠	١٧١٨,٤	٢٦٠٤,٣	٨٨٤,١
متوسط (٢٠٠٢-١٩٨٨)		١٢٩٤,٩	٣,٣٨	٤,٤٥٨	٥٥٧,٢	١١٨٩,٦	٢٠٠٦,٥	٨١٦,٤

المصدر: وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، إدارة الشئون الاقتصادية، نشرة الإقتصاد الزراعى، أعداد السنوات من (١٩٨٨-٢٠٠٠ م)، القاهرة.

• يشمل الايراد الكلى الايراد المحصل من قيمة المنتج الثانوى (قش الأرز) حمل / للفدان) .

واتسمت التكاليف الكلية لمحصول الارز خلال فترة الدراسة بالتذبذب حيث تراوحت بين حدين أدنى وأقصى بلغا نحو ٤٤٣,٤ ، ١٧٦٠ لعامى ٨٨-٢٠٠٢م على التوالي ، وبلغ متوسط التكاليف الكلية خلال فترة الدراسة نحو ١١٩٠ جنيه للفدان، وسجلت نسبة الزيادة فى التكاليف نحو ١٨٩% خلال الفترة (٩٨-٢٠٠٢) مقارنة بما كانت عليه فى الفترة (٨٨-١٩٩٢) نتيجة لتحرير الأسعار وارتفاع سعر الصرف .

كما اتسم الايراد الكلى خلال فترة الدراسة بالتذبذب لعدم استقرار المدخلات أو المخرجات، والتحرير التدريجى لمحصول الأرز خلال برنامج الاصلاح الاقتصادى إنتاجاً وتسويقاً وتسعيراً، ومن ثم فقد سجلت نسبة الزيادة خلال الفترة (٩٨-٢٠٠٢) مقارنة بالفترة من (٨٨-١٩٩٢) نحو ١٢٤,٣%، انخفضت الى ١٥٠% خلال الفترة (٩٣-١٩٩٧)، كما تراوح الايراد الكلى بين حد أدنى بلغ ٦٩٦,٢ جنيه عام ١٩٩٨، وحد أقصى بلغ ٢٨٤٨,٨ جنيه عام ١٩٩٩م ، بينما سجل المتوسط العام للايراد نحو

٢٠٠٦,٥ جنيه خلال فترة الدراسة . ويعكس صافى الأيراد التغيرات التى تؤثر على كل من التكاليف الكلية والإيراد الكلى حيث يزداد أو ينقص طبقاً للعلاقة السائدة بينهما لذا فقد اتسم تطوره بالتذبذب حيث تساروح بين حدين أدنى وأقصى بلغا ٢٥٢,٨ ، ١٢٢٦,٩ جنيه عامى ١٩٩٦-٨٨ على الترتيب وبمتوسط سنوى بلغ ٨١٦,٤ جنيه ، وقد انخفض الإيراد فى الفترة (٢٠٠٢-٩٨) مقارنةً بالفترة (٩٣-٩٧) بنسبة ١١,٥% نتيجة لزيادة التكاليف بنسبة أكبر من زيادة الإيراد الكلى .

جدول رقم (٥)

العرض الكلى لمحصول الأرز الصيفى خلال الفترة من (١٩٨٨-٢٠٠٢) م

السنوات	العرض الكلى	الانتاج الخلى	التغير فى المخزون	السعر المزرعى	الكمية / ألف طن	السعر / جنيه / طن	الواردات
١٩٨٨	٢٤١٢	٢١٣٢	٣٥١	٢٥١	١٠٤	٣٣	
١٩٨٩	٢٦٣٦	٢٦٧٩	-	٣٦٢	٤٨	٥	
١٩٩٠	٣٠٤٣	٣١٦٨	١٨-	٣٦٧	١١٠	٣	
١٩٩١	٣٢٢٤	٣٤٤٩	١١-	٤٣٦	٢٢٠	٦	
١٩٩٢	٣٥٢٠	٣٩١٠	١١٧-	٤٥١	٢٧٤	٢٦٣	
١٩٩٣	٣٧٩٩	٤١٦١	١٥٣-	٥٠٤	٢١٠	١,٩	
١٩٩٤	٤٠٩٥	٤٥٨٣	١٣١-	٦١٥	٣٥٨	١,٤	
١٩٩٥	٤٤١٣	٤٧٨٨	١٥٣-	٦٥٦	٢٢٩	٦,٩	
١٩٩٦	٤٥٠٥	٤٨٩٥	٨٧	٧٠٣	٤٧٩	٨٨١	
١٩٩٧	٤٥٢٥	٥٤٨٠	٦٦١-	٧١٨	٢٩٦	١,٠١	
١٩٩٨	٤٥١٠	٤٤٧٤	٦٦١	٧٢٤	٦٢٦	١,٠٢	
١٩٩٩	٤٥٨٩	٥٨١٧	٧٨٨	٧٣٠	٤٤٨	٨,٣	
٢٠٠٠	٤٦٩٩	٦٠٠١	٧٣٠٠	٥٨٣	٥٧٤	١,٨	
٢٠٠١	٤٦٤٦	٥٢٢٧	٢٣٢	٥٩٢	٩٥٨	١٤٥,٢	
٢٠٠٢	٤٧٤٧	٥٦٠٠	١٧٨٠	٦٧٢	٦٧٨	٢,٦	
المتوسط (١٩٩٢-١٩٨٨)	٢٩٦٧	٣٠٦٧,٦	-	٣٧٤,٤	١٥١,٢	٩,٥	
متوسط (١٩٩٧-١٩٩٣)	٤٢٦٧,٤	٤٧٨١,٤	-	٦٣٧,٢	٣١٤,٤	٢,٤	
المتوسط (٢٠٠٢-١٩٩٨)	٤٦٣٨,٢	٥٤٢٣,٨	-	٦٦٠,٢	٦٥٦,٨	٣١,٧	
المتوسط (٢٠٠٢-١٩٨٨)	٣٩٥٧,٥	٤٤٢٤,٣	-	٥٥٧,٣	٣٧٤,١	١٤,٥	

Source: FAOSTAT Database Result ١.

كما تشير الإحصاءات بالجدول رقم (٤) الى اتجاه معدلات النمو للتكاليف الانتاجية، والعائد الفدانى ، وصافى العائد الى التزايد بمقدار سنوى معنوى بلغ نحو ١٠٦,٨ ، ١٤٢,٨ ، ٣٦ جنيه للفدان ، وهو ما يمثل ٨,٩% ، ٧,١% ، ٤,٤% من المتوسط السنوى لهما على التوالى ، ويتضح من ذلك وجود زيادة معنوية فى صافى العوائد ناتجة عن زيادة العائد الفدانى كاستجابة لزيادة السعر المزرعى والانتاجية الفدانية على الرغم من زيادة التكاليف بنسبة أكبر كنتيجة مباشرة للتخفيف من القيود التى كبلت انتاج وتسويق وتسعير الأرز وترك الأسعار تتحدد نتيجة لتفاعل عوامل العرض والطلب بما تؤدى الى مستوى من الأسعار يحوز قبول كل من البائع والمشتري .

جدول رقم (٦)

الأهمية النسبية لمساحة وإنتاج وإنتاجية أهم أصناف الأرز المنزرعة في مصر

خلال الموسم الإنتاجي ٢٠٠٢م

البيان	المساحة	%	الإنتاجية	الإنتاج	%
بالألف فدان			بالطن	بالألف طن	
جيزة ١٧١	٨٩,٧	٥,٨	٣,٤١	٣٠٥,٤	٥
جيزة ١٧٢	٠,٠٣٩	-	٣,٧٤	٠,١٤٦	-
جيزة ١٧٣	٢,٧٠	٠,٢	٣,٣٦	٩,٠٨٢	٠,١
جيزة ١٧٧	٣٠٤,٥	١٩,٧	٣,٦٩	١١٢٢,٧	١٨,٤
جيزة ١٧٨	٢٨٣,٥	١٨,٣	٣,٩٥	١١٢٠,٨	١٨,٤
سحا ١٠١	٥٨٣,٨	٣٧,٧	٤,١٩	٢٤٤٨,٥	٤٠,١
سحا ١٠٢	٢٢٢,٦	١٤,٤	٤,٥١	٩٠٣,١	١٤,٨
سحا ١٠٣	١,١	٠,١	٤,٢٩	٤,٦	٠,١
سحا ١٠٤	٤,٠	٠,٢	٤,٣٨	١٧,٣	٠,٣
جيزة ١٨١	٠,٠٢٥	-	٢,٦٧	٠,٠٦٩	-
أصناف أخرى	٥٥,٤	٣,٦	٣,١٢	١٧٣	٢,٨
الإجمالي	١٥٤٧,٤	١٠٠	٣,٩٨	٦١٠٤,٧	١٠٠

المصدر: جمعت وحسبت من وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي - قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة الإقتصاد الزراعي، القاهرة ٢٠٠٤م.

٢٠١٠٢٠٥ اثر المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية علي استهلاك الأرز في ريف وحضر مصر

تعد دراسة النمط الغذائي لأي مجتمع من القضايا الهامة ليس فقط للتعرف علي الاحتياجات الغذائية لأفراد هذا المجتمع بل ايضا لدراسة وتحليل البيانات الموجودة داخل النمط الغذائي سواء بين الريف أو الحضر أو بين الأقاليم والمحافظات المختلفة، أو علي مستوى الشرائح الإنفاقية المختلفة، ولما كان الأرز ينتمي الى سلع الفائض، وتقبل عليه الغالبية العظمي من السكان لمكانته الغذائية، اضافة الى المتغيرات المتسارعة في سوق الأرز إنتاجا واستهلاكاً وتصديراً، فقد تطلب الأمر دراسة اثر المتغيرات الاقتصادية والجغرافية والديموغرافية علي استهلاك الأرز المصري في ريف وحضر مصر، بالاعتماد علي البيانات المتوفرة من بحث ميزانية الأسرة بالعينة للدخل والاتفاق والاستهلاك عام ١٩٩٩/٢٠٠٠م علي مستوى الأسرة ووفقا لما اسفرت عنه نتائج المسح لعينة بلغ حجمها ٤٧٩٤٨ أسرة شملت المحافظات الحضرية، وريف وحضر وجه بحري ووجه قبلي بالإضافة لمحافظات الحدود.

وقد اعتمد التحليل في هذا الجزء علي اسلوب الإنحدار المتعدد المرحلي لبيانات البحث السابق الاشارة اليه، وتحددت المتغيرات المستقلة وفقا لما ورد في البحث سواء كانت المتغيرات الاقتصادية أو الجغرافية أو الديموغرافية أو الاجتماعية أما المتغير التابع فيمثله قيمة الاستهلاك السنوي من الأرز للأسرة، وتشمل

المتغيرات الديموغرافية حجم الأسرة ، وعدد الافراد المقيدين في بطاقة التموين ان وجدت ، أما المتغيرات الجغرافية فتتمثل في متغيرين أساسيين هما طبيعة محل الإقامة (ريف وحضر) والمنطقة الجغرافية (محافظات حضرية - حضر وريف الوجه البحرى - وحضر وريف الوجه القبلي - ومحافظات الحدود) .

بينما تتمثل المتغيرات الاقتصادية في النشاط الاقتصادي لرئيس الأسرة (نشاط زراعي - غير زراعي - لا يعمل)، قيمة الاتفاق علي المكرونة، وقيمة الاتفاق علي الخبز، اجمالي الاتفاق الاستهلاكي وهو متغير يعكس المستوى الاقتصادي للأسرة وقد تم اختيار اجمالي الاتفاق الاستهلاكي معادلا للدخل المتاح للأسرة بهدف الكشف عن العلاقة بين المستوى الاقتصادي للأسرة وقيمة المستهلك من الأرز، وقيمة الاتفاق علي الطعام والشراب عموماً .

التوصيف الاحصائي لنموذج الإنحدار المرحلي المتعدد

$$\text{ص هـ} = \text{أ} + \text{ب} \text{ س}^1 \text{ هـ} + \text{ب}^2 \text{ س}^2 \text{ هـ} + \text{ب}^3 \text{ س}^3 \text{ هـ} + \dots + \text{ب}^4 \text{ س}^4 \text{ هـ} \text{ ص هـ}$$

حيث :

ص^{هـ} : القيمة التقديرية للاستهلاك السنوى للأسرة من الأرز سواء من انتاج الأسرة (عائلي) أو بالشراء .

س^١ : اجمالي الاتفاق الاستهلاكي

س^٢ : اجمالي الاتفاق علي الطعام والشراب

س^٣ : ، ، ، الخبز

س^٤ : ، ، ، المكرونة

س^٥ : متغير هيكلي يأخذ القيمة (١) اذا كان النشاط الرئيسي لرئيس الاسرة نشاط زراعي والقيمة (صفر) اذا كان غير ذلك ، مع ملاحظة ان القيمة المرجعية لهذا المتغير هي فئة غير العاملين .

س^٦ : متغير هيكلي يأخذ القيمة (١) إذا كان النشاط الرئيسى لرئيس الأسرة غير زراعى ، (صفر) غير ذلك .

س^٧ : متوسط حجم الاسرة

س^٨ : عدد الأفراد المقيدين في بطاقة التموين (ان وجدت)

س^٩ : متغير هيكلي يأخذ القيمة (١) اذا كان محل الإقامة حضر ويأخذ (صفر) اذا كان غير ذلك .

س^{١٠} : متغير هيكلي يأخذ القيمة (١) اذا كان موقع الاسرة في المحافظات الحضرية ويأخذ القيمة (صفر) اذا كان غير ذلك.

س ١١ : متغير هيكل يأخذ القيمة (١) اذا كان محل إقامة الأسرة حضر وجه بحرى والقيمة (صفر) اذا كان غير ذلك .

س ١٢ : متغير هيكل يأخذ القيمة (١) اذا كان محل إقامة الأسرة حضر وجه قبلي والقيمة (صفر) اذا كان غير ذلك .

س ١٣ : متغير هيكل يأخذ القيمة (١) اذا كان محل إقامة الأسرة ريف وجه بحرى ، والقيمة (صفر) فيما عدى ذلك .

س ١٤ : متغير هيكل يأخذ القيمة (١) اذا كان محل إقامة الأسرة ريف وجه قبلي ، والقيمة (صفر) فيما عدى ذلك .

مع ملاحظة ان القيمة المرجعية لمتغير المنطقة الجغرافية هي محافظات الحدود .

وقد اظهرت النتائج ان هذا النموذج المقترح يتصف بدرجة لا بأس بها من جودة التوفيق لبيانات مسح الدخل والاتفاق والاستهلاك لعام ١٩٩٩ / ٢٠٠٠م، حيث ان قيمة (Rs معامل التحديد) = ٠,٤٩ وهو ما يعني ان معامل الارتباط المتعدد بين قيمة استهلاك الأسرة من الأرز من ناحية وبين مجموعة المتغيرات المستقلة من الناحية الأخرى يصل الى ٠,٧ . ويوضح الجدول التالي قيمة تقديرات معاملات الانحدار لكل من هذه المتغيرات ومستوى المعنوية الاحصائية

المتغير المستقل	معامل الانحدار	مستوى المعنوية	المتغير المستقل	معامل الانحدار	مستوى المعنوية	المتغير المستقل	معامل الانحدار	مستوى المعنوية
الجزء المقطوع	٢,٦٤	٠,٦٦١	س ٥	٧,٢	٠,٠٠٠	س ١٠	٤٩,٧	٠,٠٠٠
س ١	٠,٠٠٢٤	٠,٠٠٠	س ٦	٦,٤	٠,٠٠٠	س ١١	٦١,٥	٠,٠٠٠
س ٢	٠,٠٣	٠,٠٠٠	س ٧	١٩,٦	٠,٠٠٠	س ١٢	٧٦,٦	٠,٠٠٠
س ٣	٠,٠٨	٠,٠٠٠	س ٨	٢,٧	٠,٠٠٠	س ١٣	١١٥,٤	٠,٠٠٠
س ٤	٠,٢	٠,٠٠٠	س ٩	٩١	٠,٢٦٣	س ١٤	٩٤,٩	٠,٠٠٠

المصدر : نتائج نموذج الإحذار المتعدد المرحلي لبيانات مسح الدخل والاتفاق والاستهلاك (لعام ١٩٩٩-٢٠٠٠) - الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء

ونظهر قيمة معاملات الانحدار وكذا مستوى المعنوية الاحصائية أن العلاقة بين جميع المتغيرات تقريباً ، فيما عدا نوع محل الإقامة (مصر - وريف) ، وبين قيمة استهلاك الأسرة من الأرز سنوياً علاقة معنوية . واذا تناولنا أثر كل من المتغيرات المستقلة علي حدة مصنفاً الى ديمغرافية واقتصادية، وجغرافية يتضح لنا الآتي:

- المتغيرات الاقتصادية: تظهر النتائج أن هناك علاقة موجبة بين قيمة الإنفاق علي الطعام والشراب وقيمة استهلاك الأسرة من الأرز حيث انه يترتب علي زيادة الإنفاق العام علي الطعام والشراب بمقدار ١٠٠ قرش يترتب عليه زيادة الاتفاق علي الأرز بمقدار ٣ قروش، ويفسر قانون انجل هذا الوضع

حيث إن زيادة الإنفاق على الطعام تتبع زيادة الدخل ولكن بنسبة اقل. وبالنسبة للعلاقة بين الإنفاق على الخبز وقيمة استهلاك الأسرة من الأرز نجد ان العلاقة عكسية حيث يترتب علي زيادة الإنفاق علي الخبز بمقدار ١٠٠ قرش انخفاض قيمة استهلاك الأسرة من الأرز بمقدار ٨ قروش، وهي علاقة ذات دلالة احصائية (معنوية) حيث يعتبر الخبز سلعة بديلة ومكملة في نفس الوقت، ومن ثم فاستخدام الخبز للغذاء سوف يقلل الاعتماد علي الأرز .

وبالنسبة للعلاقة بين الإنفاق علي المكرونة وإنفاق الأسرة علي الأرز نجد العلاقة أكثر وضوحاً من علاقة الإنفاق علي الخبز حيث تشير العلاقة العكسية الى ان زيادة الإنفاق علي المكرونة بمقدار ١٠٠ قرش سوف يترتب عليه انخفاض قيمة استهلاك الاسرة من الأرز بمقدار ٢٠ قرش مما يبين ان المكرونة بديل للأرز اكبر منه للخبز .

المتغيرات الديمغرافية: تشير نتائج مسح الدخل والإنفاق والاستهلاك للأسرة ان هناك علاقة وثيقة بين حجم الأسرة وبين قيمة المستهلك من الأرز، حيث يترتب علي زيادة حجم الأسرة بمقدار فرد واحد زيادة في قيمة المستهلك من الأرز بمقدار ١٩,٦ جنيه في السنة وهي علاقة ذات دلالة احصائية، وكذلك الحال بالنسبة لعدد الأفراد المقيدين ببطاقة التموين فهناك علاقة طردية بين عدد الأفراد المقيدين في البطاقة وقيمة استهلاك الأسرة من الأرز حيث ان زيادة أفراد البطاقة بفرد واحد يترتب عليه زيادة المتفق علي استهلاك الأسرة من الأرز بمقدار ٢,٧ جنيه في السنة وكلا الزيادتين ذات دلالة احصائية .

المتغيرات الجغرافية: وتبين النتائج عدم وجود فرق احصائي بين قيمة استهلاك الأسرة من الأرز في الحضر عنه في الريف، بالرغم من زيادة قيمة المتفق في الحضر بمقدار ٩ جنيه في السنة عنه في الريف الا أن هذه الزيادة غير معنوية.

جدول رقم (٧)

بعض المتغيرات التي تؤثر على الكمية المستهلكة من الأرز في مصر خلال الفترة (١٩٨٨ - ٢٠٠٢)م

السعر المرعى للذرة الشامية ج/طن	السعر المرعى للمقمح ج/طن	السعر المرعى للبيطاطس ج/طن	السعر المرعى للأرز ج/طن	دخل الفرد ج/سنة	سعر الجملة قرش/كجم	سعر التجزئة قرش/كجم	قيمة الناتج القومى الإجمالى مليون جنيه	نصيب الفرد كجم/سنة	عدد السكان ألف نسمة	الكمية المستهلكة ألف طن	السنوات
٣٢٤	٢٣٧	١١٣	٢٥٧	١٢٧٣	٢٠	٧٠	٦٧٢٥٤	٣٣,٧	٤٩٨٢٦	١٦٨٠	١٩٨٨
٤٠٥	٤٣٧	٢٦٥	٣٦٢	١٦٨٩	٣٦	٧٥	٩١٥٧٥	٣٨,٣	٥٠٨٥٨	١٩٤٦	١٩٨٩
٤٢٧	٤٧٣	٢٨١	٣٦٧	١٩٨٨	٣٧	٨٠	١٠٨٧٤٠	٤٠,٧	٥١٩١١	٢١١١	١٩٩٠
٤٤٣	٤٩٨	٣٣٠	٤٣٦	٢٣٥٨	٩٦	١٠٠	١٣١٠٥٧	٣٩	٥٢٩٨٥	٢٠٦٨	١٩٩١
٤٣٦	٥٢٧	٣٢٨	٤٥١	٢٣٩١	٩٦	١٢٢	١٣٤٣٣٦	٤٠,٢	٥٤٠٨٢	٢١٧٥	١٩٩٢
٤٥٨	٥٢٧	٤٨٧	٥٠٤	٢٤٥٠	٩٦	١١٦	١٣٩٦٢٢	٤٤,١	٥٥٢٠١	٢٤٣٣	١٩٩٣
٤٧٦	٥٣٥	٦٩٢	٦٠٥	٢٥٣٧	١٢٠	١٢٧	١٤٦١٤٩	٤٥,٢	٥٦٣٤٤	٢٥٤٦	١٩٩٤
٥١٤	٥٦٣	٦٠٩	٦٥٦	٢٦٠٤	١٢٧	١٣٨	١٥٣٣٦٩	٥٠,٧	٥٧٥١٠	٢٩١٦	١٩٩٥
٥٣٧	٦٤١	٥٣٢	٧٠٣	٤٠٤١	١٣٥	١٤٥	٢٣٩٥٠٠	٥٠	٥٨٧٥٥	٢٩٤٠	١٩٩٦
٥٥١	٦٦٧	٤٥٧	٧١٨	٤١٦٣	١٢٩	١٣٨	٢٥٣٠٩٠	٥٢,٩	٦٠٠٨٠	٣١٨٠	١٩٩٧
٥٧٩	٦٨٠	٥٤٢	٧٢٤	٤٣٧٥	١١٦	١٣٩	٢٦٨٣٩٨	٥٢,٧	٦١٣٤١	٣٢٣٣	١٩٩٨
٦٠٥	٦٨٠	٥٤٦	٧٣٠	٤٤١٣	١١٦	١٤١	٢٧٦٣٩٩	٥٣,٢	٦٢٦٣٩	٣٣٣٢	١٩٩٩
٦٠٧	٦٩٥	٦٢٧	٥٨٣	٤٤٩٤	٩٥	١٠٠	٢٨٨٢٧٦	٥٣,٩	٦٣٩٧٦	٣٤٥١	٢٠٠٠
٥٣٥	٥٢٠	٦٢٨	٥٩٢	٤٥٨٠	١٥٥	١٤٠	٢٩٠٣٢٢	٥٠,٨	٦٥٣٣٦	٣٣٢٠	٢٠٠١
٥٥٠	٥٤٠	٦٣٦	٦٧١	٤٦٦٢	١٧٠	١٧٠	٢٩٩٦٢٣	٤٥	٦٦٦٦٨	٣٠٠٠	٢٠٠٢
٤٠٧	٤٣٤,٤	٢٦٣,٤	٣٧٤,٦	١٩٣٩,٨	٥٧	٨٩,٤	١٠٦٥٩٢	٣٨,٤	٥١٩٣٢,٤	١٩٩٦	فترة (١) (٨٨-٩٢)
٥٠٧,٢	٥٨٦,٦	٥٧٣,٤	٦٣٧,٢	٣١٥٩	١٢١,٤	١٣٢,٨	١٨٦٣٤٦	٤٨,٦	٥٧٥٧٨	٢٨٠٣	فترة (٢) (٩٣-٩٧)
٥٧٥,٢	٦٢٣	٥٩٥,٨	٦٦٠	٤٥٠٤,٨	١٣٠,٤	١٣٨	٢٨٤٦٠٤	٥١,١	٦٣٩٩٢	٣٢٦٧	فترة (٣) (٩٨-٢٠٠٢)
٤٩٦,٤	٥٤٨	٤٧٧,٥	٥٥٧,٣	٣٢٠١,٢	١٠٢,٩	١٢٠,١	١٩٢٥١٤	٤٦	٥٧٨٣٤,١	٢٦٨٩	المتوسط العام (٨٨-٢٠٠٢)

المصدر: ١- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، القطاع الاقتصادى، الادارة المركزية للاقتصاد الزراعى:

أ- نشرة الاقتصاد الزراعى (أعداد متفرقة) .

ب- نشرة أسعار الخاصيل الزراعية (أعداد مختلفة) .

٢- الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء:

أ- النشرة الشهرية لأسعار التجزئة للمستهلك (أ٠م) .

ب- نشرة أسعار الخاصيل الزراعية (أعداد متفرقة) .

٣- البنك الأهلى المصرى، النشرة الاقتصادية (إعداد متفرقة) .

وعند دراسة الاختلافات بين المناطق الجغرافية المختلفة مقارنة بمحافظات الحدود تبين أن قيمة الأرز المستهلك في المحافظات الحضرية للأسرة في السنة ينخفض في المتوسط عن قيمة استهلاك الأسرة من الأرز في محافظات الحدود بمقدار ٤٩,٧ جنيه، وإن قيمة استهلاك الأسرة من الأرز في حضر الوجه البحرى يزداد عن القيمة المناظرة في محافظات الحدود بنحو ٦١,٥ جنيه . بينما تنخفض قيمة استهلاك الأسرة من الأرز في حضر الوجه القبلى عن القيمة المناظرة في محافظات الحدود بمقدار ٧٦,٦ جنيه .

ومن الملفت للنظر ان قيمة استهلاك الأسرة في السنة من الأرز في ريف الوجه البحرى يزداد بشكل واضح عن القيمة المرجعية في محافظات الحدود بمقدار ١١٥ جنيه في حين أن قيمة استهلاك الأسرة من الأرز في ريف الوجه القبلي يقل عن القيمة المناظرة في محافظات الحدود بمقدار ٤٩,٩ جنيه، وهذا يدل على أن أكبر الاسر استهلاكاً من الأرز هي أسر ريف الوجه البحرى حيث يبلغ قيمة استهلاك الأسرة في السنة ٢٢٣,٦ جنيه يليها بفرق شاسع حضر الوجه البحرى حيث بلغ متوسط استهلاك الأسرة من الأرز في السنة ١٥١,٨ جنيه ، ثم محافظات الحدود بمبلغ ١٣٩,١ جنيه ، ثم يأتى الوجه القبلي في المؤخرة حيث يصل قيمة استهلاك الأسرة من الأرز في حضر الوجه القبلي بمبلغ ٦١,١ جنيه في السنة ، أما ريف الوجه القبلي فيصل المبلغ الى ٥٣,٦ جنيه في السنة .

ومن ذلك يتضح ان هناك علاقة واضحة بين الإنتاج والاستهلاك حيث يزداد استهلاك الأرز في اماكن انتاجه وعليه يأتى ريف الوجه البحرى في مقدمه يليه حضر الوجه البحرى في المرتبة الثانية (اما المرتبة الثالثة فقاصرة علي محافظات الحدود، ثم تسجل المرتبة الرابعة والخامسة لكل من حضرالوجه القبلي وريف الوجه القبلي علي الترتيب ، حيث بلغ متوسط قيمة استهلاك الأسرة من الأرز للمناطق المختلفة علي الترتيب نحو ٢٢٣,٦ ، ١٥١,٨٢ ، ١٣٩,١ ، ٦١,١ ، ٥٣,٦ جنيهاً للأسرة سنوياً .

٣٠١٠٢٠٥ التسويق المحلي لمحصول الأرز

يشير مفهوم التسويق إلى كافة الوظائف التسويقية التي يتطلبها المحصول بعد الحصاد متضمناً مراحل التجميع والتعبئة والنقل والضرب والتوزيع خلال المسالك التسويقية المختلفة، والتي تنتهي بوصول السلعة الى المستهلك النهائي بالجودة المطلوبة والسعر الملائم في الوقت المناسب بما يضمن المنافسة المتكافئة في اسواق التوزيع المختلفة ، وفيما يلي توضيح لذلك :

١٠٣٠١٠٢٠٥ الوظائف التسويقية

تتركز الوظائف التسويقية في مجمل الخدمات والعمليات التي تتم بعد حصاد المحصول والتي يمكن بها تقليل الفاقد من المحصول ، وتحسين صفات الجودة بحيث تصبح مطابقة للمواصفات المطلوبة للتسويق سواء من ناحية النضج أو الجفاف أو نسبة الرطوبة التي يجب ألا تتعدى ١٥% ، بالإضافة الى خلو المنتج من الشوائب كالطين والغريبة والفارغة والعفنة وغيرها ^(١). ونظراً لما تتسم به فترة تجهيز المحصول وإعداده للتسويق من ظروف جوية غير ملائمة، حيث توافق موسم الأمطار الأمر الذي قد يترتب عليه الأضرار بالمحصول، فإن الأمر يتطلب الإسراع بأداء العمليات التسويقية بسرعة من حصاد المحصول الى نقله وتخزينه.

(١) وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي ، منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة ، السياسات السعرية والتسويقية الزراعية في ج.م.ع (الجزء الثاني - السياسات التسويقية) ، القاهرة ، ١٩٨٧ .

١ - التعبئة والنقل (الأرز الشعير) : عادة ما تختلف الوظائف التسويقية باختلاف المسلك الذي يتجه اليه المحصول، حيث تختلف المواصفات المطلوبة في كل جهة من جهات التوزيع ، إلا أن الأمر يتطلب ترك المحصول بعد حصاده حيث يتم جفافه للدرجة المطلوبة ، خاصة في أصناف الأرز التي يتم حصاده ودراستها عن طريق الكومباين ، ثم يتم تعبئة الأرز الشعير بعد ذلك في أجولة من الجوت أو البلاستيك وتنقل إما الى المضارب أو الفراكات الأهلية أو الى تاجر الجملة أو تاجر التجزئة أو الى مخازن المنتج ، ويتم النقل بالعديد من الوسائل التي يستخدمها الزراع ألا أنه بفضل استخدام سيارات النقل لتقليل الفاقد والمحافظة على الصفات المرغوبة .

٢ - ضرب الأرز: وهي العملية التي يتم خلالها إزالة الأغلفة الخارجية للحبوب وإضافة بعض المواد لتحسين الصفات الغذائية والتسويقية للأرز كزيت البرافين والملح والجلوكوز، وبذلك يتحول الأرز الشعير الى أرز صالح للاستهلاك، كما يتم أثناء عملية الضرب فصل الجنين (الجرمة) والزوائد (الرجيع) كما ينتج أثناء الضرب أيضا نسبة من الكسر تتوقف على صنف الأرز ونسبة الجفاف وطريقة الضرب (بالأكوان أو الجمارة)^(١).

٣ - تعبئة الأرز الأبيض ونقله: بعد إتمام عملية ضرب الأرز بالمواصفات المطلوبة التي تتناسب مع ذوق المستهلك، يتم تعبئته وفقا للمسالك التسويقية، ومنافذ التوزيع التي ينتهي إليها، ومن ثم يتم تعبئة الأرز الخاص بتجار الجملة والتجزئة والمنتجين والاستهلاك العائلي في أجولة من الجوت أو البلاستيك في احجام تتراوح بين (٢٥-١٠٠ كجم) أما الأرز الذي سينتهي مسلكه التسويق الى محلات البقالة أو سلاسل السوبر ماركت فيتم تعبئته في اماكن تجهيز خاصة حيث تتم غربلته لاستبعاد كسر الأرز والشوائب والحبوب النالفة والجرمة ورجيع الكون ، ثم يعبأ بعد ذلك حسب المواصفات المطلوبة إما في أجولة من الجوت أو البلاستيك وذلك في حالة الرغبة في عرضه للبيع بصورة سائبة ، واما يعبأ في أكياس من البلاستيك أو غيرها من مواد التعبئة بأحجام تتراوح بين (١-٥ كجم) يوضح عليها البيانات الخاصة بالعلامة التجارية، ومكان الضرب ، وتاريخ الانتاج والصلاحية ثم تعبأ الأكياس في كراتين من الورق المقوى وتنقل بعد ذلك الى اماكن التوزيع بسيارات النقل .

٤ - تخزين الأرز: يعتبر التخزين عملية أساسية للمحافظة على الارز بحالة جيدة وفقا للمواصفات المطلوبة، كما يكسب السلعة المنفعة الزمنية، ويعتبر تخزين الارز أداة تنظيمية لموازنة الكميات المعروضة بالكميات المطلوبة طوال العام. ويختلف تخزين الأرز باختلاف المتعاملين في انتاج الأرز وتسويقه حيث يتم التخزين في فراكات الأرز أو المضارب إما بالطريقة التقليدية في العراء أو تحت المظلات، إما التخزين بالطرق المتطورة فيتم في الصوامع أو الاستعاضة عنها لارتفاع التكاليف بإنشاء مستودعات مزودة بجدران سلكية من الجوانب، أما المنتجين وتجار الجملة والتجزئة فيتم التخزين

(١) وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي ، المرجع السابق ٥٥

لديهم في مخازن عادية جيدة التهوية وذلك بعد تعبئة الأرز في أجولة من الجوت أو البلاستيك ورسها على قواعد خشبية معزولة عن الأرض للمحافظة على الأرز من التلف سواء من الظروف الجوية أو الحشرات ،

وعموماً فإنه لرفع كفاءة تسويق الأرز، وتقليل نسبة الفاقد، والحفاظ على الأرز كمأ ونوعاً لحين وصوله لمراحل التصنيع (الضرب) ثم تسويق الارز المقشور بعد ذلك تؤخذ الوظائف التسويقية كحزمة متكاملة تبدأ بتوفير معدات الحصاد الآلي والغريلة والتدريج والتجفيف في المزرعة قبل نقله للمضارب، ثم اعداد وتجهيز اماكن تخزين جيدة التهوية وارضيات وأسقف ملائمة للحفاظ على صفات الأرز التي تناسب ذوق المستهلك.

٢٠٣٠١٠٢٠٥ الأسواق المحلية ومنافذ التوزيع للأرز المصري

تفاعلت العديد من العوامل الاقتصادية والاجتماعية لتشكل الأنواع المختلفة من الأسواق المحلية للأرز . وكان لحجم الحيازة، والنمط الاستهلاكي السائد، والدخول الفردية، وعدد السكان الأثر الأكبر في تحديد شكل وحجم السوق إضافة الى القرب أو البعد عن اماكن الإنتاج، وعليه فقد تحددت الأنواع المختلفة من الأسواق المحلية للأرز والتي يتم فيها مجموعة من الاجراءات بين البائعين والمشتريين في اماكن العرض ومواقع التصريف كما يلي :

١- أسواق المنتجين (اسواق القري) : وهي تلك الأسواق التي تقع بالقرب من مراكز الإنتاج ، وتعتبر اول مكان تتفاعل فيه عوامل العرض والطلب، ويقوم المستهلك بالشراء مباشرة من المنتجين دون إعطاء دور للوسطاء ومستفيداً من الأسعار التي تضاهي مستويات التكلفة الانتاجية بالإضافة لها مش مقبول من الربح حيث لا تتحمل هذه الاسعار تكاليف النقل أو الترحيل ، أما المنتجين الممثلين لقوى العرض فهم أساساً أصحاب الحيازات الصغيرة أو المتوسطة الذين يحصلون على استهلاكهم العائلي أولاً ثم يقومون بعرض ما تبقي من المخزون بعد تجهيزه لبيعه في الاسواق المحلية حيث يتم البيع عادةً في صورة سائبة أو عبوات من البولي اثيلين سعة ٢٥ كجم ، وعادة ما يتركز البيع في أول موسم الانتاج أو يقسم على مواسم معينة من السنة لتلبية الاحتياجات المعيشية أو الزراعية .

٢- أسواق المدن: وتشمل هذه الاسواق أسواق المراكز والمحافظات وهي لا تختلف عن الاسواق السابقة سوى في زيادة المعروض من الأرز وتواجد رئيسي لكبار المنتجين بها، وتعدد الأصناف المعروضة، واختلاف عبوات المستهلك حيث يوجد بجوار البيع بالطريقة السائبة عبوات سعة ٢٥ - ١٠٠ كجم، كما يتم تخصيص اماكن معينة لبيع الأرز وقد يتطور الأمر في بعض الأسواق الى تخصيص بعض المحلات أو الوكالات لبيع الأرز للمستهلكين.

٣- محلات البقالة وسلاسل السوبر ماركت: وفي إطار التطور الذي شهدته وسائل تجهيز الأرز وتعبئته وتعدد اصنافه واختلاف عبواته ، ظهرت بالإضافة لمحلات البقالة كمنافذ للتوزيع سلاسل السوبر ماركت التي تستوفى احتياجاتها ، التي تتلائم مع الانماط الاستهلاكية السائدة ، من شركات متخصصة في تجهيز وتعبئة الارز بالمواصفات التي يتطلبها المستهلك ، ونتيجة لإختلاف اصناف الأرز سواء من حيث طول الحبة أو صفات الطهي ، بالإضافة لتباين مستويات الدخل وانماط الاستهلاك يختلف سعر المستهلك حيث يتم البيع أما بصورة سائبة حيث ينخفض سعر المستهلك في هذه الحالة ويتراوح بين ١٥٠-٢٢٥ قرش / كجم ، ويعبأ الأرز في هذه الحالة في أجولة من من الجوت أو البولي إثيلين تتراوح سعتها بين (٢٥-١٠٠ كجم) ، اما الأرز الفاخر الذي يعامل معاملة خاصة تتمثل في القيام ببعض الوظائف التسويقية التي تشمل الغرلة بعد الضرب والتبييض حتى يتم فصل الحبوب السليمة عن (الجارمة) ، ورجيع الكون ، وكسر الحبوب ، ثم يعامل معاملة خاصة بإضافة بعض المواد لتحسين الصفات الغذائية والتسويقية للأرز كزيت البرافين والملح والجلوكوز ، ويعبأ بعد ذلك في عبوات خاصة توضح عليها كافة البيانات الخاصة بالمنتج والموزع وتاريخ الصلاحية وتتراوح اسعار المستهلك لهذه النوعية من الأرز المحلي بين (٣٠٠-٣٢٥) قرش / كجم .

٤- منافذ توزيع الحصص التموينية: شهد عام ٢٠٠٤ العودة الى توزيع بعض السلع الغذائية في صورة حصص محددة عن طريق البطاقات التموينية، وذلك لاختلال هيكل الاسعار، وارتفاع سعر الصرف، في مرحلة التحرر الاقتصادي في برنامج التثبيت والإصلاح الهيكلي ، وما ترتب على ذلك من ارتفاع مغالي فيه للأسعار نتيجة لتحرير اسعار المدخلات والمخرجات ، وترك الأسعار تتحدد عن طريق تفاعل قوى العرض والطلب دون استكمال الأدوات التشريعية والتنظيمية التي تؤدي الى حماية المستهلك وتنظيم المنافسة ومنع الاحتكار. ومن ثم فقد تم دعم سبعة سلع تقع في سلم اولويات المستهلك المصري شملت المسلي والزيت والمكرونه والفول والعدس والأرز، والشاي بأسعار (٢ كجم مسلي بسعر ٩٠٠ قرش، ٢/١ كجم زيت بسعر ١٧٥ قرش، ١ كجم مكرونة بسعر ١٥٠ قرش ، ٢/١ كجم فول بسعر ١٠٠ قرش ، نصف كجم عدس بسعر ١٥٠ قرش ، ١ كجم ارز بسعر ١٠٠ قرش ، و ٥٠ جم شاي بسعر ٦٥ قرش) وتصرف هذه الأصناف علي البطاقات من محلات البقالة أو الجمعيات الاستهلاكية بحد اقصى ٤ أفراد بالبطاقة حيث لم يتم قيد المواليد منذ عام ١٩٨٨ بالبطاقات وبالنسبة لحصة الأرز فإنه يتم صرف نحو ١٢ كجم في السنة للفرد وهو ما يمثل نحو ٢٣,٧% من متوسط استهلاك الفرد من الارز خلال الفترة (٩٨-٢٠٠٠) والذي بلغ نحو ٥٠,٦ كجم / سنة ، إلا أن عدم تغطية الحصة لجميع أفراد الأسرة ، وتحديد الأسرة بأربعة افراد كحد اقصى ، بالإضافة الى انخفاض الحصة المقررة ، وما يتسم به تسويق الأرز من تمايز سلعي يحقق متطلبات الأنماط الاستهلاكية المختلفة ، سوف يقلل من الآثار الإيجابية لصرف الحصة التموينية للأرز خاصة في الأمد القصير حيث مازالت التجربة في بدايتها بالإضافة للمشاكل المتعلقة بالبطاقات التموينية ، وانخفاض صفات الجودة لبعض الحصص وعدم وجود عبوات مجزأة .

٤٠١٠٢٠٥ التمايز السلعي وتباين أسعار الأرز المصري

تؤدى الأسعار الزراعية دوراً هاماً كأحد الأدوات الرئيسية لإحداث التأثيرات المناسبة واللائمة لزيادة الإنتاج حيث تعتبر من اهم الحوافز الاقتصادية التى يستجيب لها المنتجين عند اتخاذ قراراتهم الإنتاجية والتي غالباً ما تنعكس على المساحة أو الإنتاجية أو كلاهما معاً، ومن ثم فإن حصول المزارعين على اسعار مجزية لمنتجاتهم تفوق تكلفة الانتاج وتحقق عائداً مناسباً سوف يشجع المنتجين على انتاج المحاصيل التى ترغب الدولة في زيادة إنتاجها خاصة الاستيرادية منها . بيد أن طبيعة الانتاج الزراعي قد لا تحقق الاستجابة في فترة زمنية واحدة بل قد تمتد خلال فترات مستقبلية.

وقد شهد القطاع الزراعي في فترة ما قبل التحرر الاقتصادي العديد من السياسات السعريّة التى أدت الى العديد من التشوهات والاختلالات في التركيب المحصولي ، حيث انصرف المنتجون لزراعة المحاصيل التى يبتعد نطاقها عن القيود التحكمية سواء فيما يتعلق بأسعار المدخلات أو المخرجات أو القيود التنظيمية أو التشريعية والتي أثرت بالتالي على المحاصيل التصديرية والاستيرادية وانحازت لجانب محاصيل الخضر والفاكهة والأعلاف ، ولم يكن محصول الأرز بعيداً عن هذه المتغيرات حيث خضع كغيره من المحاصيل الرئيسية لقيود التسليم الإلزامي لحصة محددة بأسعار جبرية تنخفض كثيراً عن الأسعار الاقتصادية ، ولم يقتصر الأمر على المخرجات بل امتد ليشمل تحديد اسعار ومقننات مستلزمات الإنتاج وتحديد مواعيد التسليم ، على ان يختص بهذه المهام بنك التنمية والائتمان الزراعي ، ومع بداية خطوات الإصلاح الاقتصادي التى شهدها القطاع الزراعي حدثت تغيرات جذرية في السياسات السعريّة حيث تقرر تحرير اسعار الحاصلات الزراعية ، ومستلزمات الانتاج ، وقصر دور الدولة في الحد من الاحتكار وضمان تفاعل قوى العرض والطلب ، وتشجيع المنافسة المتكافئة . ونظراً لما يتسم به محصول الأرز من صفات تميزه عن غيره من المحاصيل في تعدد أنواعه واختلاف صفاته سواء من حيث الشكل أو الحجم أو طول الحبة أو صفات الطهي ومدى ملاعته لذوق المستهلك ، ومع اختلاف المعاملات أثناء التجهيز والتعبئة فإنه يمكن انتاج عدة بدائل من الأرز الأبيض كل منها يتسم بعدة مواصفات تميزه عن غيره من حيث درجات النظافة ومستويات التجهيز والتصنيع بحيث يتم عرض كل بديل بسعر يتناسب مع تكلفة الإنتاج والتسويق ، ويرتكز هذا الأسلوب على ان الطلب على الأرز ليس طلباً متجانساً ، بل انه يمكن تميزه الى طائفتين خاص لكل قطاع استهلاكي وقد ادى التمايز السلعي لمحصول الأرز الى تعدد أسعار المستهلكين تبعاً لنوع الأرز ، وجهات البيع ، فهناك الأسعار السائدة في أسواق المنتجين أو أسواق القرى ، وهناك أسعار أسواق المراكز أو عواصم المحافظات وعادة ما ترتفع عن أسواق القرى بقيمة تكاليف النقل والتجهيز والتعبئة . هذا بالإضافة لأسعار سلع التموين المدعمة والتي ينخفض سعرها عن اسعار السوق الحرة بقيمة الدعم حيث يصل سعر أرز التموين الى جنيه واحد للكيلو (في حين أنه يتراوح بين ١٥٠-٢٠٠ قرش/كجم) في أسواق القرى والمراكز والمحافظات .

وبخلاف الأسواق السابقة توجد منافذ أخرى للبيع تتضمن محلات البقالة وسلاسل السوبر ماركت حيث يعرض الأرز بالإضافة للصورة السائبة في أكياس من البلاستيك أو الألومنيوم تختلف أحجامها وألونها معاً بها انواع معينة من الأرز معاملة في أثناء التجهيز بطريقة يستبعد معها كسر الأرز والجرمة ورجيع الكون والغريبة ويضاف إليها أثناء الضرب زيت البرافين والملح لإعطائه لمعة معينة وتحسين خواصه وتختلف الاسعار بين الارز المعبأ وغير المعبأ حيث تتراوح بين (٢٠٠ - ٢٢٥ قرش/ كجم) للأرز السائب (٣٠٠-٣٢٥ قرش/كجم) للأرز الفاخر ، كما تعرض محلات السوبر ماركت الأرز المستورد من انواع البسمتيك بأسعار متفاوتة قد تصل إلى ١٤ جنيه / كجم ، وفي كل الأحوال تختلف أسعار التجزئة عن أسعار الجملة تبعاً لنوع الأرز وطريقة التغليف ومناطق البيع . ومن الحقائق التي يعكسها استقراء السوق المحلي للأرز اتجاه أسعار المستهلك سواء اسعار التجزئة أو الجملة الى التزايد حيث سجلت في متوسط الفترة (٩٨-٢٠٠٢) نحو ١٣٨ و ١٣٠,٤ قرش/كجم بزيادة نحو ٣,٩ % و ٧,٤ % عما كانت عليه الأسعار في متوسط الفترة (٩٣-٩٧) لكل من اسعار التجزئة والجملة بالترتيب والتي كانت ١٣٢,٨ ، ١٢١,٤ قرش/كجم. إلا ان ارتفاع اسعار المستهلك في السنوات الأخيرة، رغم اتجاه الإنتاج للتزايد وتغطيته للاستهلاك ووجود فائض التصدير، يتنافى مع المنطق الاقتصادي لتفاعل قوى العرض والطلب في ظل سوق المنافسة الكاملة، وينقلنا ذلك بطبيعة الحال الي أسواق احتكار القلة التي ساعد علي ظهورها المضاربة علي اسعار الأرز عن طريق التخزين انتظاراً لارتفاع الأسعار الذي شهدته السنوات السابقة.

ونظراً للتمايز السلعي الذي يتسم به محصول الأرز وتعدد اسعار المستهلكين فإنه يتعذر عمل تقديرات إحصائية بين كميات الأرز التي يستهلكها الفرد في السنة وبين اسعار التجزئة لهذه السلعة لعدم معرفة الكميات المباعة طبقاً لكل سعر من الأسعار المذكورة ولهذا يستعاض عن ذلك بالسعر المزرعي للأرز علي أساس انه يعكس اقرب تقدير للأسعار واتجاهات الاستهلاك من هذه السلعة. وعادةً ما يتم تحديد السعر المزرعي عن طريق وزارة الزراعة التي تقوم بتحديد سعر استرشادي أو سعر ضمان لكل موسم إنتاجي وغالباً ما يمثل متوسط السعر الإسترشادي في السنوات الثلاثة السابقة مع اضافة نسبة تتماشى مع الزيادة في التكاليف وتحقق هامش ربح مجزى للمنتج. ولا يعتبر سعر الضمان سعر اجباري أو ملزم للزراع بل هو مؤشر لسعر مناسب يمكن التعامل علي أساسه، وعادةً ما يرتفع سعر السوق الحر عن سعر الضمان حيث يتحدد نتيجة لتفاعل قوى العرض والطلب، الا أن عدم استكمال التشريعات التي تنظم المنافسة، وتمنع الاحتكار، وتحمي المستهلك قد أفرز العديد من الاختلالات في سوق الأرز المصري ، حيث سجل المخزون نحو ٣٣,٤ % من حجم الإنتاج عام ٢٠٠٠ م ، وارتفع سعر الأرز بنحو ٢٠٠ جنيه للطن تمثل ٢٢,٢ % من سعر الضمان (٩٠٠ جنيه / للطن) ، حيث بلغ السعر المزرعي نحو ١١٠٠ جنيه / للطن في بداية موسم عام ٢٠٠٤ وهناك احتمال لزيادته خلال الموسم خاصةً مع ظهور الطلب الفجائي لتصدير الأرز .

جدول رقم (٨)

أسعار التجزئة والجملة للأرز المباع في محلات البقالة وسلاسل السوبر ماركت بعينة الدراسة عام ٢٠٠٤
الكمية / كيلو جرام السعر : بالجنيه

البيان	نوع الأرز								
	عادي ^(١)			فاخر		بسمتيك			
الكمية	١	٥	١٠	٢٥	١	١	٢	١	٢
السعر	٢	٩,٥	١٨	٣٢,٤٠	٣	٣,٢٥	١٣,٥	٢٧	١٤
نوع العبوة	بلاستيك	بلاستيك	بلاستيك	بولي اثيلين	بلاستيك	بلاستيك	ألومنيوم	بلاستيك	بلاستيك
	(سائب)						(قصدير)		

المصدر : جمعت من استمارات الاستبيان للجنة عام ٢٠٠٤ م (أنظر الفقرات الخاصة بالدراسة الميدانية في الصفحات التالية).

٥.١.٢.٥ التحليل الإحصائي لاتجاه تطور السعر المزرعي للأرز المصري

تشير التغيرات السنوية لتطور السعر المزرعي للأرز في مصر خلال الفترة (٨٨ - ٢٠٠٢) انها تأخذ اتجاهًا عامًا متزايداً بمقدار بلغ ٢٨,١٤ جنيه / للطن . وهو ما يعادل ٥,٠٥% من متوسط السعر المزرعي الذي بلغ نحو ٥٥٧,٢ جنيه / للطن خلال فترة الدراسة . ولقد ثبت معنوية هذا التقدير احصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ ، ومن خلال اختبارات (ف) ثبت صلاحية النموذج المستخدم لطبيعة البيانات الاحصائية ويفسر معامل التحديد أن نحو ٦٨% من التغيرات الحادثة في تطور السعر المزرعي ترجع الى العوامل الإقتصادية التي تؤثر علي السعر المزرعي والتي يعكسها عامل الزمن ويتضح ذلك من العلاقة التالية :

$$ص^أ = ٣٣٢,٠٤٨ + ٢٨,١٤٦ س - ٢ ر - ٢ ف - المعنوية$$

$$** (٥,٢٩) ٠,٨٢٦ ٠,٦٨٣ ٢٨,٠٧ **$$

حيث : ص^أ = القيمة التقديرية لسعر الأرز المزرعي بالجنيه / للطن في السنة هـ
** = معنوية عند مستوى معنوية ٠,٠١ .

٦.١.٢.٥ الدراسة الميدانية لبعض متغيرات وخصائص سوق الأرز المصري

اعتمدت الدراسة في الوصول الى بعض متغيرات وخصائص سوق الأرز المصري علي بيانات ميدانية من خلال اختيار عينة عمدية تمثل بعض قرى مراكز محافظات الدقهلية والشرقية والبحيرة والجيزة حيث تم اختيار قرية طوخ الأقلام بمركز السنبلالوين دقهلية ، وقرية سنهوت مركز مينا القمح شرقية ، وقرية جبارس مركز ايتاي البارود البحيرة وقرية دهشور مركز البدرشين الجيزة ، حيث تختلف الدورات الزراعية، وأصناف الأرز ، والمحاصيل الصيفية ، والنمط الاستهلاكي بالإضافة الى ان المحافظات الثلاث الأولى من اهم المحافظات انتاجاً للأرز، وشملت العينة ٦٠ منتجاً في القرى الأربعة وتم توزيعها بالتساوي، وتم جمع البيانات من خلال إعداد استبيان استبيان تحوى اهم الاسئلة ذات الصلة بالإنتاج

والتسويق والاستهلاك والتي تفي بأهداف الدراسة ، وتم اجراء المقابلات الشخصية مع المنتجين المختارين عشوائياً في هذه القرى .

١ - النتائج المتعلقة بالعوامل المؤثرة علي انتاج الأرز (جانب العرض)

يتوقف الانتاج علي كل من المساحة والانتاجية، وتعتبر الانتاجية محصلة للعديد من العوامل منها ما يتصل بصنف الأرز أو المعاملات الفنية . وتشير بيانات الجدول رقم (٩) الى تفضيل ٣٣ % من أفراد العينة لاختيار الأرز ضمن المحاصيل الصيفية ومن ثم تأتي مساحة الأرز في المرتبة الثانية بعد الخضر الذي تفضله ٤٠ % من افراد العينة ، ثم يأتي التفضيل بعد ذلك للذرة والقطن من نحو ٢٠ % ، ٧ % من العينة علي التوالي ، واستكمالاً للدورة الزراعية بالمحاصيل الشتوية جاء التفضيل للدورات التي تضم الأرز مع كل من القمح والبرسيم حيث يفضل هذه الدورات ٤٠ % من افراد العينة بواقع ٢٠ % لكل دورة ثم تأتي بعد ذلك دورة الأرز مع الكتان بواقع ٦ % من العينة حيث يعكس هذا الاختيار تأمين الإنسان لغذائه مع عدم إهمال تغذية الحيوان ، ثم تأتي دورات القطن في نهاية التفضيل بنسبة ٨ % ، ٦ % من افراد العينة لدورة القطن والبرسيم التحريش ، والقطن والفل ، ويعكس ذلك أيضاً اتجاه المساحة للتزايد حيث يفضل ٤٦ % من العينة اختيار دورة الأرز مع القمح أو البرسيم او الكتان ، ويرجع انخفاض دورة الكتان لأنه من المحاصيل المجهدة للتربة ، وتتوسط دورة الأرز مع كل من البرسيم والقمح الاختبارات السابقة حيث يفضلها ٤٠ % مناصفةً بين الدورتين.

وبخصوص اصناف الأرز التي تم اختيارها فقد تركزت في الأصناف قصيرة الحبة سواء الجديدة او القديمة، حيث يمثل الأصناف الجديدة جيزة ١٧٧-١٧٨، سخا ١٠١ ، ١٠٢ أما الأصناف القديمة فيمثلها جيزة ١٧١ ، ويفضلها ٩ % من افراد العينة أما الاصناف الجديدة فيفضلها ٢٧ % من افراد العينة ، وبذلك تحتل الأصناف القصيرة المرتبة الأولى بنسبة ٣١ % من افراد العينة بالإضافة لنحو ٢٢ % التي تمثل الأصناف الأخرى ومنها الأصناف الجديدة والقديمة ولا يبقى للأصناف الطويلة سوى ١١ %.

وفيما يتعلق بمبررات اختيار صنف الأرز : اتضح ان نحو ١٠ % من افراد العينة كان مبررهم توفير المياه، و ١٥ % للتبكير بالنضج ، و ٣ % لتقليل الفاقد ، في حين أن ١٢ % منهم كان مبررهم مقاومة الصنف للرقاد ، و ١٥ % لمقاومة مرض اللفحة بينما يرى نحو ٢٦ % أن زيادة العائد الفداني لصنف الأرز كان المبرر للاختيار في حين أن ١١ % من افراد العينة جاء تفضيلهم علي أساس ملائمة صفات الطهي .

جدول (٩)

أهم المتغيرات المؤثرة على عرض الأرز في ج.م.ع بعينة الدراسة عام ٢٠٠٤م

المحاصيل الصيفية المفضلة	العدد	%	الدورة الزراعية المفضلة	العدد	%	أصناف الأرز	العدد	%	مبررات اختيار صنف الأرز	العدد	%	إستخدامات الميكنة	العدد	%
القطن	٤	٧	قمح + أرز	١٢	٢٠	طويل الحبة (جيز ١٨١)	٧	١١	توفير المياه	١٠	١٧	تجهيز التربة	١٢	٢٠
الذرة	١٢	٢٠	برسيم + أرز	١٢	٢٠	قصيرة الحبة	١٩	٣١	التبكير بالنضج	٩	١٥	التسوية بالليزر	٦	١٠
الأرز	٢٠	٣٣	كتان + أرز	٤	٦	أصناف جديدة	١٦	٢٧	تقليل الفاقد	٢	٣	الزراعة	٤	٧
الخضر	٢٤	٤٠	برسيم تحريش + قطن	٥	٨	أصناف قديمة	٥	٩	المقاومة للرقاد	٧	١٢	الرى	١٢	٢٠
أخرى تذكر	-	-	فول بلدى + قطن	٤	٦	أخرى تذكر	١٣	٢٢	مقاومة مرض اللفحة	٩	١٥	الحصاد (الضم)	١٣	٢١
			برسيم مستديم + ذرة	١٢	٢٠				زيادة العائد الفدائي	١٦	٢٦	الدراس	١١	١٨
			قمح + ذرة شامية	١٢	٢٠				ملائمة صفاته للطهي	٧	١١	أخرى تذكر	٢	٤
			أخرى تذكر		-				أخرى تذكر	١	١			

المصدر: جمعت وحسبت من إستمارات الإستبيان الخاصة بعينة الدراسة عام ٢٠٠٤ م .

ومن النتائج السابقة أن زيادة العائد الفدائي كانت اهم المبررات وهو ما يتفق مع اختيار الأرز كأهم المحاصيل الصيفية وكذلك دورات الأرز . وفيما يتعلق باستخدام الميكنة للتخفيف من تكاليف العمل اليدوي وتوفير الوقت والجهد وزيادة الإنتاج ، استخدم ٢٠% من أفراد العينة الميكنة في تجهيز التربة ، و ١٠% للتسوية بالليزر، و ٧% في الزراعة . بينما لجأ نحو ٢٠% للميكنة للرى ، و ٢١% للحصاد ، واستخدم ١٨% من افراد العينة الميكنة في الدراس ، و ٤% في مراحل مختلفة .

لذلك فان زيادة انتاج الأرز ترجع الى زيادة المساحة في المقام الأول نتيجة لتفضيل افراد العينة للأرز كأهم المحاصيل الصيفية باستثناء الخضراوات وكذلك تفضيل دورات الأرز سواء مع القمح أو البرسيم أو الكتان ، والسبب الثاني لزيادة الانتاج يرجع الى ارتفاع الإنتاجية للأصناف التي تم اختيارها حيث تراوحت بين (٤,٢-٣,٤ طن للفدان) بالإضافة لاستخدام الميكنة في المراحل الهامة للإنتاج ، وقد ساعد علي ذلك ان التفضيل تم في نسبة كبيرة منه علي اساس العائد الفدائي .

ونظراً لمحدودية المياه ، وتنافس المحاصيل الصيفية علي الرقعة الزراعية ، فإن ذلك يتطلب الاستخدام الأمثل للموارد الأرضية والمائية وذلك بالوقوف عند المساحة المحددة بواسطة وزارة الري والموارد المائية وهي ٩٠٠ ألف فدان ، حتى يمكن توفير الأرض والمياه الا ان ذلك قد يتعارض مع زيادة الانتاج ويمكن التغلب علي ذلك باستنباط أصناف ذات إنتاجية مرتفعة من ناحية والعمل علي تقليل الفاقد من الناحية الأخرى .

٢ - النتائج المتعلقة بتسويق محصول الأرز

نبدأ مرحلة التسويق عادة في غضون انتهاء مرحلة الإنتاج ويتضمن هذا الجزء من استمارة الاستبيان ما يتعلق (بالوظائف التسويقية والمسالك والمشاكل وكذلك اسباب عدم استقرار سعر الأرز ، ومصادر المعلومات التسويقية) ، ففيما يتعلق بالوظائف التسويقية : يرى ٢٨% من افراد العينة ان الغربة لتقليل الشوائب هي اهم الوظائف ، بينما يرى ٢٣% ان التعبئة هي الأساس ، وأشار ٢٢% الى النقل ، ٢٥% الى التخزين بينما يرى ٢% ان ضرب الأرز هو الأهم ، وخلصه القول ان الوظائف التسويقية تضمنت الغربة ، والتعبئة ، والنقل ، والتخزين والضرب .

أما بالنسبة للمسالك التسويقية وطرق التصرف في المحصول فيرى ٢٦% من افراد العينة في الاستهلاك المنزلي اول صورة للتصرف ، بينما اشار ٢٣% للبيع لتجار الجملة ، و ١٢% لتجار التجزئة ، بينما يفضل ٢% البيع للمستهلك مباشرة ، و ٢% للبيع اكثر في حين أن ٩% يفضل بيع الأرز في اسواق القرية ، ١٢% تفضل التخزين والبيع طوال الموسم ، بينما يرى ٨% البيع لمحلات البقالة والسوبر ماركت مسلك تسويقي آخر ، و ٦% تفضل التسليم للمضارب . وهو ما يبين ان المسالك التسويقية التي يفضلها أفراد العينة قد غطت كل المسالك سواء من المنتج الى المستهلك مباشرة او الى اسواق الجملة او التجزئة أو محلات البقالة او الى المضارب أو الى تخصيصها للتقاوى كأكثار .

وفيما يتعلق بالمشاكل التسويقية فيشير الجدول رقم (١٠) الى أن هذه المشاكل يمكن تصنيفها الى مشاكل خاصة بالتمويل ، وعدم توافر وسائل نقل ، وكذلك مشاكل عدم توافر المخازن المناسبة ، وارتفاع اسعار العبوات ، بالاضافة لعدم ملائمة العبوات للنقل ، وكذلك عدم توافر معلومات عن السوق ، وعدم ثبات الأسعار حيث بلغت نسبتهما ٤,٥% ، ٢% ، ٢,٥% ، ٢٧% ، ٢% ، ١٤% ، ٣٠% من افراد العينة علي الترتيب .

أما بالنسبة لأسباب عدم استقرار سعر الأرز طوال العام فيوضح الجدول رقم (١٠) ان أهم الاسباب من وجهة نظر أفراد العينة تتمثل في زيادة المعروض اول الموسم ، والتخزين وعدم البيع مباشرة ، وزيادة الطلب في مواسم معينة ، وكذلك عدم انتظام التصدير ، وارتفاع اسعار السنوات السابقة بالاضافة لدخول العديد من الأفراد في التجارة ، والمضاربة علي الأسعار ، حيث بلغت نسبتهما ١٦,٥% ، ٣٣% ، ٣% ، ١٢% ، ١٢,٥% ، ٧% من اجمالي افراد العينة علي التوالي . ومما سبق يتضح ان اهم الاسباب تتمثل في التخزين وعدم البيع مباشرة انتظاراً لارتفاع الأسعار خلال الموسم ، وفي المرتبة الثانية تأتي زيادة المعروض اول الموسم ويتساوى معه دخول العديد من الأفراد في التجارة وفي المرتبة الثالثة يتساوى سبب عدم انتظام التصدير وارتفاع اسعار السنوات السابقة.

وفيما يختص بمصادر المعلومات التسويقية فيمكن اجمال اهم المصادر التي يمكن الحصول منها علي المعلومات التسويقية في تاجر التجزئة ، وتاجر الجملة بالاضافة لأسواق القرية ، ومحلات البقالة وسلاسل السوبر ماركت وكذلك مضارب الأرز حيث بلغت نسبتهما ٨% ، ٥٢% ، ٢٤% ، ٢% ، ١٤% من اجمالي أفراد العينة علي الترتيب .

جدول رقم (١٠)

الوظائف والمسالك التسويقية للارز ، والمشاكل التسويقية ، وأسباب عدم استقرار الأسعار
ومصادر المعلومات بعينة الدراسة .

الوظائف التسويقية قبل البيع			المسالك التسويقية (التصرف في الحصول)			المشاكل التسويقية			أسباب عدم استقرار سعر الارز طوال العام			مصادر المعلومات التسويقية		
البيان	العدد	%	البيان	العدد	%	البيان	العدد	%	البيان	العدد	%	البيان	العدد	%
الغربة (تقليل الشوائب)	١٧	٢٨	الاستهلاك المزلي	١٦	٢٦	مشاكل تمويل	٣	٤,٥	زيادة المعرض أول الموسم	١٠	١٦,٥	تاجر التجزئة	٥	٨
التعبئة	١٤	٢٣	البيع لتجار التجزئة	٧	١٢	عدم توافر وسائل النقل	١	٢	التخزين وعدم البيع مباشرة	٢٠	٣٣	تاجر الجملة	٣١	٥٢
النقل	١٣	٢٢	البيع لتجار الجملة	١٤	٢٣	عدم توافر المخازن المناسبة	١٢	٢٠,٥	زيادة الطلب في مواسم معينة	٢	٣	أسواق القرية	١٤	٢٤
التخزين	١٥	٢٥	البيع للمستهلك مباشرة	٢	١,٥	ارتفاع أسعار العبوات	١٦	٢٧	عدم انتظار التصدير	٧	١٢	محلات القالة والسوبر ماركت	١	٢
ضرب الارز	١	٢	البيع إكثار	١	١,٥	عدم ملائمة العبوات للتنقل	١	٢	ارتفاع أسعار السنوات السابقة	٧	١٢	مضارب الارز	٨	١٤
أخرى تذكر	—	—	بيع الارز في أسواق القرية	٥	٩	عدم توافر معلومات عن السوق	٨	١٤	دخول العديد من الأفراد في التجارة	١٠	١٦,٥	أخرى تذكر	—	—
—	—	—	التخزين والبيع ضوال الموسم	٧	١٢	عدم ثبات الأسعار	١٨	٣٠	المضاربة علي الأسعار	٤	٧	—	—	—
—	—	—	البيع للبقالة والسوبر ماركت	٥	٧,٥	أخرى تذكر	—	—	أخرى تذكر	—	—	—	—	—
—	—	—	التسليم للمضارب	٤	٦	—	—	—	—	—	—	—	—	—

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الامتياز الخاصة بعينة الدراسة عام ٢٠٠٤ .

٢٠٢٠٥ سوق الذرة الشامية

١٠٢٠٢٠٥ العرض

بلغ إجمالي إنتاج مصر من الذرة الشامية بعروتيه الصيفي والنيلى ، وللصنفين البيضاء والصفراء ، عام ١٩٩٨ نحو ٦,١ مليون طن بينما تراوح هذا الإنتاج بين ٦,٧ مليون طن عام ٢٠٠١ كحد أقصى و ٦,١ مليون طن عام ١٩٩٨ كحد أدنى ، وقد مثلت الذرة الشامية الصيفي خلال الفترة ١٩٩٨-٢٠٠٣ بين ٩٠% عام ٢٠٠١ و ٨٧% عام ٢٠٠٣ وذلك من إنتاج الذرة الشامية في مصر خلال سنوات نفس الفترة . بينما تراوحت نسبة إنتاج الذرة الشامية النيلى خلال نفس الفترة بين نحو ١٠% عام ٢٠٠١ و ١٣% عام ٢٠٠٣ - جدول (١١) .

٢٠٢٠٢٠٥ الطلب

اما من حيث الاستخدامات فقد بلغ إجمالي الكمية المتاحة للاستهلاك من الذرة الشامية في مصر عام ١٩٩٥ نحو ٦,٩٦ مليون طن زادت الى نحو ١١,٦ مليون طن عام ٢٠٠٢ . وقد تراوحت الفجوة الغذائية (الفرق بين المتاح والإنتاج المحلي) من الذرة الشامية خلال الفترة ١٩٩٥-٢٠٠٢ بين ٢,٤ مليون طن عام ١٩٩٥ الى نحو ٥,١ مليون طن عام ٢٠٠٢ بزيادة بلغت ١١٢,٥% وتم تغطية هذه الفجوة من خلال الاستيراد من الخارج. وتتعدد استخدامات الذرة الشامية في مصر فهي تستخدم كغذاء مباشر في صناعة الخبز ، في المناطق الريفية بصفة خاصة ، أو تستخدم كأعلاف بشكل مباشر أو بعد إضافة المكونات الأخرى ، أيضاً تستخدم في الصناعات الغذائية وبصفة خاصة لاستخراج الزيوت والنشا ، وصناعة الأعذية الخفيفة (سناك) وهذا بالإضافة إلى استخدامها كتقاوى ، ويبين جدول (١٢) أن معظم الكميات المستهلكة من الذرة الشامية تتمثل في الغذاء أو صناعة الأعلاف بدرجة أساسية حيث تراوحت الكميات الموجهة للغذاء بين نحو ٤٨,٧% من الكميات المتاحة من الذرة الشامية في عام ١٩٩٥ كحد أقصى وبين نحو ٣٧,٢% عام ٢٠٠١ كحد أدنى وفي مقابل ذلك تراوح استخدام الذرة الشامية كأعلاف بين حد أقصى نحو ٥١,٤% عام ٢٠٠١ وحد أدنى بلغ ٣٩,٧% عام ١٩٩٥ مما يوضح أن الكميات المستخدمة من الذرة الشامية تتراوح بين استخدامها في الغذاء أو في صناعة الأعلاف زيادة ونقصاً علي حساب الاستخدام الآخر .

٣٠٢٠٢٠٥ المسالك التسويقية

تمثل الذرة الشامية البيضاء اغلب الإنتاج المحلي من الذرة في مصر، ويتجه استخدامها بالدرجة الأولى إلى الغذاء وصناعة الخبز كاستخدام مباشر . حيث - كما سبق الإشارة - الكميات الموجهة من الذرة للغذاء مثلت ما بين ٣٧,٢% و ٤٨,٧% من إجمالي المتاح من الذرة و بين ٦٢,٩% و ٧٤,٩% من كمية الإنتاج المحلي وذلك خلال الفترة ١٩٩٥ - ٢٠٠٢ ، هذا بينما تتجه باقي كميات الإنتاج المحلي إلى الأسواق لصناعة الأعلاف أو بعض الصناعات الغذائية من خلال عدة مسالك تسويقية كما يتضح من الشكل رقم (١٢) .

جدول (١١)

الاهمية النسبية لمساحة وانتاج الذرة الشامية الصيفي والنيلي الي اجمالي مساحة وانتاج الذرة الشامية في مصر

خلال الفترة ١٩٩٨-٢٠٠٣

المساحة بالالف فدان والانتاج بالالف طن والانتاجية طن/فدان

البيان	١٩٩٨			٢٠٠٠			٢٠٠١			٢٠٠٢			٢٠٠٣		
	المساحة	الانتاج	الانتاجية	المساحة	الانتاج	الانتاجية	المساحة	الانتاج	الانتاجية	المساحة	الانتاج	الانتاجية	المساحة	الانتاج	الانتاجية
اجمالي الجمهورية	٢٠٢٢	٦١٤٩	٣,٠٤٢	٢٠٠٦	٦٤٧٤	٣,٢٢٧	٢٠٥٠	٦٧٧٤	٣,٣٠٤	١٩٧١	٦٤٣١	٣,٢٦٣	١٩٨٥	٦٥٣٠	٣,٢٩٠
%	١٠٠	١٠٠	٠,٠٠	١٠٠	١٠٠	٠,٠٠	١٠٠	١٠٠	٠,٠٠	١٠٠	١٠٠	٠,٠٠	١٠٠	١٠٠	٠,٠٠
العروة الصيفي	١٦٩٨	٥٤٣٠	٣,١٩٩	١٦٧٩	٥٦٥٠	٣,٣٦٤	١٧٧٣	٦٠٩٤	٣,٤٣٦	١٦٦٨	٥٦٧٦	٣,٤٠٢	١٦٥٨	٥٦٨٢	٣,٤٢٧
%	٨٣,٩٧	٨٨,٣١	٠,٠٠	٨٣,٧٠	٨٧,٢٧	٠,٠٠	٨٦,٥١	٨٩,٩٦	٠,٠٠	٨٤,٦٥	٨٨,٢٧	٠,٠٠	٨٣,٥١	٨٧,٠٠	٠,٠٠
العروة النيلي	٣٢٤	٧١٩	٢,٢١٨	٣٢٧	٨٢٤	٢,٥٢	٢٧٧	٦٨٠	٢,٤٥٩	٣٠٢	٧٥٥	٢,٤٥٩	٣٢٧	٨٤٩	٢,٥٩٢
%	١٦,٠٣	١١,٦٩	٠,٠٠	١٦,٣٠	١٢,٧٣	٠,٠٠	١٣,٤٩	١٠,٠٤	٠,٠٠	١٥,٣٥	١١,٧٣	٠,٠٠	١٦,٤٩	١٣,٠٠	٠,٠٠

المصدر : وزارة الزراعة ، الادارة المركزية للاقتصاد الزراعي ، نشرة الاقتصاد الزراعي - سنوات الفترة

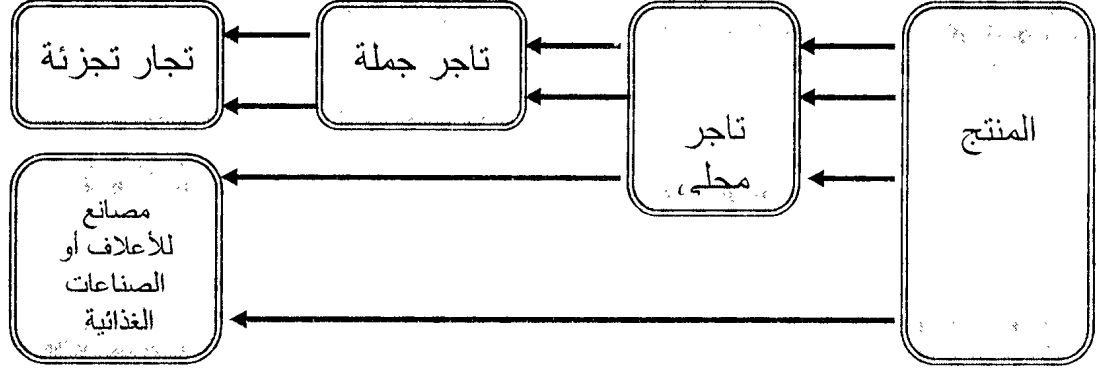
جدول (١٢)

هيكل استخدامات الذرة الشامية في مصر خلال الفترة ١٩٩٥ - ٢٠٠٢

السنوات	المتاح		الانتاج		الفجوة		الغذاء		الاعلاف		الصناعات الغذائية		التقايى		الفائقد		اخرى	
	الف طن	%	الف طن	%	الف طن	%	الف طن	%	الف طن	%	الف طن	%	الف طن	%	الف طن	%	الف طن	%
١٩٩٥	٦٩٦٤,٠	١٠٠	٤٥٢٩,٣	٣٥,٠	٢٤٣٤,٧	٣٥,٠	٣٣٩١,٣	٤٨,٧	٢٧٦٤,٣	٣٩,٧	٨٧,٤	١,٣	٣٠,٠	٠,٤	٦٢٠,٥	٨,٩	٧٠,٤	١,٠
١٩٩٦	٧٦٠١,٧	١٠٠	٥١٢١,٢	٣٢,٦	٢٤٨٠,٥	٣٢,٦	٣٤١٨,٥	٤٥,٠	٣٣١١,٤	٤٣,٦	٩٧,٥	١,٣	٢٨,٠	٠,٤	٦٧٣,٠	٨,٩	٧٣,٣	١,٠
١٩٩٧	٨٦١٩,٥	١٠٠	٥٥٥٢,٨	٣٥,٦	٣٠٦٦,٧	٣٥,٦	٣٦٤٦,٥	٤٢,٣	٣٩٩٥,٤	٤٦,٤	٩٥,٣	١,١	٣١,٣	٠,٤	٧٧٣,٤	٩,٠	٧٧,٥	٠,٩
١٩٩٨	٩١١٦,٩	١٠٠	٦١٤٩,٥	٣٢,٥	٢٩٦٧,٥	٣٢,٥	٣٨٦٥,٦	٤٢,٤	٤٢١١,٤	٤٦,٢	١٠٣,٧	١,١	٢٤,٧	٠,٣	٨١٢,٧	٨,٩	٩٨,٧	١,١
١٩٩٩	١٠٣٧٦,٣	١٠٠	٥٦٤٣,٠	٤٥,٦	٤٧٣٣,٣	٤٥,٦	٤١٠٠	٣٩,٥	٥٠٩٩,٤	٤٩,١	١٠٩,٩	١,١	٣٠,٠	٠,٣	٩٣٨,٣	٩,٠	٩٨,٧	١,٠
٢٠٠٠	١٠٧٦٤,٥	١٠٠	٦٤٧٣,٨	٣٩,٩	٤٢٩٠,٨	٣٩,٩	٤٠٨٨,٥	٣٨,٠	٥٤٦٨,٦	٥٠,٨	٨٥,٨	٠,٨	٣٠,٧	٠,٣	٩٦٤,٢	٩,٠	١٢٦,٩	١,٢
٢٠٠١	١١٤٩٨,٥	١٠٠	٦٧٧٣,٧	٤١,١	٤٧٢٤,٨	٤١,١	٤٢٨٢,١	٣٧,٢	٥٩١٤	٥١,٤	١٢٣,٢	١,١	٣٢,٤	٠,٣	١٠٠٥,٧	٨,٧	١٤٠,٩	١,٢
٢٠٠٢	١١٥٦٠,٨	١٠٠	٦٤٣١,٠	٤٤,٤	٥١٢٩,٨	٤٤,٤	٤٣٩١,٦	٣٨,٠	٥٨٨٥,٤	٥٠,٩	١١٠,٧	١,٠	٣٢,٠	٠,٣	١٠٠٠,٢	٨,٧	١٤٠,٩	١,٢

المصدر : موقع منظمة الاغذية والزراعة على شبكة الانترنت .

شكل رقم (٢) المسالك التسويقية للذرة الشامية



تقوم شركات ومزارع إنتاج الدواجن الكبيرة في مصر بالشراء أسبوعياً ، لكميات غالباً ما تكون حمولة جرار (٣٥-٦٠ طن) حيث يقل السعر عن الشراء لكميات أقل (٥-١٥ طن) بنحو ١٥-٢٠ جنيه / طن حيث غالباً ما يتم الشراء نقداً ، بينما لا تستطيع المزارع الصغيرة القيام بذلك ، حيث عادةً ما تقوم بشراء كميات صغيرة ، ربما بالأجل ، من تجار تجزئة أو نصف جملة مما يحملهم تكاليف إضافية تتمثل في الفرق بين السعر الذي تشتري به المزارع الكبيرة وبين ما تشتري هي به .

وتجدر الإشارة إلى انه أحياناً تتقارب أسعار الذرة البيضاء أو الصفراء المنتجة محلياً مع أسعار الذرة الصفراء المستوردة خاصة في نهاية الموسم المصري ، إلا أن الذرة البيضاء غير متاحة دائماً بالكميات المطلوبة ، حيث تتوقف الكميات المتاحة تجارياً من الذرة البيضاء في مصر على فائض المنتجين ويتولى تجار محليين تجميع هذا الفائض الذي غالباً ما يتم بيعه في مراكز تجميعه أو بواسطة بعض التجار في القاهرة ، ويبين الجدول رقم (١٣) الفرق بين أسعار الذرة الصفراء المستوردة والمنتجة محلياً و أسعار الذرة البيضاء في السوق المحلي شهرياً خلال عام ٢٠٠٣ .

وتجدر الإشارة أن استخدامات التقاوى من الذرة الشامية لم تتعد ٠,٤% من جملة الكميات المتاحة منها وذلك خلال الفترة ١٩٩٥-٢٠٠٢ ، حيث لم تتعد تلك الكميات ٣٢,٤ ألف طن .

أما الفاقد من الذرة الشامية فانه يثير العديد من التساؤلات حول زيادة كميات ونسب الفاقد إلى هذا الحد حيث تراوح هذا الفاقد بين مليون طن عام ٢٠٠٢ بنسبة ٨,٧% من الكميات المتاحة من الذرة الشامية في نفس العام وبين ٦٢٠ ألف طن عام ١٩٩٥ بنسبة ٨,٩% من الكميات المتاحة في نفس العام كما تجدر الإشارة إلى أن كميات الفاقد قد تزايدت خلال الفترة ١٩٩٥-٢٠٠٢ من ٦٢٠,٥ ألف طن في

بداية الفترة الي ٩٣٨ ألف طن في السنوات ١٩٩٧ ، ١٩٩٩ ، ٢٠٠٠ ثم بلغ الفاقد نحو مليون طن عام ٢٠٠٢ بنسبة ٨,٧% من المئاح من الذرة في نفس العام .

جدول رقم (١٣)

أسعار الذرة في السوق المحلي بالجنيه للطن شهريا عام ٢٠٠٣

الشهر	ذرة صفراء مستوردة	ذرة صفراء إنتاج محلي	ذرة بيضاء إنتاج محلي
يناير	٧٦٠		٧٥٣
فبراير	٨٩٥	٩٢٤	٨٧٩
مارس	٩٠٨	٩٥٦	
إبريل	٨٩٥	٩٥٠	
مايو	٨٩٥	٩٥٠	
يونيو	١١٢٦	٩٥٠	
يوليو		١٠٧٢	
أغسطس			
سبتمبر			٧٧٣
أكتوبر			٨٥٨
نوفمبر		٩٥٣	٩١٥
ديسمبر			
أكتوبر			

المصدر : الشركة الأهلية للدواجن

وإن كان هذا الفاقد يعكس بالدرجة الأولى العديد من العوامل التي تأتي مجتمعة في ضعف الكفاءة التسويقية والتصنيعية لهذا المحصول، إلا أن تحديد هذه العوامل المسؤولة عن الفاقد ومكان حدوثه خلال المسالك التسويقية لمحصول الذرة، المحلي منها والمستورد، يحتاج إلى دراسة خاصة يتم من خلالها إجراء العديد من المقابلات والزيارات الميدانية .

٤٠٢٠٢٠٥ الواردات المصرية من الذرة الشامية

تطورت الواردات المصرية من الذرة الشامية من نحو ٢,٤٣ مليون طن عام ١٩٩٥ إلى نحو ٥,١ مليون طن عام ٢٠٠٢ وفي المقابل زادت قيمة تلك الواردات من نحو ٣٥٠ مليون دولار في العام الأول نحو ٦٤٢,٩ مليون دولار في العام الأخير، وهي ذرة صفراء فقط وهي غالباً من الدرجات الثانية والثالثة من حيث الجودة، حيث لا يأتي إلى مصر أي كميات من الذرة الشامية الصفراء من الدرجة الأولى ، وتجدر الإشارة إلى أن واردات مصر من الذرة الشامية تشهد نوعاً من احتكار القلة حيث يتولي عدد محدود من التجار المصريين عملية الاستيراد عن طريق وكيلين فقط في بورصة شيكاغو يتوليان توريد جميع الكميات الواردة لمصر من الذرة الصفراء عن طريق هذه البورصة .

جدول (١٤)

كمية وقيمة الواردات المصرية من الذرة واهم الدول المصدرة خلال الفترة ١٩٩٥-٢٠٠٣

الدول المصدرة	متوسط سعر الطن بالدولار	الواردات		السنة
		الف طن	الف دولار	
الولايات المتحدة ، الأرجنتين	١٤٤,٠	٢٤٣٤,٧	٣٥٠٦٦٨	١٩٩٥
الولايات المتحدة ، الأرجنتين	١٧٦,٢	٢٤٨٠,٥	٤٣٦٩٨٦	١٩٩٦
الولايات المتحدة ، الأرجنتين ، المجر ، رومانيا	١٢٦,٠	٣٠٦٦,٧	٣٨٦٣٧٠	١٩٩٧
الولايات المتحدة ، الأرجنتين ، المجر ، كندا ، رومانيا، جنوب افريقيا	١٢٧,٨	٢٩٦٧,٥	٣٧٩٢٠٢	١٩٩٨
الولايات المتحدة ، الأرجنتين ، استراليا ، المجر،ك، جنوب افريقيا	١٣٦,٧	٤٧٣٣,٣	٦٤٦٨١١	١٩٩٩
الولايات المتحدة ، الأرجنتين ، البرازيل ، تايلاند	١١٥,٠	٤٢٩٠,٨	٤٩٣٣٩١	٢٠٠٠
الولايات المتحدة ، الأرجنتين ، البرازيل	١١٥,٣	٤٧٢٤,٨	٥٤٤٧٤٨	٢٠٠١
-	١٢٥,٣	٥١٢٩,٨	٦٤٢٨٨٧	٢٠٠٢

المصدر حسب من موقع منظمة الاغذية والزراعة على شبكة الانترنت .

وتتركز مصادر الواردات المصرية من الذرة الشامية في دول الأمريكتين بصفة أساسية حيث تتركز الواردات في الولايات المتحدة والأرجنتين بالإضافة إلى عدة دول أخرى بدأ الاتجاه إليها مؤخراً إلا أن التركيز مازال على الولايات المتحدة حيث تعتبر بورصة الحبوب في شيكاغو هي تقريباً المصدر الأساسي لاستيراد الذرة الشامية في مصر، وتعتبر الشهور من أغسطس إلى فبراير من انشط شهور العمل الاستيرادي من الذرة في مصر بسبب طبيعة الطلب والمناخ في مصر.

ويعتبر العمل في البورصة عملية مضاربة تتوقف على عدة عوامل من أهمها حالة الطلب والعرض عند وقت معين، بالإضافة إلى ما تشكله الاحتكارات والقدرات المالية لها في التأثير على الأسعار، وبالتالي فمن الصعب التوقع الدقيق للسعر، وإن كان هذا يأتي في سياق المتابعة الدقيقة لحركة الأسعار والخبرة الكبيرة للقائمين على الاستيراد. كما يتحمل المورد العالمي ضمان جودة الكميات المتعاقد عليها من خلال البورصة، وبصفة عامة يتم تداول ثلاث رتب للذرة داخل البورصة، ولا يتم في مصر استيراد الرتبة الأولى، وعادة ما يتم استيراد الرتبتين الثانية والثالثة، ويتم ذلك بالاتفاق مع الموردين .

الشراء عن طريق البورصة

يحدد المستورد المصرى السعر الذي يرغب الربط عليه من خلال متابعته الدائمة للبورصة، ويتم إبلاغ المورد بهذا السعر وتحديد الكمية المطلوبة، ويتولى المورد مهمة الربط عند اتفاق سعر البورصة مع

السعر المحدد من قبل المستورد أو أقل منه بأي عدد من السنتات للبوشل . ، وفي حالة تجاوز سعر الإغلاق السعر المحدد يتولى المستورد المصري تحديد سعر آخر في وقت آخر .

ويكون هناك اتفاق مسبق مع المورد العالمي (وكيل إحدى الشركات الكبرى المستوردة للذرة الى السوق المصري والعاملة في مصر) على تكلفة النقل إلى المواني المصرية (الإسكندرية ودمياط) CIF وهو ما يسمى (بالبريم) والذي يتحدد وفقاً لما هو متاح من إمكانيات الشحن وحالة المواني ، ويحدد بناءا على تاريخ الشحن والوصول إلى الميناء المصري (شهر فبراير وصول مارس أو شحن يناير وصول فبراير على سبيل المثال)، ولا تتغير قيمة البريم بعد الاتفاق .وتختلف قيمة البريم من فترة إلى أخرى حيث بلغ نحو ٤٥,٦٧ دولار للطن في شهر يناير ٢٠٠٤ زاد إلى ٥٣,١٥ دولار للطن في مارس ٢٠٠٤ ثم إلى ٥٩ دولار للطن وصول إبريل ٢٠٠٤ ، وهكذا.

البورصة المفتوحة

هي حالة يقوم الوكيل الأجنبي فيها بإرسال مستندات إلى بنك المستورد لكمية معينة (متفق عليها مع المستورد المصري) بسعر أعلى من السعر الحالي للبورصة مقابل عمولة معينة متفق عليها بين الوكيل والمستورد المصري (حوالى ٦ دولار / طن) ، وبالتالي تصبح البورصة مفتوحة بالنسبة للمستورد المصري .

تكلفة النقل الداخلى

تتمثل في تكلفة النقل من ميناء الوصول CIF إلى مكان المشتري ، وتشمل مصروفات التخليص والاعتمادات المستندية والحجر الزراعى والموافقات الاستيرادية والتفريغ والنقل الداخلى والتعبئة (يتم استيراد الذرة من الخارج غير معبأة (صب) ، وتتراوح التكلفة الداخلية بين ١١٥-١٢٠ جنيه وتختلف من فترة إلى أخرى ، وتشمل: اعتمادات مستندية وموافقات استيرادية وحجر زراعى وتخليص ٣٨-٤٠ جنيه / طن ، تفريغ ٢٩ جنيه / طن، نقل داخلى ٢٨ جنيه للطن ، يضاف إليها ٥ جنيهات من الفيوم إلى المنيا و ١٠ جنيهات من المنيا إلى داخل الصعيد ، التعبئة فى اجولة (١٤ جوال عبوة ٥٠ كيلو / عبوة) ١١ جنيه / طن . بالإضافة إلى تكلفة ما يعرف الأرضية حيث يحسب الأسبوع الأول فى الميناء مجاني، ثم ٣ جنيهات / طن / شهر داخل الميناء، ولكل مستورد مكان خاص به للتخزين يؤجره المستورد لحسابه طوال العام.

وفي النهاية فإن دراسة سوق الذرة وما اتضح به من معوقات ومشاكل يطرح مجموعة من النقاط الهامة الجديرة بالبحث ومجموعة من التوصيات الهامة وهي:

- أن الفجوة التي بلغت نسبتها نحو ٤٤,٤ % من المتاح من الذرة في عام ٢٠٠٠ تطرح وبشدة مخاطر الاعتماد على الخارج لسد احتياجات صناعات هامة مثل صناعة الدواجن، والصناعات الغذائية ، فضلاً عن ما يتم توجيهه إلى الغذاء (٣٨ % عام ٢٠٠٢) ، واثّر ذلك على الاحتياج القمحي .
- أن الكفاءة التسويقية للذرة الشامية تشهد في مصر ما تشهده هذه الكفاءة على مستوى باقى المحاصيل وبصفة خاصة محاصيل الحبوب .
- أن الدولة لا تتدخل في تحديد الكميات المنزرعة من الذرة الشامية ، أو فى أي جانب من الجوانب التسويقية لهذا المحصول سواء للإنتاج المحلى أو المستورد.
- أن هناك حالة احتكار واضحة فى تجارة واستيراد الذرة الشامية فى مصر استطاع الباحث ان يرصدها ويتعرف عليها من خلال ما أجراه من مقابلات شخصية لبعض الأطراف ذات العلاقة.، فضلاً عن ان هذا الاحتكار فرضته الاحتياجات المالية التى قد تزيد عن ٢٩ مليون جنيه مصرى لاستيراد شحنة واحدة من الذرة من الولايات المتحدة عن طريق بورصة شيكاغو مقدارها نحو ٢٥ ألف طن (حمولة سفينة واحدة).
- الاعتماد على مصدر شبه وحيد لاستيراد الذرة الصفراء عن طريق بورصة شيكاغو، وذلك من الذرة الأمريكية والأرجنتينية، وتأثير العديد من العوامل على تحديد الأسعار داخل هذه البورصة (عملية مضاربة بالدرجة الأولى)، يجعلنا أمام حالة أخرى من الاحتكار العالمى لهذا المحصول الهام، الأمر الذى يتطلب إعداد دراسات متخصصة بهدف زيادة تنويع مصادر استيراد الذرة الشامية فى مصر عما هو قائم حالياً.
- يفضل تجزئة الكميات المطلوبة عن طريق الاستيراد على فترات (كل أسبوع أو أسبوعين) بهدف تقليل السعر وتوزيع المخاطر السعرية على فترة الشراء .
- تشير بعض المصادر أن ما يزيد عن ٥٠ % من الذرة الشامية التى تزرع فى الولايات المتحدة والأرجنتين تتم باستخدام بذور معدلة وراثياً ، مما يستوجب الانتباه إلى ذلك على الرغم من عدم التأكد من الآثار الضارة الناجمة عن هذه البذور، والتى ربما ترجع إلى عدم توافر الوسائل اللازمة والمتطورة بدرجة تمكن من التعرف على هذه الآثار .

المراجع

- ١ - الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء ، المرجع السابق .
- ٢ - الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء ، مسح الدخل والانفاق والاستهلاك على مستوى الأسرة
٢٠٠٠/٩٩ .
- ٣ - دكتور محمد عبد الفتاح ابراهيم وآخرون : التحليل الاقتصادى لاستخدام الموارد المائية الاردائية .
- ٤ - منظمة الأغذية والزراعة ، قواعد البيانات ، شبكة الانترنت .
- ٥ - وزارة الزراعة ، قطاع الشئون الاقتصادية ، الادارة المركزية للاقتصاد الزراعى ، نشرة الاقتصاد
الزراعى .
- ٦ - وزارة الزراعة واستصلاح الأراضى ، منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة ، السياسات السعرية
والتسويقية الزراعية فى ج ٢٠٠٠ ع (الجزء الثانى - السياسات التسويقية) ، القاهرة ، ١٩٨٧ .
- ٧ - الولايات المتحدة الأمريكية ، بورصة شيكاغو للحبوب ، موقع البورصة على شبكة الانترنت .

مقدمة

يعتبر قطاع الانتاج النباتي من أهم قطاعات الإنتاج الزراعي حيث بلغت قيمة الانتاج النباتي حوالى ٤٨,٥٢ مليار جنيه بالأسعار الجارية لعام ٢٠٠٢ تمثل حوالى ٥٧,٦% من قيمة الانتاج الزراعي ، ومن أهم المنتجات التى يقوم بانتاجها قطاع الانتاج النباتي محاصيل الخضر والفاكهة حيث بلغت قيمة محاصيل الخضر حوالى ٨,٢٧ مليار جنيه بالأسعار الجارية لعام ٢٠٠٢ ، تمثل نحو ١٧,١% من قيمة الانتاج النباتي بينما بلغت قيمة انتاج الفاكهة حوالى ٩,٥٩٤ مليار جنيه لنفس العام تمثل حوالى ١٩,٧٧% من قيمة الانتاج النباتي ، ويعتبر محصولي البطاطس والبرتقال من أهم المحاصيل الغذائية للاستهلاك المحلى سواء فى مصر أو العالم .

ويتناول هذا الفصل التكوين والأداء والاتجاز السوقى لسوق العبور كاحد اهم اسواق الجملة للخضر والفاكهة فى مصر كذلك التكوين والأداء والاتجاز السوقى للشلايش، ثم يلي ذلك دراسة الاداء الانتاجي والتسويقي والاستهلاكي لمحصول البطاطس من خلال التعرض لاقتصاديات انتاج البطاطس وتسويقها واهم العمليات التسويقية التي تجرى عليها واستهلاك البطاطس ومحددات ذلك الاستهلاك. كما سيتم تناول الاداء الانتاجي والتسويقي والاستهلاكي للبرتقال من خلال التعرض لاقتصاديات انتاج البرتقال والعمليات التسويقية التي تجرى عليه والعوامل المؤثرة على استهلاك البرتقال في السوق المحلي.

١٠٣٠٥ التكوين والأداء والاتجاز السوقى لسوق العبور

تمر محاصيل الخضر بعدد من الوسطاء حتى تصل من المزارع الى المستهلك النهائي وهؤلاء الوسطاء هم التجار المحليون وتجار الجملة وتجار العمولة والقماطون وتجار التجزئة والمصدرون . وتتعدد طرق بيع محاصيل الخضر حيث تشمل البيع تسليم المزرعة، والبيع فى أسواق الجملة لحساب المنتج نظير عمولة، وبيع المنتج بنفسه فى أسواق الجملة وتسوق غالبية محاصيل الخضر بهذه الطريقة حيث يقوم المنتج بوظيفة التاجر فى تسويق محصوله فى أسواق الجملة متحلاً جميع التكاليف التسويقية حتى يصل المحصول الى أسواق الجملة^(١) . وتتعدد أسواق الجملة فى جمهورية مصر العربية سواء سوق العبور ، سوق ٦ أكتوبر ، سوق اسكندرية ، سوق المنصورة، سوق أسيوط . وسوف تقتصر الدراسة على سوق العبور والشلايش حيث يشير الوضع الراهن لتسويق الخضر والفاكهة الى أن حجم التعامل بسوق العبور يمثل حوالى ٥٠% من حجم تجارة الجملة للقاهرة الكبرى، بينما يذهب الجزء الباقي من تجارة الجملة الى

(١) شعبان عبد المجيد (دكتور) ، دراسة اقتصادية لانتاج وتسويق أهم محاصيل الخضر فى ج.م.ع ، المؤتمر الثاني عشر للاقتصاديين الزراعيين "الميزة

التنافسية للزراعة المصرية" ، الجمعية المصرية للاقتصاد الزراعي ٢٩-٣٠/٩/٢٠٠٤ .

الشلايش المحيطة بالقاهرة وسوف يتناول هذا الجزء (١) التعرف على التخزين والأداء السوقى بالإضافة الى الاتجاز السوقى لكلا من سوق العبور والشلايش بصفة عامة ثم التعرف على الأداء الانتاجى والتسويقى والاستهلاكى لمحاصيل الخضر (البطاطس) والفاكهة (البرتقال) بصفة خاصة.

١٠١٠٣٠٥ التكوين السوقى لسوق العبور

السوق مقام على مساحة ١٢٤ فدان (إشغال فعلى + توسعات مستقبلية) له أربعة بوابات ، بوابة دخول مكونة من عشرة مداخل وبوابة خروج مكونة من خمس مخارج والبوابتان فى الجانب الغربى للسوق ، بينما الجانب الشرقى به تصميم لبوابتين أخريتين . وقد كان التخطيط الأولى للسوق يشمل ٨٠٠ وحدة لاستيعاب تجار سوق روض الفرج تزايدت الى ١٤٠٠ وحدة ، حيث تمثل وحدات الخضر ٨٠٠ وحدة عبارة عن شواذر ومحلات تبلغ مساحة الشاذر حوالى ٩٨م وتخصص لصغار تجار الجملة بينما مساحة المحل حوالى (١٠٠-١٤٠م^٢) . وتمثل وحدات الفاكهة ٦٠٠ محل وشاذر تشمل ١٥٠ شاذر للفاكهة الموسمية والبطيخ ؛ حوالى ٧٢ وحدة للموز وباقى الوحدات خصصت لمختلف أنواع الفاكهة . كما يضم السوق ٦٤ وحدة للأسماك و ٢٤ وحدة للدواجن . ويوجد بالسوق ٤ وحدات كبيرة للفرز والتجنيب تستخدم كوحدات لتجار الجملة تحت اشراف وزارة التموين والتجارة الداخلية . ويقوم المسئولون عن هذه الوحدات بالشراء من المنتجين وإعادة التعبئة فى عبوات (شبكة بلاستيك) للتوزيع على منافذ البيع والأكشاك بالقاهرة الكبرى. كما يوجد بسوق العبور فروع لبعض البنوك التجارية ومكتب بريد وتليفون وتلغراف ونقطة بوليس ومركز اسعاف ونقطة مطافى ومطاعم وكافتريات ودوائر تليفزيونية لمراقبة المداخل والمخارج وبعض العنابر، ويوجد إذاعة داخلية وشاشات عرض الكترونية فى كافة العنابر لتوضيح أسعار التعامل اليومى. وقد تبين من خلال الزيارات الميدانية ان سوق العبور ليس إلا انتقال لتجار الجملة والقماطون (صغار تجار الجملة) بسوق روض الفرج وسوق غمرة ولا يوجد أى تطوير ملحوظ للنظام التسويقى، لا توجد خدمات تسويقية متقدمة تكنولوجياً ولا توجد وحدات تبريد للخضر أو الفاكهة أو وحدات تهوية أو حفظ وكذلك لا توجد وحدات فرز أو تدريج أو تعبئة ويقتصر وجود الثلاجات على الموز وبعض محلات الاسماك والدواجن .

(١) اعتمد هذا الجزء على : مقابلات ميدانية بسوق العبور وبعض الشلايش المنتشرة بضواحي القاهرة والجيزة .

- حسام السعدى (دكتور) ، التركيب السوقى والسلوك السوقى وكفاءة الأداء التسويقى بالشلايش المنتشرة على حواف القاهرة الكبرى ، المؤتمر الرابع للاقتصاديين الزراعيين ، التجارة الداخلية للسلع الزراعية" ، ٢٥-٢٦/١٠/١٩٩٥ .

يشتمل هذا الجزء علي التعرف علي اداء صغار تجار الجملة وكبار تجار الجملة وفئة من التجار بين تجار الجملة والتجزئة بالإضافة لسلوك المستهلكين في هذا السوق .

○ صغار تجار الجملة: يمتلكون شوارد صغيرة بمدخل السوق ويتعاملون في كميات صغيرة جداً حيث يقومون بتسويقها لحساب صغار المنتجين نظير الحصول علي عمولتهم الحقيقية، كما ان كثيراً من صغار المنتجين المتعاملين معهم يلجأون الى عمليات التوشيش والتموية، بالإضافة الى ان كثيراً من صغار تجار الجملة يلجأون الى اتباع اسلوب البيع بالمزاد لأنهم غالباً لا يمتلكون السلعة وبالتالي فإن ايراداتهم لن تتأثر كثيراً باختلاف السعر.

○ كبار تجار الجملة: يمتلكون محلات في اخر السوق حوالى ١٣٠ محل لتجارة الخضر في منطقة يطلق عليها زرزارة وحجم التعامل في هذه المحلات كبير نسبياً نظراً للقدره الماليه الكبيره لكبار تجار الجملة وهم يدفعون مبالغ ماليه للمنتجين قبل بداية الزراعة لضمان نزول البضاعة اليهم، ويقومون بالبيع بنظام الامانة بعد خصم مستحقاتهم من العائد، كما ان هؤلاء التجار يقومون بالبيع الى كبار تجار التجزئة بنظام الامانة (البيع بالاجل) لحين الانتهاء من تصريف البضاعة لصغار تجار التجزئة .

○ فئة تجار نصف الجملة : هي فئة خليط بين تجار الجملة وتجار التجزئة وتقوم بشراء الخضروات والفاكهة من تجار الجملة بالاجل ثم يقومون بتوزيع السلعة علي تجار التجزئة وتحصيل ثمن السلعة منهم ثم يقومون برد ثمن السلعة الى تجار الجملة. وهذا هو النظام السائد في سوق العبور بالنسبة لتجارة التجزئة نظراً لقدره هؤلاء التجار (نصف الجملة) علي تحمل تكاليف النقل ورسوم خروج السلعة من السوق. وغالباً لا يوجد في سوق العبور صغار تجار التجزئة لضعف امكانياتهم الماليه وعدم ثقة تجار الجملة فيهم .

○ المستهلكين: يوجد تعامل محدود للغاية لبعض المستهلكين بسوق العبور وخاصة بالنسبة للخضر وان زادت نسبة تعامل المستهلكين بالنسبة للفاكهة. ولكن تجارة التجزئة واضحة تماماً في الأسماك .

وأسلوب البيع بالمزاد هو الاسلوب الشائع بالنسبة للفاكهة بينما اسلوب البيع بالامانة هو الاسلوب السائد بالنسبة للخضر بسوق العبور وتبدأ فترة التداول والاتجار بالنسبة للخضر من الساعة الثالثة ظهراً وحتى الساعة الثامنة مساءً.

الواقع التطبيقي لسوق العبور يشير الى كثير من قصور الاداء التسويقي والذي يمكن ايجازه فيما يلي:

○ ارتفاع تكاليف التسويق بسوق العبور نظراً لارتفاع تكاليف النقل من والى السوق .

- نظراً لضعف امكانيات صغار تجار التجزئة ظهرت فئة جديدة (تجار نصف الجملة) تحصل علي البضاعة من سوق العبور بنظام الامانة وتوزعها علي صغار تجار التجزئة مقابل عمولة توزيع ويمكن لهذه الفئة التحكم في الاسواق والاسعار والذي ينعكس علي ارتفاع أسعار الخضر والفاكهة .
- ارتفاع رسوم الدخول والخروج من السوق تؤدي الى زيادة العبء علي المنتج والمستهلك النهائي ، مما أدى لاحجام الكثير من المتعاملين عن الذهاب إلى سوق العبور واستبداله بالشلايش المنتشرة علي حواف القاهرة حيث يمكن تجنب هذه الرسوم .

٢٠٣٠٥ التكوين والاداء والاتجاز السوقي للشلايش

١٠٢٠٣٠٥ التكوين السوقي للشلايش :

- الشليشة نشأت كمحلات لتجارة التجزئة تحت المظلات في المناطق المتطرفة وضواحي محافظة القاهرة^(١). وكانت تحصل علي احتياجاتها من سوق روض الفرج وبعض صغار التجار الموردين للبضائع الى اسواق الجملة الرئيسية وبعد اغلاق سوق روض الفرج تحول ٥٠% من تجار الجملة الى هذه الشلايش، وتوصيف الشليشة حالياً بمحل كبير (١٢ × ١٠م) امامه مساحة كبيرة خالية وبداخله الشليشة دورة مياه مزودة بالماء والكهرباء.
- وأدوات العمل بالشليشة عبارة عن مجموعة كبيرة من اقفاص الجريد والبلاستيك، ومجموعة طبلية، وميزان طبلية، وعدد (٢) سيارة نقل، ٢ سيارة نصف نقل مملوكة أو مستأجرة، كما يوظف بالشليشة عدد واحد كاتب حسابات و٣ تباعين ٠ ويبدأ العمل في الشليشة من الثامنة صباحاً وحتى الساعة ١٢ مساءً، ويتراوح رأس المال العامل في الشليشة بين ٣٥-٣٠ الف جنيه وتخصص الشلايش في تسويق السلع الزراعية فهناك شلايش لتسويق الخضر فقط واخرى للفاكهة .

٢٠٢٠٣٠٥ الاداء السوقي للشلايش

- نظام البيع بالعمولة أو الامانة : المنتجون يحضرون البضائع الى الشلايش ويتحملون هم تكاليف النقل ، ويقوم التباعون العاملون بالشليشة بتنزيل المحصول الوارد - ولا يقوم صاحب الشليشة بأى عمليات للفرز والتجنيب واعادة التعبئة بل يطرح المنتج للبيع بالمزاد مباشرة ويسلم باقي السعر للمنتج يومياً بعد خصم العمولة .

(١) مثل امبابة وساقية مكى وناھيا وعين شمس وحلمية الزيتون والوايلي .

- نظام التعاقد وشراء المحصول: يشتري صاحب الشليشة الانتاج ويدفع مقدم الثمن والباقي علي مراحل حسب الاتفاق. وتنقل السيارات الخضار والفاكهة من المزارع الى صاحب الشليشة ويتم ذلك صباحاً ويتحمل هنا صاحب الشليشة تكاليف النقل ويقوم التباعون باجراء عمليات الفرز والتجنيب والتعبئة في الاقفاص وتباع الدرجات الاقل جودة الى صغار تجار التجزئة بسعر منخفض.
- تسويق الخضار بالشليشة: يتم توريد المحصول الى صاحب الشليشة بعد اجراء بعض الخدمات التسويقية (الفرز - التدرج - التجنيب واستبعاد النالف) بالمزرعة. وبدءاً من الساعة الثامنة مساءً وحتى الساعة الثانية عشرة يبدأ المزاد العلني ويتم البيع اما بالاقفاص أو بالوزن وغالباً ما يكون البيع لتجار التجزئة مباشرة ونسبة ضئيلة للقماطون وغالباً ما يكون البيع لتجار التجزئة اما نقداً أو خلال يوم يتم تسديد المبلغ. هذا وتعتبر الخدمات التسويقية محدودة للغاية علي مستوى الجملة وتقتصر فقط علي استبعاد الثمار المريضة .
- تسويق الفاكهة بالشليشة: يحصل المنتج من صاحب الشليشة علي مقدم الثمن مقابل توريد انتاجه حيث تحدد الكميات والسعر مسبقاً ثم يقوم المنتج باجراء بعض الخدمات كالفرز والتدرج والتعبئة ثم يسلم المحصول أو الكمية المحددة الى صاحب الشليشة والذي يقوم بدفع باقي الثمن علي اقساط يومية حسب كمية توريد المنتج للمحصول حتى نهاية الموسم فيكون ثمن المحصول قد سدد بالكامل وتعتبر هذه الطريقة في سداد اثمان المحاصيل هي الطريقة الاكثر تداولاً حيث ٧٥% من حجم نشاط الشلايش يتم وفقاً لها .
- وقد يقوم المنتج ببيع انتاجه بنظام الامانة ويقوم صاحب الشلايش بتسويق هذا الانتاج نظير عمولة ولا يقوم بأى خدمات تسويقية حيث يتحمل المنتج كافة الخدمات التسويقية بالاضافة لتكاليف نقل المحصول من المزرعة الى الشليشة.

٣٠٢٠٣٠٥ الانجاز السوقي للشلايش

- المسلك التسويقي للشلايش يقل فيه عدد السماسرة وبالتالي تقل عدد الحلقات التسويقية ونسبة الفاقد كما ان السعر حاصر وليس بالاجل وهذا ما يفضل المنتجين وتجار التجزئة كما يفضل تجار التجزئة الشلايش لارتفاع درجة جودة المحاصيل بالاضافة لاعفائهم من رسوم الخروج من سوق العبور .
- يقوم اصحاب الشلايش بعمليات البيع والشراء مع المزارعين والمزادات مع تجار التجزئة مما يقلل من الوسطاء والفاقد .
- لدى اصحاب الشلايش علاقات وطيدة مع كثير من تجار التجزئة بكثير من الاحياء الراقية بالقاهرة والجيزة حيث يقوموا بتوريد الحاصلات الزراعية والتي حظيت ببعض العمليات التسويقية (الفرز -

التدريج - التعبئة) الى محلات التجزئة بدون الحصول علي تكاليف هذه الخدمة ويكون سعر تسليم البضاعة هو سعر المزداد الذي تم في نفس اليوم أو اليوم السابق .

٣٠٣٠٥ الاداء الانتاجي والتسويقي والاستهلاكي لمحاصيل الخضر (البطاطس)

من أهم المنتجات التي يقوم بانتاجها قطاع الانتاج النباتي محاصيل الخضر والتي بلغت قيمة انتاجها حوالي ٨,٢٧ مليار جنيه بالاسعار الجارية لعام ٢٠٠٢ تمثل نحو ١٧,١% من قيمة الانتاج النباتي خلال نفس العام^(١) وتتميز محاصيل الخضر بقصر دورة الانتاج بالاضافة الى امكانية زراعة العديد من محاصيل الخضر في اكثر من عروة مثل البطاطس حيث بلغت المساحة المزروعة منها حوالي ٢٠٥,٩ ألف فدان كمتوسط خلال الفترة (١٩٩٢-٢٠٠٣) .

١٠٣٠٣٠٥ اقتصاديات انتاج البطاطس

يتم انتاج البطاطس في عروتين اساسيتين هما : الصيفية والنيلية ، بالاضافة الى العروة المحيرة والتي استحدثتها زراعة الزراعة لتغطية جزء من الصادرات للدول الأوروبية ، وتزرع هذه العروة بتقاوى محلية خلال شهر اكتوبر ونوفمبر بغرض زيادة الموسم التصديري ، اما العروة الصيفية فتزرع بتقاوى البطاطس المستوردة من دول شمال وغرب اوروبا او بدائلتها من المشروع القومي لانتاج تقاوى البطاطس وذلك خلال شهر ديسمبر ويناير ، ويظهر انتاجها في بداية شهر مارس ويغطي انتاج هذه العروة احتياجات الاستهلاك المحلي والاحتياجات من التقاوى للعروتين النيلية والمحيرة ، وجزء من الصادرات للدول الأوروبية^(٢) .

وبالنسبة للعروة النيلية فتزرع في الفترة من اول أغسطس وحتى منتصف اكتوبر، ويتم الحصول علي تقاوى هذه العروة من محصول العروة الصيفية، ويظهر محصولها خلال شهرى نوفمبر وديسمبر، ويصدر إنتاجها خلال الفترة من يناير الى إبريل. وفي واقع الامر يتم ادماج العروتين النيلية والمحيرة فيما يسمى بالعروة الشتوية التي يبدأ انتاجها في نهاية ديسمبر ويستمر حتى أول ابريل ويتركز انتاج البطاطس في جمهورية مصر العربية في محافظات البحيرة والمنوفية والدقهلية والغربية والجيزة ٠ وقد بلغت المساحة المزروعة بالبطاطس بمختلف عرونها الصيفية والنيلية والمحيرة حوالي ٢٠٥,٩ ألف فدان كمتوسط للفترة (١٩٩٢ - ٢٠٠٣) وبلغ متوسط إنتاجية الفدان حوالي ٩,٢٩ طن / فدان خلال نفس الفترة ، كما بلغ متوسط الانتاج الكلي للبطاطس حوالي ١٩١١,٠ ٣ ألف طن لنفس الفترة (جدول ١٥) .

(١) وزارة الزراعة واستصلاح الاراضي ، قطاع الشئون الاقتصادية ، نشرة الدخل الزراعي ٢٠٠٣

(٢) صادق رياض ابو العطا ، الشكلات الاقتصادية العالمية واثرها علي التجارة الخارجية للمنتجات الزراعية المصرية ، رسالة دكتوراه ، قسم

الاقتصاد الزراعي ، كلية الزراعة ، جامعة الازهر ١٩٩٧

ومن خلال الاستبيان تبين ان اهم الاصناف التى تزرع بالعروة الصيفية مستوردة وهي دراجا، وبكاسو ودايموانت ، هرموز واسبوننة ، ونيوكولا ، وكارا ، وسيلانا ، وبارم ، ويتم استيراد هذه الاصناف من اوروبا ومنها ما يستخدم انتاجه للسوق المحلي مثل (دراجا ، سيلانا ، اسبوننة ، دايمونت) ومنها ما هو للتصدير مثل (نيوكولا) وما هو للتصنيع مثل (بارم - دايمونت) . كما اوضح الاستبيان ان اهم المشاكل التى تواجه منتجى البطاطس هي كيفية الحصول علي التقاوى والتى يعتبر مصدرها القطاع الخاص أو الجمعيات التعاونية الا ان ارتفاع أسعار التقاوى وتحميل اصناف من اهم عيوب القطاع الخاص بينما تأخر استيراد التقاوى من اهم المشاكل التى تواجه الجمعيات التعاونية ، كما يواجه منتجى البطاطس مشكلة احتكار توزيع التقاوى حيث الشركات المنتجة للتقاوى تقوم باعطاءها للقطاع الخاص وبالتالي يحتكر تسويقها ويتحكم في اسعارها .

جدول (١٥)

تطور المساحة المنزرعة والإنتاجية والإنتاج لمحصول البطاطس خلال الفترة ١٩٩٢-٢٠٠٣

السنوات	المساحة المنزرعة الف فدان	الإنتاجية طن / فدان	الإنتاج الف طن
١٩٩٢	١٨٤,٣	٨,٧	١٦١٨,٦
١٩٩٣	١٨٣,٣	٨,٧	١٦٠٠
١٩٩٤	١٥٤,٢	٨,٦	١٣٢٤,٦
١٩٩٥	٢٩٢,٨	٨,٩	٢٥٩٩,١
١٩٩٦	٣٠٩,٣	٨,٥	٢٦٢٦,٠
١٩٩٧	١٩٦,٥	٩,١	١٨٠٢,٧
١٩٩٨	٢١١,٥	٩,٣	١٩٨٤
١٩٩٩	١٨٤,٨	٩,٧	١٨٠٨,٩
٢٠٠٠	١٧٨,٥	٩,٩	١٧٦٩,٩
٢٠٠١	١٨٩,٧	١٠,٠	١٩٠٣,١
٢٠٠٢	١٩٠,٤	٩,٩	١٩٠٠
٢٠٠٣	١٩٦,٥	١٠,٢	١٩٩٨
المتوسط	٢٠٥,٩	٩,٢٩	١٩١١,٣

* المصدر : جعت وحسبت من : www.fao.org

٢٠٣٠٣٠٥ تسويق البطاطس

يجرى علي محصول البطاطس بعض الخدمات التسويقية قبل وصولها الى المستهلك النهائي وتتمثل هذه الخدمات في عمليات الجمع والفرز والتدريج والتعبئة والنقل والتخزين وقد اظهرت نتائج الاستبيان ان حوالى ٣٥,٤% من اجمالي العينة البحثية لمزراعى البطاطس النيلي لا يقومون باجراء عمليات الفرز

والتدريج والتخزين بينما ٥١% من هذه العينة يقومون بإجراء عمليات الفرز والتدريج فقط ، وحوالي ١٣,٦% من هذه العينة يقومون بإجراء عمليات الفرز والتدريج والتخزين وان كافة افراد العينة يقومون باستبعاد الثمار المريضة (جدول (١٦) ٠

جدول (١٦)

نتائج استبيان اجراء العمليات التسويقية (الفرز - التدريج - التخزين)

المحصول	اجمالي عدد المزارعين	عدد المزارعين غير القائمين بعمليات الفرز والتدريج والتخزين		عدد المزارعين القائمين بعمليات الفرز والتدريج والتخزين		عدد المزارعين القائمين بعمليات الفرز والتدريج والتخزين		عدد المزارعين القائمين باستبعاد الثمار المريضة	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
البطاطس النيلي	١١٠	٣٩	٣٥,٤	٥٦	٥١	١٥	١٣,٦	١١٠	١٠٠
البطاطس الصيفي	٧٠	١٣	١٨,٦	٣٩	٥٥,٧	١٨	٢٥,٧	٧٠	١٠٠

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات العينة البحثية بمحافظة الدقهلية (طليخا - أجا - ميت غمر) عام ٢٠٠٣

كما يتضح من الجدول ان حوالي ١٨,٦% من اجمالي العينة البحثية لمزراعى البطاطس الصيفي لا يقومون بإجراء عمليات فرز وتدرج وتخزين بينما حوالي ٥٥,٧% يقوموا بإجراء عمليات فرز وتدرج ، وحوالي ٢٥,٧% يقوموا بإجراء فرز وتدرج وتخزين وان كافة افراد العينة يقوموا باستبعاد الثمار المريضة . كما اظهرت نتائج الاستبيان ان حوالي ١٥,٥% من اجمالي العينة البحثية لمزراعى البطاطس النيلي يقوموا بإجراء عمليات تعبئة للمحصول بينما ٣٥,٤% من هذه العينة يقوموا بإجراء عمليتي التعبئة والنقل الى سوق العبور وحوالي ٤٩,١% من اجمالي العينة يقوموا بإجراء عمليتي التعبئة والنقل الى الشلايش المنتشرة بضواحي القاهرة (جدول ١٧)

جدول (١٧)

نتائج استبيان اجراء العمليات التسويقية (التعبئة والنقل)

المحصول	اجمالي عدد المزارعين	عدد المزارعين القائمين بعملية التعبئة		عدد المزارعين القائمين بالتعبئة والنقل لسوق العبور		عدد المزارعين القائمين بالتعبئة والنقل للشلايش	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%
البطاطس النيلي	١١٠	١٧	١٥,٥	٣٩	٣٥,٤	٥٤	٤٩,١
البطاطس الصيفي	٧٠	١٤	٢٠	١٧	٢٤,٣	٣٩	٥٥,٧

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات العينة بمحافظة الدقهلية (طليخا ، أجا ، ميت غمر) عام ٢٠٠٣

ويتضح من الجدول ان حوالي ٢٠% من اجمالي العينة البحثية لمزراعى البطاطس الصيفي يقوموا بإجراء عمليات تعبئة للمحصول ، وحوالي ٢٤,٣% من حجم العينة يقوموا بإجراء عمليتي التعبئة والنقل الى سوق العبور وحوالي ٥٥,٧% يقوموا بإجراء عمليتي التعبئة والنقل الى الشلايش المنتشرة بضواحي القاهرة .

ومما سبق يتبين ان الغالبية العظمى من افراد العينة يفضلون التعامل مع تجار الشلايش عن التعامل مع تجار سوق العبور وبدراسة أسباب ذلك أظهرت نتائج الاستبيان ان الاسباب الرئيسية لتفضيل المزارعين التعامل مع تجار الشلايش يمكن حصرها فيما يلي :

- ارتفاع رسوم الدخول والخروج لسوق العبور .
- ارتفاع تكاليف نقل المحصول الى سوق العبور بالإضافة الى رسوم الدخول والخروج .
- يتحمل صاحب الشليشة تكاليف نقل المحصول في حالة البيع بنظام التعاقد وشراء المحصول .
- السعر حاضر وليس بالاجل .
- الاتفاق علي عملية البيع والشراء تتم بين صاحب الشليشة والمزارع وبالتالي يقل الوسطاء.

٣٠٣٠٣٠٥ استهلاك البطاطس

تعتبر البطاطس من السلع عالية القيمة الغذائية والتي يقبل عليها كافة الفئات العمرية سواء في الحضر أو الريف . ويوضح (جدول ١٨) الميزان الغذائي ونصيب الفرد من محصول البطاطس علي مستوى الجمهورية خلال الفترة ١٩٩٢-٢٠٠٣ والذي يتبين منه :

- تزايد اجمالي المعروض ^(١) من البطاطس من حوالى ١٥٦٤ الف طن عام ١٩٩٢ الى حوالى ١٨٢٤ الف طن عام ٢٠٠٣ بمعدل تزايد بلغ حوالى ١٦,٦% من اجمالي الكمية المعروضة عام ١٩٩٢
- تزايد اجمالي الاستهلاك ^(٢) (الغذاء الصافي) من حوالى ١٢٢٣ الف طن عام ١٩٩٢ الى حوالى ١٣٧٧ الف طن عام ٢٠٠٣ بمعدل تزايد بلغ حوالى ١٢,٦% من اجمالي الاستهلاك عام ١٩٩٢ .
- تراوح نصيب الفرد من البطاطس علي مستوى الجمهورية بين ٢١,٠٠ كجم في السنة عام ١٩٩٢ وحوالى ١٩,٢ كجم في السنة عام ٢٠٠٣ م ويعزى الانخفاض في نصيب الفرد من البطاطس بالرغم تزايد الاستهلاك الكلى الى الزيادة السكانية . كما أوضحت نتائج المقابلات الشخصية ان استهلاك البطاطس يختلف بين الفئات العمرية كما يختلف من الريف الى الحضر ، حيث يزيد الطلب علي استهلاك البطاطس الطازجة فى كل منهما .
- تتم عملية الطهي بالمنزل بواسطة ربة الاسرة للفئة العمرية ١-١٥ سنة بالريف مقارنة بالطلب عليها بالحضر ولا يوجد طلب علي البطاطس نصف المصنعة (نصف مقلية) بالريف وان كان الطلب عليها بالحضر ضعيف ، بينما يزيد الطلب علي البطاطس كاملة الصنع (شيبسى ...) بالحضر مقارنة بالريف لنفس الفئة العمرية (جدول ١٩)

(١) اجمالي المعروض = الانتاج + الواردات + المخزون - الصادرات

(٢) اجمالي الاستهلاك = اجمالي المعروض - الفاقد - استخدامات الصناعات الاستراتيجية .

جدول (١٨) :الميزان الغذائي ونصيب الفرد من محصول البطاطس على مستوى الجمهورية خلال الفترة من ١٩٩٢-٢٠٠٣

البيان السنوات	المعروض الف طن مئري				الاستخدامات الف طن مئري				نصيب الفرد					
	الانتاج	الواردات	المخزون	الصناعات	الاجمالي	غذاء الحيوان	التقايى	الخاقد	الصناعات الاسترفيدية	الغذاء الصافى	كدم السنه	كالكورى م	بروتين م	دهن م
١٩٩٢	١٦١٩	٢٥	١٣٠	٢١٠	١٥٦٤	-	١٦٢	١٧٧	٢	١٢٢٣	٢١.٠	٤٣	لا	ار
١٩٩٣	١٦٠٠	٢٦	١٢٠	١٧٦	١٥٧٠	-	١٦٠	١٧٥	-	١٢٣٥	٢٠.٨	٤٣	لا	ار
١٩٩٤	١٣٢٥	٣٧	٢٣٠	١٢٢	١٥٦٠	-	١٣٢	١٦٩	٢	١٢٥٧	٢٠.٨	٤٣	لا	ار
١٩٩٥	٢٥٩٩	٧٨	٥١	٤١٩	٢٤٠٨	-	٢٦٠	٢٦٧	٤٠٢	١٢٧٩	٢٠.٧	٤٣	لا	ار
١٩٩٦	٢٦٢٦	٥٢	-	٤١١	٢٦٦٧	-	٢٦٢	٢٦٧	٤٠٣	١٢٢٤	٢١.٢	٤٤	لا	ار
١٩٩٧	١٨٠٣	٨٣	١٠٠	٢٣٩	١٧٤٧	-	٢٦٠	١٩٨	٣	١٢٨٦	٢٠.١	٤١	لا	ار
١٩٩٨	١٩٨٤	٦٠	-	٢٣٤	١٨١٠	-	٢٩٠	٢٠٣	٤	١٣١٣	٢٠.١	٤١	لا	ار
١٩٩٩	١٨٠٩	٦٨	-	٢٦٩	١٦٠٨	-	٢١٢	١٨٧	١	١٢٠٧	١٨.٣	٣٨	لا	ار
٢٠٠٠	١٧٧٠	٦٨	-	١٧٦	١٦٦٢	-	٢١٦	١٨٤	١	١٢٦١	١٨.٩	٣٩	لا	ار
٢٠٠١	١٩٠٣	٤٦	-	٢٠٥	١٧٣٤	-	٢٢٢	١٩٤	٢	١٣٠٦	١٩.٢	٣٩	لا	ار
٢٠٠٢	١٩٠٠	٥٧	-	٢٤٤	١٧١٣	-	٢٥٠	١٩٦	١	١٢٦٦	١٨.٢	٣٧	لا	ار
٢٠٠٣	١٩٩٨	٥٥	-	٢٢٩	١٨٢٤	-	٢٥٠	١٩٦	١	١٢٧٧	١٩.٢	٣٩	لا	ار

المصدر: جمعت وحسبت من :

(١)الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء، الكتاب الاحصائى السنوى، ٢٠٠٣

WWW. fao .org

جدول (١٩) درجات تفضيل البطاطس للفئات العمرية المختلفة

٤٠ سنة - فأكثر		١٥ - ٤٠ سنة		١٥-١ سنة		الفئات العمرية
حضر	ريف	حضر	ريف	حضر	ريف	الصف
أكثر	أكثر	أكثر	أكثر	متوسطة	أكثر	بطاطس طازجة
متوسطة	-	متوسطة	-	ضعيفة	-	بطاطس نصف مصنعة
ضعيفة	-	متوسطة	متوسطة	أكثر	متوسطة	بطاطس كاملة الصنع

المصدر : جمعت وحسبت من العينة البحثية بمحافظة القاهرة والدقهلية ٢٠٠٤

■ يتساوى الطلب على البطاطس الطازجة وكاملة الصنع للحضر والريف في الفئة العمرية ١٥-٤٠ سنة ولا يوجد طلب على البطاطس نصف المصنعة بالريف وان كان الطلب عليها متوسط بالحضر لنفس الفئة العمرية . ويتساوى الطلب على البطاطس الطازجة بالحضر والريف في الفئة العمرية ٤٠ فأكثر ، ولا يوجد طلب على البطاطس نصف مصنعة والكاملة الصنع بالريف وان كان متوسط وضعيف على التوالي بالحضر لنفس الفئة العمرية .

٤٠٣٠٥ الاداء الانتاجي والتسويقي والاستهلاكي لمحاصيل الفاكهة (البرتقال)

تساهم محاصيل الفاكهة مساهمة كبيرة في الناتج الزراعي ، حيث بلغت قيمة انتاج الفاكهة حوالى ٩,٥٩٤ مليار جنيه بالاسعار الجارية عام ٢٠٠٢ ، تمثل حوالى ١٩,٧٧% من قيمة الانتاج النباتى فى الاراضى القديمة والذي بلغ حوالى ٤٨,٥١٦ مليار جنيه خلال نفس العام ٠ كما بلغت قيمة انتاج الفاكهة، فى الاراضى القديمة حوالى ٥,٦٤٣ مليار جنيه تمثل نحو ٥٨,٨% من اجمالي قيمة انتاج الفاكهة ، بينما بلغت قيمة انتاج الفاكهة فى الاراضى الجديدة حوالى ٣,٩٥١ مليار جنيه تمثل نحو ٤١,٢% من اجمالي قيمة انتاج الفاكهة لنفس العام ^(١) . ويعد البرتقال من أهم أنواع الفاكهة فى مصر سواء من حيث الإقبال على استهلاكه من جميع الفئات الاجتماعية ، أو من حيث كونه محصولاً تصديرياً هاماً بالنسبة لمصر .

١٠٤٠٣٠٥ اقتصاديات انتاج البرتقال

تنقسم اصناف البرتقال من حيث النضج الى ثلاثة اصناف منها المبكرة النضج (نوفمبر - ديسمبر) وتضم البرتقال السكرى وابو سره ، اما الاصناف متوسطة النضج (يناير - فبراير) فتضم البلدى واليافاوى والخليلي الابيض ، بينما تضم الاصناف المتأخرة (مارس - ابريل) البرتقال الخليلي الاحمر وابو دومه بالاضافة الى الفالانشيا (الصيفي) ^(٢) . وتزرع الموالح بصفة عامة فى جميع الآراضى من رملية

(١) وزارة الزراعة واستصلاح الاراضى ، قطاع الشئون الاقتصادية ، مرجع سبق ذكره .

(٢) د / صادق رياض ، مرجع سبق ذكره

وطينية ولكنها توجد في التربة الصفراء المفككة مع خلوها من الاملاح وجودة الصرف ، وتتميز بكونها نباتات معمرة تأخذ صورة أشجار او شجيرات تعطي ثماراً تؤكل طازجة أو في صورة عصائر او مربات ، وتحتوى الثمار على نسبة بسيطة من الكربوهيدرات والبروتين والدهون ولكنها غنية بالاملاح المعدنية مثل الكالسيوم والبوتاسيوم وكذلك الفيتامينات خاصة فيتامين (ج) ^(١) وبلغت المساحة المنزرعة من البرتقال بكافة أصنافه حوالى ٢١١,٢ الف فدان كمتوسط للفترة ١٩٩٢-٢٠٠٣ ، وبلغ متوسط إنتاجيته حوالى ٧,٥٣ طن / فدان خلال نفس الفترة ، كما بلغ متوسط إنتاجه حوالى ١٥٨٩,٧ الف طن فى السنة لنفس الفترة (جدول (٢٠)).

وتعتبر محافظات البحيرة، القليوبية، المنوفية، الغربية، الشرقية اهم المحافظات المنتجة للبرتقال بسره ، بينما اهم محافظات المنتجة للبرتقال السكرى البحيرة ، المنوفية ، الشرقية وتعتبر محافظتى الشرقية والمنوفية من اهم المحافظات المنتجة للبرتقال الخليلي ، والقليوبية من اهم المحافظات المنتجة للبرتقال اليافاوى، ويتركز انتاج البرتقال الفالانشيا الصيفي في المنوفية والشرقية والاسماعيلية والقليوبية والبحيرة.

جدول رقم (٢٠)

تطور المساحة المنزرعة والانتاجية والانتاج لمحصول البرتقال خلال الفترة ١٩٩٢ - ٢٠٠٣ م

البيان	المساحة المزرعة الف فدان	الانتاجية طن / فدان	الانتاج الف طن
١٩٩٢	٢٣٤,٦	٧,٥	١٧٧١,٤
١٩٩٣	٢٣١,٠	٥,٧	١٣٢٤,١
١٩٩٤	٢١٢,٩	٧,١	١٥١٣,١
١٩٩٥	٢٠٤,٥	٧,٦	١٥٥٥,٠
١٩٩٦	٢٠٠,٣	٨,١	١٦١٣,٣
١٩٩٧	٢٠٤,١	٧,٤	١٥٢٢,١
١٩٩٨	٢٠٠,٠	٧,٢	١٤٤١,٧
١٩٩٩	٢٢٢,٢	٧,٤	١٦٣٦,٦
٢٠٠٠	٢٠٨,٧	٧,٧	١٦١٠,٥
٢٠٠١	١٩٨,٩	٨,٥	١٦٩٦,٣
٢٠٠٢	٢١٥,٩	٧,٩	١٧٢٥,٠
٢٠٠٣	٢٠١,٣	٨,٣	١٦٦٧,٠
المتوسط	٢١١,٢	٧,٥٣	١٥٨٩,٧

المصدر : جمعت وحسبت من : www.fao.org

(١) صادق رياض ، مرجع سبق ذكره

يجرى على محصول البرتقال بعض الخدمات التسويقية قبل وصوله الى المستهلك النهائي وتتمثل هذه الخدمات في عمليات (الجمع - الفرز - التدرج - التعبئة - النقل - التخزين) وقد اظهرت نتائج الاستبيان ان حوالى ٣١,٣% من اجمالي حجم العينة لا يقومون باجراء عمليات الفرز والتدرج والتخزين ، وان حوالى ٥٧,٤% من حجم العينة يقومون باجراء عمليات الفرز والتدرج ، وحوالى ١١,٣% من اجمالي العينة يقومون باجراء عمليات الفرز والتدرج والتخزين ، وان كافة افراد العينة يقومون باستبعاد الثمار المريضة . كما أظهرت نتائج الاستبيان أن هناك عدة طرق لتسويق الفاكهة بصفة عامة ومنها البرتقال وتنحصر هذه الطرق فى البيع الى تاجر التجزئة ، البيع الى تاجر الجملة ، البيع لشركات التصدير .

ويتضح من (جدول ٢٢) أن حوالى ٩,٣% من اجمالي حجم العينة يفضلون تسويق منتجاتهم من خلال تجار التجزئة ، وحوالى ٢٠% من اجمالي العينة يفضلوا تسويق البرتقال من خلال تجار الجملة ، ويتم البيع من المنتج إلى تاجر التجزئة أو الجملة فى المزرعة ، بينما حوالى ٤٢% من حجم العينة يفضلون تسويق انتاجهم كلاله وحوالى ٢٨,٧% من خلال شركات التصدير (الانتاج الذى يتم توريده لشركات التصدير ذو مواصفات جودة معينة) . ويقصد بالكلالة قيام التاجر بشراء كل انتاج المزرعة بعد فحصها وحصر عدد الأشجار المثمرة وتقدير متوسط انتاج الأشجار وبالتالي تقدير حجم الانتاج ودرجة جودته ويتم الاتفاق على الثمن من خلال عقد بيع بين صاحب المزرعة والمشتري يتم فيه كتابة ثمن الانتاج وكيفية دفع الأقساط الباقية بعد المقدم . ويتضح مما سبق أن الغالبية العظمى من المزارعين يفضلون تسويق انتاجهم كلاله ويعزى ذلك لعدم وجود وقت كاف لدى المنتج للقيام بعمليات جمع وتعبئة ونقل المحصول، وعدم وجود خبرة كافية فى التسويق، بالاضافة الى عدم وجود العمالة المدربة فى بعض الأحيان وارتفاع أجورها .

جدول رقم (٢١)

نتائج استبيان العمليات التسويقية (الفرز ، التدرج ، التخزين)

البيان	العدد	%
عدد المزارعين غير القائمين بعمليات الفرز والتدرج والتخزين	٤٧	٣١,٣
عدد المزارعين القائمين بعمليات الفرز والتدرج	٨٦	٥٧,٤
عدد المزارعين القائمين بعمليات الفرز والتدرج والتخزين	١٧	١١,٣
عدد المزارعين القائمين باستبعاد الثمار المريضة	١٥٠	١٠٠
اجمالى عدد المزارعين	١٥٠	

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات العينة البحثية بمحافظة المنوفية عام ٢٠٠٣ .

جدول رقم (٢٢)

المسلك التسويقي للبرتقال من خلال العينة البحثية

البيان	العدد	%
تاجر التجزئة	١٤	٩,٣
تاجر الجملة	٣٠	٢٠
الكلالة	٦٣	٤٢
شركات التصدير	٤٣	٢٨,٧
اجمالي عدد المزارعين	١٥٠	

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات العينة البحثية لمحافظة المنوفية عام ٢٠٠٣ .

٣٠٤٠٣٠٥ استهلاك البرتقال

يعتبر البرتقال من السلع عالية القيمة الغذائية خاصة الأملاح المعدنية ويقبل عليها كافة الفئات العمرية سواء الريف أو الحضر. ويوضح (جدول (٢٣) الميزان الغذائي ونصيب الفرد من البرتقال على مستوى الجمهورية خلال الفترة (١٩٩٢-٢٠٠٣) . ويتبين منه تناقص اجمالي المعروض من البرتقال من حوالى ١٦٦٨,٤ ألف طن عام ١٩٩٢ الى حوالى ١٤٩٩,٣ ألف طن عام ٢٠٠٣ بمعدل تناقص بلغ حوالى ١٠,١% من اجمالى الكمية المعروضة عام ١٩٩٢. كذلك تناقص في اجمالى الاستهلاك (الغذائى الصافى)

ن رقم (٢٣) : الميزان الغذائي ونصيب الفرد من محصول البرتقال على مستوى الجمهورية خلال الفترة ١٩٩٢-٢٠٠٣

البيان السنوات	المعروض ألف طن مئري				الاستخدامات ألف طن مئري				نصيب الفرد	
	الاتاج	الواردات	المخزون	الصادرات	الاجمالي	غذاء الحيوان	التقارى	الفاقد	الصناعات الاستخراجية	الغذاء الصافى
١٩٩٢	١٧٧١,٤	-	-	١٠٣	١٦٦٨,٤	-	-	٢١١	-	١٤٥٧,٣
١٩٩٣	١٣٢٤	-	-	٥٧	١٣٦٧	-	-	١٥٣	-	١١١٤
١٩٩٤	١٥١٢	-	-	٢٨	١٤٨٥	-	-	١٧٦	-	١٣٠٩
١٩٩٥	١٥٥٥	١	-	١٣	١٥١٣	-	-	١٩٧	-	١٣١٦
١٩٩٦	١٦١٣	١	-	٥٥	١٥٥٩	-	-	٢٠٦	-	١٣٥٣
١٩٩٧	١٥٢٢	١	-	٤١	١٤٧٩	-	-	١٩٦	-	١٢٨٢
١٩٩٨	١٤٤٢	١	-	٢١٨	١٢٢٥	-	-	١٨٦	-	١٠٣٩
١٩٩٩	١٦٣٧	٣	-	٥٤	١٥٨٦	-	-	٢١٥	-	١٣٧١
٢٠٠٠	١٦١١	٢	-	٨٧	١٥٢٦	-	-	٢٠٩	-	١٣١٧
٢٠٠١	١٦٩٦	١	-	٢٥٨	١٤٣٩	-	-	٢٢٦	-	١٢١٣
٢٠٠٢	١٧٢٥	١	-	١٢٨	١٥١٨	-	-	٢٢٣	-	١٣٧٥
٢٠٠٣	١٦٦٧	-	-	١٦٧,٧	١٤٩٩,٣	-	-	٢٢٤,٧	-	١١٧١,٣

المصدر: جمعت وحسبت من :

(٢) الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء ، الكتاب الإحصائى السنوى ٢٠٠٣ ،

من حوالى ١٤٥٧,٤ ألف طن عام ١٩٩٢ الى حوالى ١٢٧٤,٦ ألف طن عام ٢٠٠٣ بمعدل تناقص بلغ حوالى ١٢,٥% من اجمالى الاستهلاك عام ١٩٩٢ ٠ وقد تراوح نصيب الفرد من البرتقال على مستوى الجمهورية بين ٣٠,٩ كجم فى السنة عام ١٩٩٢ وحوالى ٢٦ كجم فى السنة عام ٢٠٠٣ ويعزى الانخفاض فى نصيب الفرد من البرتقال لانخفاض الانتاج والكمية المتاحة للاستهلاك بالاضافة الى الزيادة السكانية ٠

كما أوضحت نتائج المقابلات الشخصية أن استهلاك البرتقال يختلف بين الفئات العمرية ، كما يختلف من الريف الى الحضر ، حيث يزيد الطلب على استهلاك البرتقال الطازج بالمقارنة بالعصائر الطبيعية فى الريف بالفئة العمرية (١-١٥ سنة) ، بينما يتساوى الطلب على استهلاك البرتقال الطازج والعصائر الطبيعية لنفس الفئة العمرية بالحضر ٠ ويتزايد الطلب على البرتقال الطازج فى الريف بالفئة العمرية (١٥-٤٠ سنة) مقارنة بالطلب على العصائر الطبيعية ، ويتزايد الطلب على العصائر الطبيعية فى الحضر لنفس الفئة العمرية مقارنة بالطلب على البرتقال الطازج، كما يتزايد الطلب على البرتقال الطازج بالريف للفئة العمرية (٤٠ سنة) فأكثر بينما لا يتواجد طلب على العصائر الطبيعية لنفس الفئة العمرية بالريف ، ويتزايد الطلب على استهلاك البرتقال الطازج بالحضر لنفس الفئة العمرية مقارنة بالطلب على العصائر الطبيعية (جدول رقم ٢٤).

جدول رقم (٢٤)

درجات تفصيل البرتقال للفئات العمرية المختلفة

الفئات العمرية الصف	سنة ١٥-١		سنة ٤٠-١٥		٤٠ - فأكثر	
	ريف	حضر	ريف	حضر	ريف	حضر
برتقال طازج	أكثر	متوسط	أكثر	متوسط	أكثر	أكثر
عصائر طبيعية	ضعيف	متوسط	ضعيف	أكثر	-	متوسط

المصدر : جمعت وحسبت من العينة البحثية بمحافظتى القاهرة والمنوفية عام ٢٠٠٤ ٠

٥٠٣٠٥ اهم التوصيات الخاصة بسوق الخضر والفاكهة

- تطوير العمل بسوق العبور لتقديم خدمات تسويقية متقدمة (حيث اشارت نتائج الدراسة الى عدم تقديم اي خدمات تسويقية متقدمة داخل السوق) وتجهيز وحدات تبريد وحفظ للخضر والفاكهة المجهزة.
- العمل على خفض رسوم الدخول والخروج من سوق العبور لتشجيع المتعاملين على الذهاب إلى السوق بدلا من الذهاب الى الشلايش المنتشرة علي حواف القاهرة لتجنب هذه الرسوم.
- توفير التقاوي الجيدة لمنتجات البطاطس في الاوقات المناسبة والقضاء على مشكلة احتكار تسويق التقاوي لمنع الارتفاع الغير مبرر لاسعارها وتوفيرها للمنتجين بالسعر المناسب.

- دعم وتشجيع التعاونيات التسويقية على القيام بدورها سواء الجمعيات القائمة فعلا او تلك التي يتطلب الامر انشائها حيث اوضحت الدراسة أن الغالبية العظمى من المزارعين يفضلون تسويق انتاجهم كلاله وذلك لعدم وجود وقت كافى لدى المنتج للقيام بعمليات جمع وتعبئة نقل المحصول، وعدم وجود خبرة كافية فى التسويق، بالاضافة الى عدم وجود العمالة المدربة فى بعض الأحيان وارتفاع أجورها.

المراجع

- ١ - الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء ، الكتاب الاحصائى السنوى ، ٢٠٠٣ .
- ٢ - شعبان عبد المجيد ، دراسة اقتصادية لانتاج وتسويق أهم محاصيل الخضرفى جمع ، المؤتمر الثانى عشر للاقتصاديين الزراعيين " الميزة التنافسية فى الزراعة المصرية " ، الجمعية المصرية للاقتصاد الزراعى ، ٢٩-٣٠/٩/٢٠٠٤ .
- ٣ - صادق رياض أبو العطا ، التكتلات الاقتصادية العالمية وأثرها على التجارة الخارجية للمنتجات الزراعية المصرية " رسالة دكتوراه ، قسم الاقتصاد الزراعى ، كلية الزراعة ، جامعة الأزهر ، ١٩٩٧ .
- ٤ - محمد حسام السعدنى ، " التركيب السوقى والسلوك السوقى وكفاءة الأداء التسويقى بالشلايش المنتشرة على حواف القاهرة الكبرى " ، المؤتمر الرابع للاقتصاديين الزراعيين ، التجارة الداخلية للسلع الزراعية ٢٥-٢٦/١٠/١٩٩٥ .
- ٥ - وزارة الزراعة واستصلاح الأراضى ، قطاع الشؤون الاقتصادية ، نشرة الدخل الزراعى، ٢٠٠٣ .
- ٦ - WWW.Fao org

٤٠٥ سوق اللحوم

يعتبر البروتين من أهم عناصر الغذاء للإنسان ويحتاج الإنسان الى نحو ٣٣ جرام بروتين حيواني يومياً كحد وقائي صحي وذلك وفقاً لتقديرات هيئة الصحة العالمية، لهذا فإن الاهتمام بمدى توافر البروتين الحيواني كأحد العناصر الرئيسية لغذاء للإنسان أمر ذو أهمية قصوى، ويلعب هيكل السوق دوراً بارزاً في ذلك من خلال تفاعل قوى العرض والطلب ومدى القدرة علي توفير السلعة في الوقت وبالسعر المناسب لمستوى الدخل الفردي - لهذا فإن هذا الجزء من الدراسة سوف يتناول هيكل السوق وحجمه بالتحليل. ويتكون سوق اللحوم في مصر من ثلاث انواع من اللحوم هي اللحوم الحمراء الطازجة واللحوم البيضاء واللحوم المصنعة ، وكل نوع من هذه الانواع يوجد منه المحلي والمستورد نظراً لأن الانتاج المحلي لا يكفي حاجة الطلب المحلي.

وسيتناول هذا الفصل دراسة سوق اللحوم في مصر من خلال التعرض لحجم السوق والمعروض فيه من اللحوم الحمراء والبيضاء، وهيكل سوق اللحوم الحمراء والبيضاء في مصر وأهم عناصره والتقنيات التسويقية للحوم الحمراء والبيضاء. كما يتناول الفصل الطلب على اللحوم في السوق المحلي من خلال دراسة استهلاك اللحوم وأهم العوامل المؤثرة عليها، والطلب على اللحوم وأهم محددات ذلك الطلب، وتقدير الطلب المستقبلي على اللحوم.

١٠٤٠٥ حجم سوق اللحوم الحمراء في مصر

يشير جدول رقم (٢٥) الى ان الانتاج المحلي من اللحوم الحمراء قد بلغ نحو ٧٤٠ ألف طن عام ١٩٩٠ .

- ارتفع ليصل الى نحو ١,٥ مليون طن عام ٢٠٠٢ بزيادة بلغت نحو ١٠٣ % عن بداية الفترة محل الدراسة .

- بلغ حجم الواردات من اللحوم الحمراء نحو ١٢٥ ألف طن عام ١٩٩٠ ارتفعت لتصل عام ٢٠٠٢ نحو ٢٩٩ ألف طن بزيادة بلغت نحو ١٣٩ % عن بداية الفترة محل الدراسة .

- بلغ حجم المعروض من اللحوم الحمراء نحو ٨٦٥ ألف طن عام ١٩٩٠ ، ارتفعت ليصل عام ٢٠٠٢ نحو ١,٨ مليون طن بزيادة بلغت نحو ١٠٨ % عن بداية الفترة محل الدراسة.

- بلغ معدل نمو المعروض من اللحوم الحمراء في السوق المصري نحو ٥,٨ % سنوياً .

وبتحليل مصدر اللحوم الحمراء في السوق المصري اتضح ان مصادرها كالاتي :

- الابقار وتمثل مذبوحات الأبقار نحو ١١ % من جملة عرض الانتاج المحلي من اللحوم الحمراء ، والابقار تمثل ايضاً احد المصادر الهامة للعمل الزراعي لذا فان مساهمتها في المذبوحات تعتبر ضعيفة

بالإضافة الى تراجعها خلال الفترة محل الدراسة بشكل واضح حيث انخفضت مذبوحات الايقار من ١٩١ ألف رأس الى ٣٩ ألف رأس عام ٢٠٠٢ (١) .

جدول رقم (٢٥)

جملة العرض المحلي من اللحوم الحمراء خلال الفترة ١٩٩٠ حتى ٢٠٠٢

(الف طن)

السنة	الانتاج المحلي بالآلف طن	الواردات ألف طن	اجمالي عرض اللحوم الحمراء المحلي ألف طن	معدل النمو %
١٩٩٠	٧٤٠	١٢٥	٨٦٥	-
١٩٩١	٨٠١	١١٦	٩١٧	٦
١٩٩٢	٨٣١	١٢٠	٩٥١	٣,٧
١٩٩٣	٨٦٠	١٤٠	١٠٠٠	٥,٢
١٩٩٤	٩٢٥	١٦٠	١٠٨٥	٨,٥
١٩٩٥	٩٩٥	١٤٥	١١٤٠	٥
١٩٩٦	١٠٧٥	١٢٠	١١٩٥	٤,٨
١٩٩٧	١٢٥٠	١٣١	١٣٨١	١٥,٦
١٩٩٨	١٢٦٥	١٣٨	١٤٠٣	١,٦
١٩٩٩	١٣٤٠	١٧٥	١٥١٥	٨
٢٠٠٠	١٣٧٥	١٩٣	١٥٦٨	٣,٥
٢٠٠١	١٤٤٠	٢٤٠	١٦٨٠	٧
٢٠٠٢	١٥٠١	٢٩٩	١٨٠٠	٧
متوسط الفترة	١١٠٨	١٦٢	١٢٧٠	٥,٨

* المصدر : وزارة الزراعة - قطاع الشؤون الاقتصادية - الميزان الغذائي - الإدارة المركزية للتخطيط - اعداد متفرقة .

- مذبوحات الجاموس وتمثل نحو ١٤,٥% من جملة عرض الانتاج المحلي من اللحوم الحمراء ، والجاموسى أيضاً يمثل عنصراً هاماً من عناصر العمل الزراعي لذا فإن مساهمته في المذبوحات تعتبر

ضعيفة بالرغم من ازدياد معدل عدد المذبوحات من الجاموس خلال الفترة محل الدراسة حيث ارتفعت من ٩٢ ألف رأس عام ١٩٩٤ لتصل الى نحو ٣٦٤ ألف رأس عام ٢٠٠٢ (١) .

وبالرغم من أهمية المصدرين السابقين كمصادر اللحوم الحمراء في مصر إلا ان معدل مساهمتها منخفضة حيث تمثلان نحو ٢٥,٥% من جملة عرض اللحوم في مصر وذلك لأن معدل كفاءة التحويل الغذائي للابقار والجاموس المصري منخفضة ، وتنخفض في الجاموس أكثر من الابقار ، بالإضافة الى ضعف معدل النمو السنوي في اعداد الرؤوس خلال الفترة محل الدراسة حيث بلغ نحو ٥% سنوياً في الابقار وكان منخفضاً في الجاموس الى نحو ٣% سنوياً (٢) .

- وتأتي ثلاث مصادر أخرى للحوم الحمراء في مصر من عجول الجاموس والعجول البقري والبتلو وتمثل الثلاث مصادر نحو ٥٦% من جملة مصادر اللحوم الحمراء في السوق المصري، وجميعها نتاج للمصدرين السابقين، حيث تساهم عجول الجاموس بنحو ١٥% بينما تساهم العجول البقري بنحو ٢٤% وتساهم مذبوحات البتلو بنحو ١٧%، وهذا يدل على ان الجاموس والابقار هما المصدر الرئيسي للحوم الحمراء في السوق المصري حيث تساهم مذبوحاتها مع منتجاتها بنحو ٨١,٥% من جملة عرض اللحوم الحمراء في السوق المصري . وتأتي بعد ذلك مذبوحات الجمال لتمثل نحو ١٠% ثم مذبوحات الاغنام لتمثل نحو ٨% بينما تمثل مذبوحات الخنازير نحو ٢,٥% تقريباً . وبالرغم من اهمية مذبوحات الجمال الا أنها ايضا تعاني من ضعف معدلات النمو بشكل كبير حيث ان اعدادها تناقصت خلال الفترة محل الدراسة (٣) من ٢٩٠ ألف رأس عام ١٩٩٤ لتصل الى نحو ١٤١ ألف رأس عام ٢٠٠٢ .

ولذا فإن مشكلة حجم اللحوم الحمراء المنتجة محلياً تنحصر بشكل اساسي في ضعف معدلات النمو في الأنواع المنتجة لهذه اللحوم مثل الابقار والجاموس ذو الاصناف المحلية، هذا بالإضافة الى حقيقة اخرى ذات اهمية وهي ضعف انواع العلائق المنتشرة في مصر ، حيث إنه خلال مقابلة مع أحد الباحثين المتخصصين (٤) في هذا المجال اتضح ان العلائق التي تحتاجها الحيوانات التي يتم تربيتها لإنتاج اللحوم تتكون من نوعين من العلائق هي العليقة الخضراء وهي عبارة عن وجبة خضراء تتكون من البرسيم أو الدراوة أو احد اصناف العلائق الخضراء وهذه شبه متوفرة في مصر شتاء ويوجد قصور في توفيرها صيفاً . اما العليقة المركزة فهي ذات الأهمية الكبيرة لحيوانات اللحوم وهي يجب ان تكون متوافرة طوال العام وهذا النوع من العلائق مرتفع التكلفة جداً بالإضافة الى وجود عجز كبير في مكونات هذه العليقة،

(١) جمعت وحسبت من نفس المصدر السابق

(٢) “ “ “ “ “ “

(٣) نفس المرجع السابق

(٤) مقابلة احد الباحثين بمعهد بحوث الانتاج الحيواني بمراكز البحوث الزراعية

لهذا فإن الاهتمام بتحسين السلالات المحلية يعتبر احد الحلول الهامة لتنمية الثروة الحيوانية في مصر وزيادة انتاج اللحوم في مصر .

وخلال اللقاء مع تجار التجزئة وتجار الجملة العاملين في مجال إنتاج وتوزيع اللحوم اتضح ان مشكلة التغذية الحيوانية تعتبر احد العوائق الهامة لتنمية انتاج اللحوم في مصر وهذا راجع لقصور عمليات التغذية الحيوانية بالإضافة الى ضعف معدلات التحويل لدى الحيوانات المصرية ذات الصفات المحلية وتحاول معاهد بحوث تغذية الحيوان في مصر التوصل الى علائق حيوانية تساعد علي زيادة كفاءة تحويل الحيوان بالإضافة الى الجهود المبذولة في تحسين السلالات المحلية من خلال التهجين وخلافه .

وأيضاً يشير جدول رقم (٢٥) الى ان اللحوم الحمراء المستوردة بلغت نحو ١٥% من العرض الكلي للحوم كمتوسط الفترة محل الدراسة ١٩٩٠-٢٠٠٢ وأن كمية اللحوم المستوردة ارتفعت من ١٢٥ ألف طن عام ١٩٩٠ لتصل الي نحو ٢٩٩ ألف طن عام ٢٠٠٢ بزيادة بلغت نمو ١٣٩% خلال الفترة محل الدراسة ، وأيضاً ارتفعت نسبة اللحوم المستوردة في اجمالي المعروض من اللحوم الحمراء لتصل الى نحو ١٦,٦% عام ٢٠٠٢ .

٢٠٤٠٥ حجم سوق اللحوم البيضاء في مصر

تأتي اللحوم البيضاء في المركز الثاني من حيث الأهمية بالنسبة لسوق اللحوم في مصر، نظراً لأنها تساهم بنحو ٥٣٥ ألف طن كمتوسط الفترة ١٩٩٠-٢٠٠٢ واللحوم البيضاء في مصر يمكن القول انه يوجد منها شبه اكتفاء ذاتي نظراً للتوسع الكبير الذي شهدته البلاد في انتاج الدواجن خلال عقد التسعينات ، حيث مع بداية عقد الثمانينيات بدءً التوسع في صناعة الدواجن في مصر إذ شهدت البلاد طفرة كبيرة في انتاج الدواجن وإدخال سلالات عالية الإنتاجية لإنتاج الدواجن ذات عمر ٤٥ يوم ووزن ١,٥ - ٢ كيلو جرام وزاد انتاج مزارع الدواجن من ٥١ مليون دجاجة عام ١٩٩٢ ليصل الى نحو ١٢١ مليون عام ٢٠٠٢ وأيضاً زادت نسبة الاكتفاء الذاتي من الدواجن من ٦٥% في منتصف الثمانينيات الي ١٠٠% في منتصف التسعينات واستمر الاكتفاء الذاتي من الدواجن حتى الآن، لذا فإن انتاج اللحوم البيضاء يعتبر من الأهمية بمكان حيث ساهم بنحو ٣٠% من احتياجات السوق المصري من اللحوم خلال الفترة محل الدراسة.

ويلاحظ ان المجتمع المصري أنتج نحو ٥٢٦ ألف طن لحوم بيضاء كمتوسط سنوي للفترة محل الدراسة ١٩٩٠-٢٠٠٢ ولكن هذا الانتهاج شهد طفرة كبيرة حيث إرتفع من ٢٤١ ألف طن عام ١٩٩٠ ليصل عام ٢٠٠٢ إلى نحو ١١٥٠ ألف طن بزيادة بلغت نحو ٣٧٧% ، والواردات من اللحوم البيضاء عبارة عن واردات لبعض اصناف الرومي والنعام واللحوم ذات المواصفات القياسية العالية للفنادق وللأماكن السياحية ذات الطبيعة الخاصة .

ويلاحظ أن معدل نمو انتاج وعرض اللحوم البيضاء وصل الي نحو ١٣% سنوياً كمتوسط الفترة محل الدراسة ، حيث تم ادخال العديد من السلالات عالية الانتاجية للدواجن وأصبح انتاج هذه السلالات يتم الآن محلياً ، وبالرغم من شكوى بعض المنتجين الذي تم مقابلتهم علي ان السلالات التي يتم انتاجها محلياً ليست في كفاءة السلالات التي يتم استيرادها ولكن هي في غالب الأحوال افضل بكثير من السلالات القديمة . ايضاً تم ادخال سلالات عالية الانتاجية لكل من الرومي والبط والأرانب وتم انتاج هذه السلالات وترتيبها محلياً وهي سلالات عالية الانتاجية وذات كفاءة تحويلية عالية .

جدول رقم (٢٦)

جملة عرض اللحوم البيضاء في مصر خلال الفترة ١٩٩٠-٢٠٠٢

(ألف طن)

السنة	الانتاج المحلي من اللحوم البيضاء بالألف طن	الواردات من اللحوم البيضاء	اجمالي عرض اللحوم البيضاء ألف طن	معدل النمو
١٩٩٠	٢٤١	١١	٢٥٢	-
١٩٩١	٢٤٨	٧	٢٥٥	١,٢
١٩٩٢	٢٨٥	٨	٢٩٣	١٥
١٩٩٣	٣٤٥	٧	٣٥٢	٢٠
١٩٩٤	٣٩٥	١٠	٤٠٥	١٥
١٩٩٥	٤٨٣	٩	٤٩٢	٢١
١٩٩٦	٤٨٨	٨	٤٩٦	٠,٨
١٩٩٧	٥١٥	٧	٥٢٢	٥
١٩٩٨	٥٢٠	٩	٥٢٩	١,٣
١٩٩٩	٦٣٥	١٠	٦٤٥	٢٢
٢٠٠٠	٦٧١	١١	٦٨٢	٥,٧
٢٠٠١	٨٦٧	١٠	٨٧٧	٢٨,٦
٢٠٠٢	١١٥٠	١١	١١٦١	٣٢
متوسط الفترة	٥٢٦	٩	٥٣٥	١٣

المصادر : حسب وجمعت من :

وزارة الزراعة ، قطاع الشؤون الاقتصادية ، الميزان الغذائي السلي ، إعداد متفرقة .

وساهم انتاج الدواجن بنحو ٧٥% من انتاج اللحوم البيضاء في السوق المصري خلال الفترة محل الدراسة بينما ساهم البط بنحو ٨% وساهمت الأرناب بنحو ٦,٥% ، وساهم الحمام بنحو ٤,٥% وساهم الأوز والدجاج الرومي بنحو ٦% تقريباً - ولهذا فإن انتاج الدواجن يحتل أهمية قصوى في سوق اللحوم البيضاء في مصر .

ومن خلال اللقاءات مع تجار الدواجن كانت المشكلة التي تواجه اسواق اللحوم البيضاء في مصر هي العليقة حيث إن نسبة ٨٠% من المقابلات أكدوا على أن العليقة هي العنصر الحاكم نظراً لأن الدواجن تحتاج الى اذرة صفراء يتم استيرادها بنسبة ٨٥% من الخارج وتعتمد على سعر العملة المحلية بالإضافة الى اسواق الواردات لهذه السلعة ، لهذا فإن ايجاد بدائل للأذرة الصفراء في عليقة الدواجن تعتبر احد التحديات الهامة التي تواجه صناعة الدواجن في مصر، حيث ان القائمين على الصناعة (١) أكدوا أنهم تمكنوا من تطوير السلالات بمساعد معاهد البحوث ، وشركات انتاج وتربية الجدد وأن المشكلة التي تواجه إنتاج اللحوم البيضاء في مصر هي مشكلة الأعلاف بالدرجة الأولى وضرورة تطويرها وإيجاد البدائل لأنه مع التطبيق الكامل لاتفاقية الجات فإن الانتاج المحلي مهدد بالانهيار نظراً لان الحظر على استيراد الدواجن سوف يتم إلغاؤه وبالتالي فإن الموقف بالنسبة للصناعة جد خطير .

٣٠٤٠٥ هيكل سوق اللحوم في مصر

يعتبر هيكل سوق اللحوم في مصر من أهم العناصر الحاكمة في مدى انسياب اللحوم من المنتج الى المستهلك ومدى تنظيم السوق ومدى اتساقه مع مكوناته . وتعتبر السوق المصرية من الأسواق التي تتعدد بها أنماط استهلاك اللحوم ، حيث يعتبر استهلاك اللحوم الحمراء الطازجة هو النمط الشائع بالرغم من خطورته صحياً ، حيث تاجر التجزئة لابد أن يحتفظ باللحوم لديه كاملة بدون أى تجهيز، ولكن بالختم الذي يفيد ذبحها في المجزر الآلى حتى يطمئن المستهلك الى سلامة اللحوم وأنها طازجة وغير مجمدة وغير معبأة . لهذا فإن المستهلك لا يعبأ كثيراً بالعبوات الخاصة باللحوم بقدر أنه يذهب الى تاجر التجزئة (الجزار) ويتم تقطيع اللحوم أمامه وتعبئتها أمامه وهذه هي المشكلة الحقيقية التي تواجه عملية تنظيم سوق اللحوم الحمراء ، وأيضاً اللحوم البيضاء تواجه نفس المشكلة فالمستهلك يذهب الى تاجر التجزئة ويتم ذبحها أمامه وتعبئتها أمامه لكي يطمئن أنها طازجة . لهذا فإن مستهلك اللحوم الحمراء يحتاج الى كثير من التوعية خاصة بنمط استهلاك اللحوم الحمراء أو اللحوم البيضاء على أى الأحوال فإن عناصر سوق اللحوم في مصر تتكون من :

(١) تم اللقاء ببعض قيادات الشركة المصرية للدواجن

يعتبر تاجر الجملة أحد العناصر الهامة لسوق اللحوم الحمراء فى مصر ، حيث هو تاجر مواشى يعرض منتجه فى صورة حيوانات حية ذات أوزان مناسبة للذبح ، وقد يعرض منتجاته لديه فى حظيرته أو قد يعرضها فى سوق القرية أو سوق المواشى فى المدينة، وغالبا فإن تاجر التجزئة الجزار يكون له علاقة وثيقة بتاجر الجملة ، حيث إن مواصفات اللحم تتوقف على نوع العليقة التى يقدمها تاجر الجملة للمواشى . لهذا فإنه بمقابلة العديد من تجار التجزئة أفادوا أنهم لديهم تجار الجملة التى يحصلون منهم على ذبائحهم نظرا لأهمية العليقة ونوعيتها فى المواصفات الجيدة للحم وحتى يحتفظ تاجر التجزئة (الجزار) بزيائنه .

وتاجر الجملة بالنسبة للحوم الحمراء قد يكون لديه أيضا محلات تجزئة ولهذا قد يلعب تاجر الجملة دور تاجر الجملة ودور تاجر تجزئة ، وتاجر الجملة يحصل على المواشى القابلة للذبح إما من مزارع تربية أو مزارعين عاديين أو يتم تجميع المواشى من خلال سوق القرية أو سوق المواشى فى المدينة وقد يقوم بعملية التربية لبعض الوقت ولكن ليس لفترات زمنية طويلة فهى لا تتعدى شهر أو شهرين يحسن من مواصفات اللحم والوزن لدى المواشى ثم يقوم ببيعها مباشرة الى تاجر التجزئة .

٢٠٣٠٤٠٥ تاجر التجزئة (الجزار)

وهو عبارة عن الجزار حيث يقوم بشراء رأس أو اثنين من تاجر الجملة وفقا لحجم المبيعات لديه وهذا الشراء يتم اسبوعيا لأن الذبح فى مصر اسبوعياً مرة أو مرتين وفقا لحجم المبيعات ، حيث يأخذ الجزار الماشية ويذهب بها الى السلخانة أو المجزر يتم الذبح تحت إشراف الطبيب البيطرى ويتم ختم الذبيحة ويأخذها الجزار أو تاجر التجزئة ، وهذا هو الطريق الرسمى . ويوجد ذبح خارج المجزر أو السلخانة بمعرفة الجزار نفسه أو تاجر التجزئة، ويتم بيعه دون رقابة من التموين أو من إدارة الطب البيطرى . وبمحاولة معرفة نسبة الذبح خارج المجزر اتضح أنها تزيد فى الريف عن الحضر حيث من خلال المقابلات التى تمت مع بعض تجار التجزئة فى الريف اتضح أن ٧٠% منها يتم الذبح خارج السلخانة بينما فى الحضر ٢٥% من حالات الذبح خارج السلخانة لذا فإن عملية حصر دقيقة يجب أن تتم لكى يتم التعرف على حالات الذبح خارج السلخانة لأهميتها ، بالإضافة الى أن سوق اللحوم فى مصر تعاني من عدم التنظيم والاختلالات نظرا لأن المستهلك ليس لديه وعى حقيقى بأهمية الذبح السليم والتعبئة والحفظ وهذا ما تعانيه السوق المصرية للحوم .

٣٠٣٠٤٠٥ المجزر أو السلخانة

وهى الجهة الرسمية أمام الدولة لعملية الذبح السليم واعتماد سلامة اللحوم المتداولة ويوجد فى كل مدينة مجزر تقريبا ولكن لا يوجد فى المناطق الريفية أى مجازر ولكن على الجزار أو تاجر التجزئة الذهاب لهذه المجازر فى المدن الرئيسية بالمحافظات ولكن هذا لا يحدث إلا نادراً ، وهو

تابع للطب البيطرى والذى بدوره يتبع وزارة الزراعة ، ويقوم الطب البيطرى فى المناطق الحضرية والريفية بالمرور الدورى على تجار التجزئة والجزار والتأكد من سلامة الذبح وصلاحية اللحوم المتداولة ولكن هذه المتابعة ضعيفة نظراً لإخفاض عدد المتخصصين وزيادة عدد تجار التجزئة ، أيضاً عدم وجود مجازر فى كل قرية وكل مدينة . والسؤال المطروح لماذا لا يتم زيادة عدد المجازر وعدد العاملين فى الطب البيطرى فى الإشراف والرقابة على اللحوم ؟ والاجابة ببساطة أنه من المفروض أن يكون لدى كل تجمع قروى مجزر (وحدة قروية) ولدى كل مدينة مجزر وهذه مسألة ميزانية وهى غير متوافرة، بالإضافة الى عدم اهتمام المستهلك نفسه لهذا الاجراء فالمناطق الريفية تعتمد على الثقة ما بين المستهلك والجزار والمستهلك ليس لديه وعى بأهمية الذبح داخل السلخانة وبأهمية الحفظ الرمى للحوم وبأهمية التعبئة والتغليف للحوم وهذا يساعد على استمرار الوضع على ما هو عليه .

٤٠٣٠٤٠٥ المستهلك

وهو الحلقة الأخيرة المستقبلية للسلعة فى سوق اللحوم، وله - كما سبق ايضاحه - نمط استهلاك محدد بالنسبة للحوم الحمراء واللحوم البيضاء هذا النمط له مواصفات هى : استهلاك اللحوم طازجة- يفضل أن يكون الذبح أمامه غالباً بالنسبة للحوم البيضاء - يعتمد على الثقة ما بين المستهلك وتاجر التجزئة - لا يفضل اللحوم المعبأة أو المغلفة ويفضل أن تكون التعبئة أمامه - يفضل أن يكون تقطيع اللحوم أمامه خاصة اللحوم الحمراء- الوعى الصحى لدى المستهلك بأهمية المواصفات القياسية للحوم غير موجود .

ويرجع هذا النمط الغذائى الى عدم الثقة بين المستهلك وبين عناصر السوق الأخرى وخاصة تاجر التجزئة (الجزار)، بالإضافة الى الاختلافات الكبيرة فى أسعار اللحوم ونوعيتها الموجودة بالأسواق، علاوة على الأمراض التى قد تنقل عن طريق اللحوم للمستهلك . لهذا فإن مستهلك اللحوم غالباً ما يتحرى الدقة الشديدة فى اسلوب استهلاك اللحوم واختيارها والثقة المتبادلة مع تاجر التجزئة (الجزار) .

٤٠٤٠٥ القنوات التسويقية للحوم الحمراء فى مصر

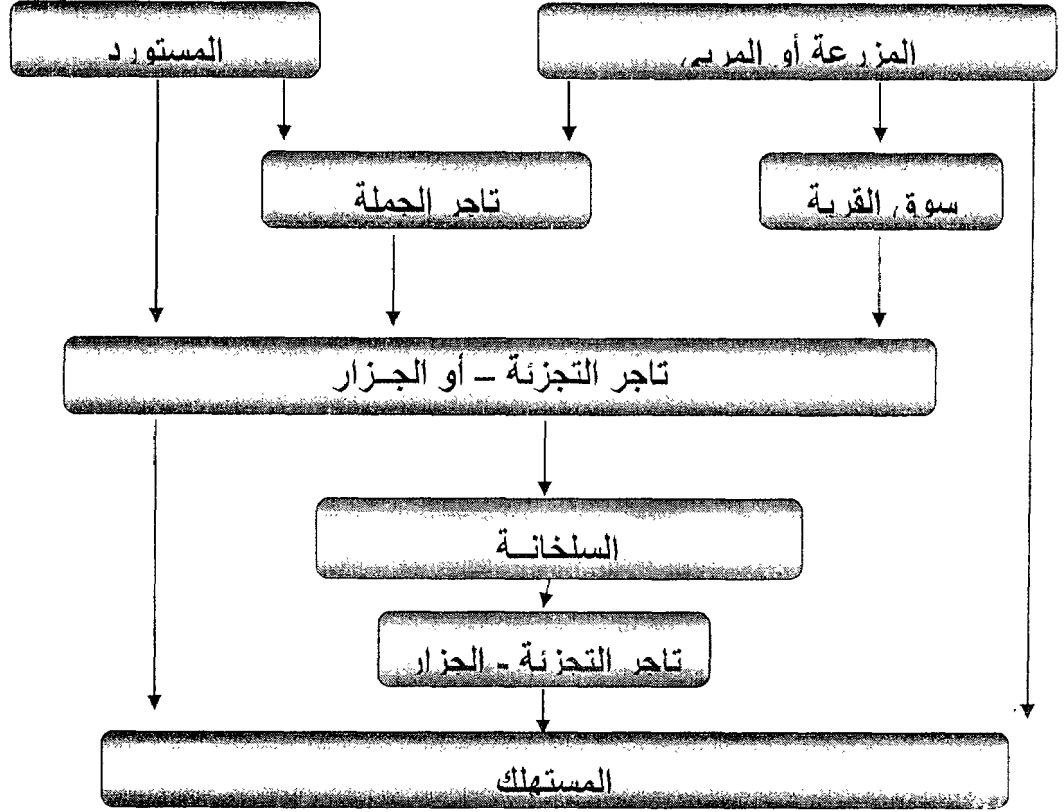
يشير الشكل رقم (٣) الى القنوات التسويقية للحوم الحمراء فى مصر حيث يقوم تاجر الجملة بالشراء من المربي أو من سوق القرية ويحتفظ بالمواشى لديه بعض الوقت ثم يقوم بيعها الى تاجر التجزئة (الجزار) . ثم يقوم الجزار أو تاجر التجزئة بالذهاب بالرووس الى المذبح والسلخانة وتجهيزها واعتمادها ثم يقوم بالبيع مباشرة للمستهلك . وفى بعض الأحيان يقوم تاجر التجزئة بالذبح خارج السلخانة والبيع مباشرة للمستهلك، وهذا غير قانونى لكن لعدم توفر الاعداد الكافية من المجازر قد يتم ذلك مباشرة . وتدخل اللحوم المسالك التجارية إما على شكل لحم مبرد أو لحم مجمد، واللحوم المبردة تعتبر

لحوم طازجة وهى يجب أن تحصل على تبريد فى درجات حرارة ٢-٤م لمدة ٢٤ ساعة قبل أن يستلمها الجزار وهذا شرط من شروط تداول اللحوم حيث يتم فحصها عقب نهاية فترة التيبس الرمى (١) .

ويوجد مجموعة من الصفات الجيدة فى الذبيحة من حيث مكونات الذبيحة وهى : النمو النسبى لأجزاء الذبيحة - نظام توزيع الدهن - الملمس والرخاوة واللون - لكل عنصر من العناصر السابقة نسب محددة يوجد لدى الطبيب البيطرى علم بها ويجب أن توضح لكل ذبيحة، وعلى أى الأحوال فإن عمليات الذبح فى السلخانة أو المجازر التابعة للهيئة العامة للطب البيطرى تعتبر من الخطوات الهامة المطلوب تطويرها لأن هذه المجازر ليس لديها إمكانيات صحية أو وقائية سليمة لعمليات الذبح السليم . فكما نعلم جميعاً أن اللحوم تحتاج الى فترة تبريد بعد الذبح لا تقل عن ٢٤ ساعة وهى ما تسمى بفترة التيبس الرمى والذي بعدها تحتاج أيضاً اللحوم لعملية فحص للتأكد من سلامتها للصحة العامة وهذا لا يحدث نظراً لعدم وجود أى إمكانيات تبريد لدى المذابح . بالإضافة الى ذلك فإن المجازر تدار رسمياً بواسطة الطب البيطرى لكن فى حقيقة الأمر فهى تدار بواسطة الجزارين حيث من يقوم بالذبح والسلخ والتجهيز هو الجزار الاشراف الفنى الكامل من قبل الجزارين بينما الطبيب البيطرى ما هو إلا هيكل موظف يجلس ليتم توريد ما قيمته ٢٩ جنيه على الذبيحة للدولة فقط حيث يجلس مرتدياً بالطو ابيض وبيده دفتر ايصالات يأتى الجزار - تاجر التجزئة بما لديه من ذبائح ليدفع لكل ذبيحة حسب الوزن والنوع رسوم الذبح والذي تتراوح ما بين ٢٠-٣٥ جنيه أى بمتوسط ٢٩ جنيه وبمجرد سداد الرسم أصبح كل شىء تحت سيطرة و سطوة "الجزار" ، ولكن للمحافظة على الشكل العام الرسمى، أصبح الذبح بوجود الطبيب البيطرى وهو مدير المجزر وهو المسئول .

(١) محمد يحيى حسين درويش (دكتور) ، انتاج اللحم ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة .

شكل رقم (٣) : القنوات التسويقية للحوم الحمراء



وتم اجراء مقابلة مع أحد الأطباء البيطريين العاملين بالمجزر الآلى بالقاهرة وكان حوارهم متركزا على الرسوم فقط وعندما سألته عن الصحة العامة للحيوان أكد بلا اهتمام ان هذا شاغلهم الأول وسألنى أأنت صحفى فقلت له لا .. فأطمأن ، وبسؤاله عن الإهمال الذى لاحظته أثناء عملية الذبح والتجهيز فلم يبدى استياؤه ولكن اكد ان الجزار ورجاله يقومون بغسيل اللحوم جيدا وبشكل جيد وبسؤاله عن فترة التيسيس الرمى وأهمية الكشف على صحة اللحوم فلم يعلق وضحك كأننى اتكلم فى موضوع آخر ثم تدارك الموقف وقال انه سوف يضعها فى ثلاجة للصبح وقلت له ماذا لو قرر بيعها أثناء النقل فلم يعلق .

وإذا كان هذا هو حال السلخانة فإليك ما يحدث أثناء النقل من السلخانة الى مراكز البيع فلا يوجد أى سيارات نقل مجهزة ولكن تريسكلات غاية فى الرداءة يتم النقل عليها وترمى اللحوم على أرضية التريسكل أو سيارة نصف نقل وتغطى أو لا تغطى ويتم نقلها حتى تصل الى منافذ البيع للمستهلك ولا يوجد أى وسائل حفظ سليمة لدى منافذ البيع ولكنها ثلاجات لا يوجد بها ضبط لدرجات الحرارة بشكل جيد ، ويعتمد تاجر التجزئة الجزار على سرعة تصريفها للمستهلك وعلى الطلب الشديد والفعال على اللحوم وعدم وعى المستهلك بكل عمليات النقل والحفظ وخلافه ، ولكنه يعتمد على الرؤية بالعين المجردة للجزار وهو يقطع اللحوم " والله خير حافظاً " كما يردد الكثير من السادة القائمين على عمليات تسويق اللحوم . وبالنسبة للمناطق الحضرية لا يوجد سوق قرية ولكن يتم البيع مباشرة من خلال العلاقة بين المستهلك وتاجر التجزئة - الجزار .

٥٠٤٠٥ القنوات التسويقية للحوم البيضاء فى مصر

هى كما يوضحها الشكل رقم (٤) ، حيث يلاحظ فى المناطق الحضرية أن تاجر الجملة يشتري من المزارع لكى يقوم بتوزيعها على تاجر التجزئة ، وكل منهم بدوره يقوم بالذبح والبيع الى المستهلك وتكون العلاقة مباشرة بين تاجر التجزئة والمستهلك فقط . اما فى المناطق الريفية فينتشر المربون كما تنتشر المزارع غالبا ما يلجأ المستهلك للمزرعة ليشتري منها ، وبالتالي يوفر جزءاً من التكاليف التسويقية ، أو قد يشتري المستهلك من تاجر التجزئة الذى غالبا ما يلجأ الى المزرعة مباشرة أو المربين أو من سوق القرية . وأيضا المستهلك قد يذهب مباشرة الى سوق القرية ليشتري احتياجاته ويكون سعره أقل من تاجر التجزئة لأنه يوفر فى التكاليف التسويقية .

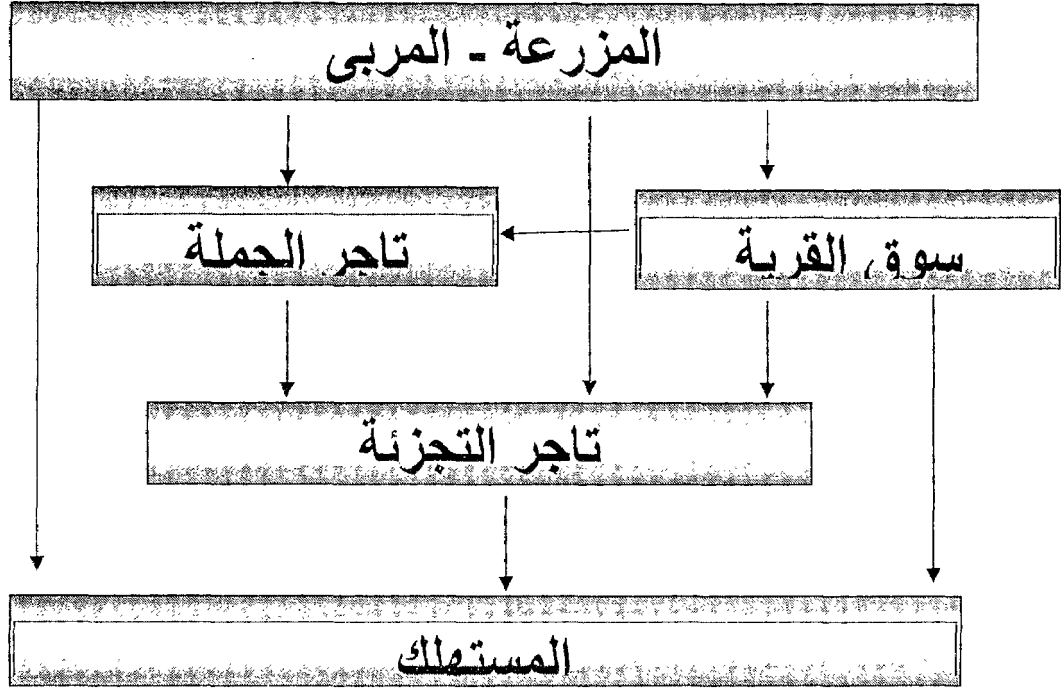
٦٠٤٠٥ التكاليف التسويقية

هى عبارة عن الفرق بين سعر الشراء وسعر البيع لدى تاجر الجملة وتاجر التجزئة والمستهلك وهى تختلف وفقاً للمسافة التى يتم النقل إليها ووفقاً لحلقة البيع . وقد أوضح كثير من الدراسات أن تكلفة التسويق هى عبارة عن جزء من سعر التجزئة . وعديد من الدراسات قامت بتقدير تكلفة التسويق بأنها نحو ٥٠% من السعر الذى يدفعه المستهلك للحصول على السلعة (١) . وتكلفة التسويق تتكون من : مصاريف البيع والاعلان والنقل والترويج والتخزين والتأمين على البضاعة ، ولكن مشكلة تحديد تكلفة التسويق هو ضعف البيانات وعدم القدرة على الحصول عليها من شركات التوزيع نظرا لأنها تعكس أرباح الشركة . ولهذا فإننا فى عديد من مقابلات مع رؤساء الشركات لم نستطيع الحصول على أى أرقام عن التكاليف التسويقية . بالإضافة الى صعوبة الحصول على البيانات ، قد يكون هناك عدم ثقة فى القياس نتيجة لأن بعض بنود التكاليف قد تستخدم فى الانتاج وهى نفسها قد تستخدم فى التسويق .

(١) احمد ابراهيم غنيم (دكتور) ، أساسيات ادارة التسويق الحديث ، دراسة علمية تطبيقية على دولة الامارات العربية والخليج ، دار القلم للنشر ، دبي .

- محمود صادق باززع (دكتور) ، ادارة التسويق ، الجزء الأول ، دار النهضة العربية ، القاهرة .

شكل رقم (٤) القنوات التسويقية للحوم البيضاء في مصر



وعلى هذا فإنه يمكن استخدام مجموعة من المقاييس لتقدير تكلفة التسويق أهمها :

- ١ - تكلفة التسويق الاجمالية = سعر البيع للمستهلك × نسبة تكلفة التسويق
- ٢ - تكلفة التسويق بالنسبة للمنتج = سعر شراء تاجر الجملة - تكلفة الانتاج
- ٣ - تكلفة التسويق بالنسبة لتاجر الجملة = سعر بيعها لتاجر التجزئة - سعر شرائها من المنتج .
- ٤ - تكلفة التسويق بالنسبة لتاجر التجزئة = سعر البيع للمستهلك - سعر الشراء من تاجر الجملة .
- ٥ - تكلفة التسويق الاجمالية = ٢ + ٣ + ٤

وعلى ذلك فإن تكلفة التسويق بالنسبة للحوم ، سواء كانت حمراء أو بيضاء ، تتحدد وفقاً للقناة التسويقية التي تسير بها اللحوم كما تم ايضاحها سابقا . فإذا ذهب المستهلك ليشتري من المزرعة فإن تكلفة التسويق سوف تكون هي عبارة عن الفرق بين سعر المزرعة وتكلفة الانتاج مضاف لها تكلفة الذبح والتجهيز . في حين إذا اشترى المستهلك من تاجر التجزئة فإن الموقف سوف يختلف تماما ، وإذا اشترى المستهلك من تاجر الجملة فإن الموقف لتقدير تكلفة التسويق سوف يختلف أيضا . لهذا فإن تقدير تكلفة التسويق يختلف وفقاً للأسلوب والقناة التسويقية التي تتبع في تسويق اللحوم سواء كانت بيضاء أو حمراء طازجة أو مستوردة . وعلى أي الأحوال فإنها تقدر بالنسبة للحوم بنحو ٣٠% للحوم الحمراء من السعر

الذى يدفعه المستهلك ، ٤٠% بالنسبة للحوم البيضاء من سعر المستهلك وفقاً لنتائج المقابلات التى تم إجراؤها كمتوسط ريف وحضر ولكنها زادت فى الحضر عن الريف بنحو ١٠% تقريباً .

ولكن وفقاً لمراحل التسويق التى تمر بها اللحوم سواء من المنتج الى تاجر الجملة الى المجزر السلخانة الى تاجر التجزئة فإن الموقف يعتبر برمته فى منتهى الصعوبة لكى يمكنك حسابه بدقة فإن التكلفة التسويقية الفعلية هى الفرق ما بين السعر المزرعى وسعر البيع للمستهلك . وهذا فى الحقيقة يحتاج الى استمارة دقيقة وحرفية فى جمع المعلومة ولكن يوجد بعض الشركات القابضة والعاملة فى مجال الصناعة وتسويق اللحوم من الممكن الاستعانة ببياناتها، إلا أنها أيضاً تحتاج الى موافقات عديدة بالإضافة الى أنها تعتمد على موردين وكل مورد له ظروفه الخاصة وترتفع تكلفة التسويق لديها .

٧٠٤٠٥ الطلب على اللحوم فى مصر

تعتبر اللحوم من أهم مصادر البروتين الحيوانى، فنسبة ٣٠% من مكوناتها بروتينية حيوانية مما يجعلها المصدر الأول لتحسين المستوى الغذائى للفرد، فوفقاً لاحتياجات الحد الوقائى الصحى يلزم للإنسان يومياً ٣٣ جرام بروتين حيوانى، يحصل منه فى مصر على حوالى ١٠ جرامات فقط أى ٣٠% من احتياجاته، فى حين أنه يحصل على أسعار حرارية تفوق احتياجاته، وذلك نظراً للأنماط الغذائية غير المتوازنة والتى يتبعها الفرد المصرى .

٨٠٤٠٥ استهلاك اللحوم فى مصر

كما سبق ايضاحه يتم استهلاك اللحوم فى مصر من خلال عدة أشكال أساسية لحوم طازجة حمراء، لحوم طازجة بيضاء، لحوم مستوردة ولحوم مصنعة حمراء أبيضاء، كل نوع من هذه الأنواع له شريحة استهلاكية محددة ولها نمط استهلاكى محدد . وعلى أى الأحوال فإن الكميات المنتجة بالإضافة للكميات المستوردة مطروحاً منها الصادرات إن وجدت تعتبر هى كميات الاستهلاك السنوى، ولكن هذا الاستهلاك يغطى فقط نسبة احتياجات الانسان من البروتين الحيوانى تستكمل فى جزء منها بالبيض والألبان، ولهذا فإننا نجد أن الفرد المصرى يحصل فى المتوسط على نحو ٣٥% من احتياجاته من الحد الوقائى الصحى الذى حددته منظمة الصحة العالمية من البروتين الحيوانى . واستهلاك اللحوم فى مصر كنمط غذائى له طابعه الخاص وله عوامله الذى تؤثر فيه، ولكن عند اجراء مقابلات مع بعض مستهلكى اللحوم الحمراء والبيضاء الطازجة كانت النتائج من عدد ٥٠ مقابلة كالاتى :

- ٩٠% من أفراد العينة أكدوا على أهمية استهلاك كلا النوعين من اللحوم طازجة وأهمية أن يكون التقطيع أمامهم وذبح اللحوم البيضاء أمامهم .

- ١٠% تجاوزوا ذلك وأيدوا استعدادهم لاستهلاك هذه اللحوم من الثلاجات على أن تكون طازجة .
- ٩٠% من مستهلكى الريف رفضوا تعبئة اللحوم الحمراء والبيضاء وأكدوا أنهم إذا ذهبوا ووجدوها كذلك لن يستهلكوها .
- ٧٠% من مستهلكى الحضر اتفقوا على أهمية التعبئة والتغليف والحفظ على أن تكون طازجة .
- ٣٠% من مستهلكى الحضر أكدوا على أهمية أن التعبئة والتغليف أمامهم لعدم الثقة فى تاجر التجزئة .
- ٩٠% من مستهلكى الريف والحضر أكدوا على أهمية وجود أوزان معبأة ولكن تكون أمامهم وعندما يذهب للجزار فإن وجد اللحم معبأً لن يأخذه ، لكن يحدث ذلك فى السوبر ماركت والأماكن الراقية أى لدى المثقفين .
- أكد ٧٥% من مستهلكى اللحوم أن استهلاك اللحوم - بيضاء أو حمراء - يقتطع من الدخل حوالى ٤٠%، بينما ٢٥% أكد أن أكثر من ٥٥% من الدخل يتم إنفاقه على اللحوم .
- أوضحت المقابلات أن ٨٠% من المستهلكين حضر وريف رحبوا بوجود أوزان صغيرة حتى يستطيعوا شراء احتياجاتهم فقط بينما ٢٠% لم يعبأوا بذلك نظرا لان اسرهم كبيرة، وربما يكون ذلك من دواعى التفاخر.
- بسؤال المستهلكين عن زيادة السعر بنحو ١% فى حالة استخدام عبوات جيدة أكد الجميع على أهمية ذلك .
- اللحوم البيضاء والحمراء تستخدم بمعدل ٢ مرة اسبوعيا للحوم الحمراء، وثلاث مرات اسبوعياً للحوم البيضاء، وأن اللحوم المصنعة يتم استخدامها فى وجبات العشاء والأفطار ولكن الوجبات الرئيسية يتم فيها استخدام اللحوم الحمراء والبيضاء طازجة .

وجميع النتائج السابقة تؤكد أهمية اللحوم كمكون أساسى للوجبات الغذائية ويتوقف ذلك بدرجة كبيرة على مستوى دخل الفرد حيث إن نسبة الاتفاق على اللحوم تتراوح ما بين ٤٠-٥٥% من الدخل الفردى . كما يشير جدول رقم (٢٧) الى متوسط نصيب الفرد من اللحوم خلال الفترة ١٩٩٣ حتى ٢٠٠٢ بالكيلو جرام حيث يلاحظ ان نصيب الفرد من اللحوم خلال تلك الفترة تراوح من نحو ٢٦,١ كيلو جرام إلى نحو ٢٢,٩ كيلو جرام عام ٢٠٠٢ بانخفاض بلغ نحو ١٢,٣% ويرجع ذلك الى الزيادة الكبيرة فى عدد السكان والتي بلغت نحو ٤٠% . كما يلاحظ أن الانخفاض كان أكثر فى نصيب الفرد من اللحوم الحمراء والذى انخفض من ١٦,٩ كيلو جرام فى بداية الفترة ليصل الى نحو ١١,٤ كيلو جرام بانخفاض بلغ نحو ٣٢,٥% ، وارتفع نصيب الفرد من اللحوم البيضاء من ٩,٢ كيلو جرام عام ١٩٩٣ ليصل عام ٢٠٠٢ نحو ١١,٥ كيلو جرام بزيادة بلغت نحو ٢٥% ، ويرجع الانخفاض فى اللحوم الحمراء الى الأسباب سابقة الذكر وأهمها ضعف الكفاءة التحويلية لأصناف الحيوانات المصرية وعدم وجود سلالات عالية الانتاجية وارتفاع أعداد السكان بنسب عالية بالإضافة الى النمط الغذائى غير سليم .

جدول رقم (٢٧)

متوسط نصيب الفرد من اللحوم خلال الفترة ١٩٩٤/٩٣ حتى ٢٠٠١

السنة	لحوم حمراء	لحوم بيضاء	الجملة
١٩٩٣	١٦,٩	٩,٢	٢٦,١
٩٤	١٦,٨	٩,٤	٢٦,٢
٩٥	١٦,٢	٩,٨	٢٦
٩٦	١١,٠٤	١٠,٤	٢١,٤٤
٩٧	١٣,٥	١١,١	٢٤,٦
٩٨	١٣,٧	١١,٤	٢٤,٨
٩٩	١٣,٧	٩	٢٢,٧
٢٠٠٠	١١,٢	٨,٤	١٩,٦
٢٠٠١	١١,٤	٨,٨	٢٠,٢
٢٠٠٢	١١,٤	١١,٥	٢٢,٩

المصدر : جدول في الملاحق .

وفى إحدى الدراسات تم تقدير مرونة الطلب السعرية للحوم ومرونة الطلب الداخلية ^(١) وكانت كلاهما -٠,٥٥٤ ، ٠,٦٨٥ وهذا يعنى أن الطلب على اللحوم يتأثر بالدخل أكثر من الأسعار، وأنه فى حالة ارتفاع الأسعار فإن الطلب لا ينقص بنفس نسبة ارتفاع الأسعار بل بأقل منها، بينما فى حالة زيادة الدخل فإن الطلب يزيد ولكن بزيادة أقل من زيادة الدخل، وأن نسبة الانفاق على اللحوم ترتفع وهذا ما أكدته الدراسة الميدانية ، حيث لوحظ أنه بزيادة الدخل فإن الانفاق على اللحوم يرتفع ، وأن نسبة كبيرة من الدخل تصل لأكثر من ٥٠% يتم إنفاقها على اللحوم .

ويشير جدول رقم (٢٨) إلى تقدير الطلب على اللحوم حتى عام ٢٠١٥ حيث يلاحظ أن الطلب على اللحوم يتوقع إرتفاعه تفع من ٣,٢ مليون طن عام ٢٠٠٣ إلى نحو ٩,١ مليون طن عام ٢٠١٥ مما يشير الى تضاعف حجم الطلب على اللحوم حيث تبلغ نسبة الزيادة نحو ١٨٤% ، وهذا يعكس فى حقيقة الأمر زيادة عدد السكان مع انخفاض الكفاءة التحويلية للحيوانات المصرية ، حيث كان معدل نمو الانتاج خلال الفترة ٩٠-٢٠٠٢ أحد القيود فى تقدير الطلب، لهذا فإن انتاج اللحوم فى مصر يجب أن يخضع لبرنامج من الآن لزيادته لسد العجز الشديد والفجوة التى يعانى منها السوق المصرى ، وإن كانت الحكومة

(١) Estimated Compensated , Own price Elasticity and Unconditional Income Elasticity, Author : Antia Regun and Others, USDA, ERS, June ٢٠٠٤ .

الآن بصدد فتح الأسواق السودانية والإثيوبية كمصدر من مصادر استيراد لحوم منخفضة التكاليف إلا أن هذا لا يكفي في ظل الزيادة السكانية واحتياجات سوق اللحوم في مصر .

جدول رقم (٢٨)

تقدير الطلب على اللحوم البيضاء والحمراء حتى عام ٢٠١٥

(ألف طن)

السنة	لحوم حمراء	لحوم بيضاء	الجملة
٢٠٠٣	٢٠٧٦	١٠٩٢	٣١٦٨
٢٠٠٤	٢٢٢٢	١٢٢٧	٣٤٤٩
٢٠٠٥	٢٣٨٠	١٣٧٨	٣٧٥٨
٢٠٠٦	٢٥٤٨	١٥٤٧	٤٠٩٥
٢٠٠٧	٢٧٢٨	١٧٣٨	٤٤٦٦
٢٠٠٨	٢٩٢١	١٩٥٢	٤٨٧٣
٢٠٠٩	٣١٢٧	٢١٩٢	٥٣١٩
٢٠١٠	٣٣٤٩	٢٤٦٢	٥٨١١
٢٠١١	٣٥٨٦	٢٧٦٥	٦٣٥١
٢٠١٢	٣٨٣٩	٣١٠٦	٦٩٤٥
٢٠١٣	٤١١١	٣٤٨٨	٧٥٩٩
٢٠١٤	٤٤٠١	٣٩١٧	٨٣١٨
٢٠١٥	٤٧١٢	٤٣٩٩	٩١١١

المصدر : حُسِبَتْ وَجُمِعَتْ مِنْ خِلَالِ :

جدول رقم (٢٦) من الدراسة .

إعداد السكان وتطورها خلال الفترة ١٩٩١ حتى ٢٠٠٢ .

٩٠٤٠٥ أسعار اللحوم في مصر

الأسعار تعتبر أحد العوامل الهامة المؤثر في الطلب على السلع ، بل والمحددة لهذا الطلب ، وغالباً يمثل السعر أحد المؤشرات الهامة للكثير من السلع الغذائية ، ولكن مع سلعة اللحوم الموقف يختلف ، حيث إن المرونة السعرية للطلب على اللحوم تعتبر متوسطة نظراً لأنها تقدر بنحو -٠,٥٥٤ مما يشير إلى أن تأثر الطلب بالأسعار في اللحوم متوسط ، ولكن من خلال الاستبيان الذي تم إجراؤه نجد أن أسعار اللحوم في مصر تتذبذب وفقاً لتحركات الطلب ، وهذا التذبذب وقي ، فمثلاً تم هذا الاستبيان خلال

شهر رمضان المنصرم ، فوجدنا أن الأسعار ارتفعت من ٢٣ جنيه لتصل الى ٢٥ جنيه للكيلو فى بداية شهر رمضان لتصل فى منتصفه الى ٢٧ جنيه للكيلو وتستقر عند ذلك ، وايضاً الملاحظ ان أسعار الحوم تتوقف على المنطقة التى تعرض بها اللحوم فهى متأثرة أيضاً بالدخل ٠ فعلى سبيل المثال من خلال الاستبيان الذى تم إجراؤه بالمناطق الراقية فى القاهرة وصل السعر الى ٣٦ جنيه للكيلو فى حين فى المناطق الشعبية لم يتعد السعر ٢٨ جنيه للكيلو فى منتصف شهر رمضان ثم بعد انتهاء شهر رمضان استقر عند ٢٧ جنيه للكيلو على المستوى العام للقطيعات الممتازة بينما يقل للقطيعات التى تحتوى على نسبة دهون الى ٢٥ جنيه للكيلو ٠

ولكن يستنتج من ذلك أن أسواق اللحوم ما زالت تحتاج الى دور للدولة حتى تنتهى اختناقاتها وحتى ينمو العرض ويتحسن موقفه لأن الفجوة الكبيرة بين العرض والطلب ، كما سبق ايضاحه ، تعطى مؤشراً الى امكانية التلاعب الشديد بالأسعار خاصة أن اللحوم من سلع التفاخر الاستهلاكى فى بعض المناطق ويستغل ذلك تجار التجزئة بشكل جيد ، كما أنها من السلع الضرورية للاستهلاك التى يجب الاهتمام بتنظيم السوق الخاص بها ويشير جدول رقم (٢٩) الى تحركات الأسعار خلال عامى ٢٠٠٣ ، ٢٠٠٤ ٠

جدول رقم (٢٩)

تحركات أسعار اللحوم خلال عامى ٢٠٠٣ ، ٢٠٠٤

لحوم حمراء	لحوم بيضاء		السنة	
	مزارع	بلدى		
٢٣	٨,٥	٦,٥	يناير / فبراير	٢٠٠٣
٢٥	٩,٥	٨	نوفمبر / ديسمبر	
٢٥	٩,٥	٧,٥	يناير / فبراير	٢٠٠٤
٢٧	١٠,٥	٨,٥	نوفمبر / ديسمبر	

المصدر : الاستبيان ٠

ويلاحظ من هذا الجدول أن متوسط أسعار اللحوم الحمراء قد ارتفع بنسبة ٨% تقريباً فيما بين شهرى رمضان ١٤٢٤ هـ ، و ١٤٢٥ هـ (وقد وقعا فعلاً فى شهرى نوفمبر / ديسمبر لعامى ٢٠٠٣ و ٢٠٠٤) حيث ارتفع هذا المتوسط من ٢٥ جنيه / كيلو إلى ٢٧ جنيه / كيلو فيما بين هذين الشهرين ٠ وأيضاً أسعار اللحوم البيضاء ترتفع فى شهر رمضان وتستمر بعد رمضان تزيد حتى رمضان التالى وهكذا وذلك يدل على مواسم اختناقات الطلب وزيادته التى تؤدى الى ارتفاع الأسعار وتستمر هذه الأسعار للعام القادم لترتفع مرة أخرى ٠ وهكذا يجد المستهلك نفسه أمام ازدياد مضطرد للأسعار فى حين الدخل شبه ثابت لمعظم المستهلكين ، ولهذا نجد أنه على أثر ذلك ، وما أوضحه الاستبيان لأنماط الاستهلاك للحوم ،

أن أفراداً يشترون عظام المواشى فقط ، كما توجد طبقة من المجتمع تعيش على عظام الدواجن حيث كيلو الهيكل العظمى للدجاج بنحو ٢,٥ جنيه، وتوجد طبقة من المجتمع تعيش على الأجزاء الداخلية للدواجن حيث سعر الكيلو ٢ جنيه، وتوجد طبقة من المجتمع تعيش على سقط المواشى . وكثير من الأنماط الغذائية التي أفرزها ارتفاع أسعار اللحوم ومحدودية الدخول ووجود طبقات من المجتمع لا يشعر بها الآخرون . وأعلنت الدولة عن وجود اللحوم المستوردة من السودان بسعر ١٥ جنيه وحاولنا أثناء الاستبيان العثور على مجمع استهلاكى به، هذا النوع من اللحوم الرخيص أو مستهلك استطاع أن يصل إليه هذا اللحم فلم نتمكن ربما لضيق الوقت أو لمحدودية عدد المقابلات التي تمت .

ووفقاً لحجم الطلب المقدر حتى عام ٢٠١٥ فإن احتياجات السوق سوف تصل الى ٩,١ مليون طن، وهذا يتطلب برنامجاً فعالاً سواء كان ذلك لتطوير السلالات المحلية وتحسين الاعلاف خاصة المركزة منها أو تنظيم السوق وتحسين أدائه بشكل جيد مما يساعد على توفير فى جانب العرض وتلبية احتياجات الطلب . لهذا فإن الدراسة توصى بالآتى :

« أهمية تحسين السلالات المحلية من الأبقار والجاموسى المصرى والعمل على زيادة الكفاءة التحويلية لها .

« التركيز على تحسين الأعلاف خاصة المركزة منها وإيجاد البدائل الجيدة لزيادة الأوزان ، خاصة أن مصر لا يوجد لديها مراعى وتحاول تغذية الحيوان طوال العام حتى لا تهدر الانتاج اللحمى له .

« أهمية التركيز على تحسين النمط الغذائى للإنسان وعمل حملة اعلامية لتوجيه الإنسان للنمط الغذائى السليم الذى يقلل من احتياجه واعتماده على اللحوم الحمراء والتركيز على اللحوم البيضاء كبديل جيد مع تقليل الفاقد فى استهلاك اللحوم وفقاً للنمط الغذائى السائد .

« أهمية تنظيم سوق اللحوم خاصة أثناء عمليات الذبح والسلخ وزيادة الرقابة فى المجازر والسلخانات .

« أهمية زيادة عدد المجازر والسلخانات وعملية الرقابة بها .

« أهمية الوسائل التسويقية فى تحسين أداء السوق ورفع كفاءته وإدخال الانتاج الكبير محل الانتاج الصغير مما يساعد على زيادة كفاءة الأداء التسويقى للحوم .

« أهمية التوعية والترشيد بمصادر البروتين الحيوانى الأخرى لتحسين النمط الغذائى للفرد وتقليل الضغط على الاستهلاك اللحوم سواء كانت حمراء أو بيضاء .

« العمل على استمرار تنمية وتحسين جودة انتاج اللحوم البيضاء (الدواجن والأسماك) وتوفير مستلزماته، مع حملات توعية للمستهلكين بجوداتها الغذائية والصحية وأنها بديل جيد للحوم الحمراء .

المراجع

- ١ - ابراهيم سليمان محمد: تقدير نماذج المحاكاه للعرض والطلب لأسواق المنتجات الحيوانية الغذائية ، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعى ، سبتمبر ١٩٩٥ .
- ٢ - بهاء الدين مرسى : دراسة اقتصادية لاستهلاك وانتاج اللحوم فى مصر ، رسالة دكتوراه ، قسم الاقتصاد الزراعى ، كلية الزراعة ، جامعة عين شمس ، ١٩٨٥ .
- ٣ - حمدى عبده الصوالحى : آثار اتفاقية الجات على الواردات الغذائية العربية ، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعى ، ١٩٩٥ .
- ٤ - مجدى محمد خليفة : الطلب على اللحوم ومشكلة نقص الأعلاف فى مصر ، مذكرة خارجية رقم ١٣٤٥ ، معهد التخطيط القومى ، القاهرة ، ١٩٨١ .
- ٥ - ليلى عبد الحليم متولى : دراسة اقتصادية لانتاج وتسويق اللحوم الحمراء فى مصر ، دبلوم معهد التخطيط القومى ، ٢٠٠٢ .
- ٦ - نبيل حبيش : تحرير التجارة الزراعية الدولية وأثرها على بعض المتغيرات الاقتصادية ، المؤتمر الثالث للاقتصاديات الزراعية ، القاهرة ، ١٩٩٤ .

ثانياً : باللغة الانجليزية

7- Estimated Compensated, Own price Elasticity and Unconditional Income Elasticity, Author: Antia Regun and Others, USDA, ERS, June 2004 .

ترجع أهمية الألبان الاقتصادية والغذائية إلى إنها من أهم مكونات الإنتاج الحيواني الذي يمثل احد المكونات الأساسية للإنتاج الزراعي في جمهورية مصر العربية . وساهمت الألبان بحوالي ٥٠% من إجمالي القيمة النقدية للإنتاج الحيواني في مصر عام ٢٠٠٢ . وتعتبر الالبان من أهم مصادر البروتين الحيواني في مصر، ولكن نظرا لزيادة عدد السكان بمعدلات مرتفعة مع عدم مواكبة ذلك بزيادة إنتاج الالبان، لذا فانه يوجد فجوة كبيرة بين حجم الانتاج وحجم الاستهلاك الامر الذي يعطي دراسة سوق الالبان اهمية متزايدة كاحد اسواق السلع الغذائية الرئيسية.

واللبن فضلاً عن أهميته الاقتصادية يعتبر غذاءً كاملاً حيث يحتوي علي ٨٥ عنصراً غذائياً جميعها هامة وحيوية لنمو الإنسان فهو مصدر للبروتين الحيواني مرتفع القيمة الغذائية لاحتوائه علي الأحماض الامينية الضرورية، كما يحتوي علي الأحماض الدهنية الأساسية في دهن اللبن، فضلاً عن ذلك فان اللبن يحتوي علي الأملاح المعدنية والتي أهمها فوسفات الكالسيوم والماغنسيوم والبوتاسيوم ، والفيتامينات اللازمة لجسم الإنسان ومن أهمها فيتامين (أ) ، (ب) المركب لذلك يعتبر اللبن دعامة أساسية في اقتصاديات العديد من الدول سواء المتقدمة الصناعية أو النامية ، ويعتبر مادة خام لكثير من الصناعات الغذائية كالزبد والجبن والمسلّي . ويقاس تقدم الشعوب بما يتناوله الفرد من اللبن ومنتجاته ، ويجمع العلماء علي أهمية اللبن كغذاء سهل الهضم وأنه أرخص من أي غذاء مساو له في القيمة الغذائية ، وأن زيادة استهلاكه تحمي الإنسان من الكثير من الأمراض. وينصح علماء التغذية في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وروسيا ودول السوق الأوروبية المشتركة بالا يقل استهلاك الفرد من اللبن يومياً عن نصف كيلو جرام أي بمعدل ١٨٠ كجم/سنة في صورة لبن أو منتجاته، في حين انه في مصر مازال استهلاك الفرد بعيداً كثيراً عن تلك المعدلات.

ويتناول هذا الفصل القاء الضوء على اسواق الالبان ومنتجاتها والتعرف علي المشاكل والمعوقات التي تحول دون نمو هذه السوق عن طريق تجميع ومعاملة أو تصنيع الكميات المنتجة من الالبان وذلك حتي يتم توفير الشروط الصحية بها والقضاء علي التفاوت الكبير في أسعار الالبان. ويتناول الفصل دراسة هيكل السوق المحلي للالبان ومنتجاتها وحصر المعوقات والمشاكل التي تعوق دون النهوض بها.

١٠٥٠٥ انتاج الالبان في مصر

يوضح الجدول رقم (٣٠) التطور في الانتاج المحلي من الالبان في جمهورية مصر العربية خلال الفترة من ١٩٩٠ الى ٢٠٠٣ من مختلف حيوانات الماشية حيث يلاحظ التزايد المستمر في كمية الانتاج المحلي من الالبان من ٢,٣ مليون طن عام ١٩٩٠ الى نحو ٣,٣ مليون طن عام ١٩٩٧ حتى تجاوز الانتاج ٥,٢ مليون طن عام ٢٠٠٣، كما تزايدت بصورة ملموسة اعداد الحيوانات المزرعية المنتجة للبن