



معهد التخطيط القومى

سلسلة قضايا
التخطيط والتنمية
رقم (٢٩٨)

الممارسات الاحتكارية فى أسواق السلع الغذائية
الأساسية فى مصر

أكتوبر ٢٠١٨

جمهورية مصر العربية – طريق صلاح سالم – مدينة نصر – القاهرة – مكتب بريد رقم ١١٧٦٥

A.R.E Salah Salem St. Nasr City , Cairo P.O.Box : 11765

سلسلة قضايا التخطيط والتنمية
رقم (٢٩٨)
(سلسلة علمية محكمة)



الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

سبتمبر ٢٠١٨

"لم يسبق نشر هذا البحث أو أي أجزاء منه، ويحظر إعادة نشره في أي جهة أخرى قبل أخذ موافقة المعهد".
"الآراء في هذا البحث تمثل رأى الباحثين فقط"

تقديم

تعتبر سلسلة قضايا التخطيط والتنمية أحد القنوات الرئيسية لنشر نتائج معهد التخطيط القومي من دراسات وبحوث جماعية محكمة في مختلف مجالات التخطيط والتنمية. يضم المعهد مجموعة من الباحثين والخبراء متنوعي ومتعددي التخصصات، مما يضيف إلى قيمة وفائدة مثل هذه الدراسات المختلفة التي يتم إجراؤها من حيث شمولية التناول والأخذ في الاعتبار الأبعاد الاقتصادية، الاجتماعية، البيئة، المؤسسية، والمعلوماتية وغيرها لأي من القضايا محل البحث.

تضمنت الإصدارات المختلفة لسلسلة قضايا التخطيط والتنمية منذ بدئها في عام ١٩٧٧ عدداً من الدراسات التي تناولت قضايا مختلفة تفيد الباحثين والدارسين، وكذا صانعي السياسات ومتخذي القرارات في مختلف مجالات التخطيط والتنمية منها على سبيل المثال لا الحصر: السياسات المالية، السياسات النقدية، الإنتاجية والأسعار، الاستهلاك والتجارة الداخلية، المالية العامة، التجارة الخارجية، قضايا التشغيل والبطالة وسوق العمل، التنمية الإقليمية، آفاق وفرص الاستثمار، السياسات الصناعية، السياسات الزراعية والتنمية الريفية، المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مناهج ونماذج التخطيط، قضايا البيئة والموارد الطبيعية، التنمية المجتمعية، قضايا التعليم... الخ.

تتنوع مصادر وقنوات النشر لدى المعهد إلى جانب سلسلة قضايا التخطيط والتنمية، والمتمثلة في المجلة المصرية للتنمية والتخطيط، والتي تصدر بصفة دورية نصف سنوية، وكذلك كتاب المؤتمر الدولي والذي يضم الأبحاث التي تم قبولها أو مناقشتها في المؤتمر، وسلسلة المذكرات الخارجية، وكراسات السياسات، إضافة إلى ما يصدره المعهد من نشرات علمية تعكس ما يعقده المعهد من فعاليات علمية متنوعة.

وفق الله الجميع لما فيه خير البلاد، والله من وراء القصد...

رئيس المعهد

أ.د. علاء زهران

“ موجز ”

تهدف الدراسة إلى الكشف عن مواقع الممارسات الاحتكارية، إن وجدت، على طول المراحل المختلفة للقناة التسويقية لكل من السلع المختارة، ثم إقترح الأدوات التنظيمية والإدارية اللازمة لوقف هذه الممارسات. ولقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات من أهمها: (١) لا وجود للممارسات الاحتكارية على طول القناة التسويقية لكل من السلع المختارة، باستثناء مرحلة سوق الجملة في القناة التسويقية لكل من زيوت الطعام، واللحوم الحمراء، والأسماك حيث وجود الممارسات الاحتكارية بها، كما يستثنى من ذلك أيضاً الممارسات الاحتكارية لشركات إنتاج السكر في علاقاتها الخلفية مع موردي المحاصيل السكرية، (٢) أن الزيادات السعرية التي حدثت في أسواق كل من السكر، وزيوت الطعام في الربع الأخير من عام ٢٠١٦ مرجعها الأساسي هو تخفيض قيمة العملة الوطنية، (٣) إن احتمالات زيادة درجة التركيز، ومن ثم وجود القوة والممارسات الاحتكارية بين المنشآت المشتغلة في إنتاج كل من السكر، وزيوت الطعام، وإنتاج زريعة وأصفيات الأسماك وفي الإستزراع السمكي تعد من الاحتمالات المستقبلية الواردة مع زيادة الطلب على مخرجات هذه الأنشطة، وهو ما يستلزم تحفيز الإستثمار في هذه الأنشطة بإنشاء كيانات جديدة على حساب توسعات الأنشطة المتواجدة منها حالياً، (٤) إن احتمالات تواجد القوة والممارسات الاحتكارية بين مستوردي اللحوم الحمراء تعد من الاحتمالات الواردة مع تواجد ما يسمى " رابطة مستوردي اللحوم الحمراء والدواجن، والتي قد تجعل من الشركات المستوردة أو جانب كبير منها صاحبة قرار واحد وممارسات غير قانونية، (٥) إن تواجد الممارسات الاحتكارية في أسواق الجملة على القنوات التسويقية المشار إليها يعد مؤشراً على أهمية تنظيم هذه السوق وتحديد هيكلها وشفافية بحصر أعداد التجار المتعاملين في هذه السوق، وحصص تعاملاتهم الأسبوعية/ أو الشهرية في السوق، والمخزون وتغيراته وغيرها من المعلومات اللازمة لتسيير العمل بها وشفافية والكشف عن الممارسات الاحتكارية المحتملة... ويدخل في ذلك أيضاً تطوير العمل ببورصة الدواجن وتحسين أداء السماسرة بها، وكذلك في أسواق الجملة للأسماك واللحوم، (٦) قد تتواجد مظاهر السمة الاحتكارية في بعض الأنشطة " أو القنوات التسويقية"، على الرغم من عدم تواجد الممارسات الاحتكارية المقصودة بها، وهو ما قد يعزى في واقع الأمر إلى عوامل أو أسباب إقتصادية أو تنظيمية وإدارية أخرى، ومن ثم الحاجة إلى تطوير بناء الهيكل التنظيمي والإداري لهذه الأسواق، (٧) أهمية الإرتقاء بوعي وثقافة المستهلك نحو أهمية مشاركته في ضبط الأسواق في حالة الإرتقاء المغالي فيه في الأسعار، (٨) أهمية المتابعة والرقابة المستمر على تنفيذ الأحكام والضوابط التي تشتمل عليها التشريعات من قبل المتعاملين في هذه الأسواق من منتجين، ووسطاء وتجار.

الكلمات الدالة:

الممارسات الاحتكارية - قياس الإحتكار - السوق المحلية للسكر - السوق المحلية لزيوت الطعام - السوق المحلية للحوم - السوق المحلية للأسماك.

Abstract

Monopoly Behaviour in The Basic Food Commodities Markets in Egypt

This Study aims to investigate, whether or not monopoly exists along the stages of the marketing chain of the selected commodities. The main derived conclusions and recommendations are: (1) No monopoly behavior along the marketing chain of the selected commodities. The exception to that is the wholesale stage of vegetable oils, red meat, fish markets and sugar companies monopoly in their back relation with sugar crops suppliers, (2) Price increases of sugar and vegetable oils in the last quarter of 2016, due to the national currency devaluation, (3) Potentiality of concentration and monopoly power among firms of sugar, vegetable oils and fish farming may exist with the growing demand on these activities' output. Therefor encouragement of investment in these activities, by creating new firms on the account of the present ones extension, is recommended, (4) Potentiality of monopoly power among meat importers may exist because of their league which enables them to be one decision maker and have the monopoly power, (5) Survey of traders, their market shares, inventories and other information of the whole - sale markets are the basic aspects of these markets development, (6) Activation of legal rules related to food production and marketing is very important in this regard, (7) Raising the consumer awareness to be participator in monitoring and control of the market is expected to play an effective role in stopping monopoly behaviors.

فريق الدراسة

الهيئة العلمية بالمعهد:

(باحث رئيسي)

أ.د. عبد القادر محمد دياب.

أ.د. أحمد عبد الوهاب برانية

أ.د. هدى صالح النمر

أ.د. بركات الفرا

أ.د. نجوان سعد الدين

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
١	مقدمة :
٤	الفصل الأول: مفاهيم أساسية:
٤	أولاً: هيكل (بناء) السوق وتصنيفاته
٦	ثانياً: أسباب الإحتكار
٧	ثالثاً: القوى الإحتكارية فى السوق، ومؤشراتها
١٥	رابعاً: الممارسات الإحتكارية فى الأسواق
١٩	خامساً: جهاز حماية المنافسة
٢٠	الفصل الثانى: السوق المحلية للسكر:
٢٠	(١) مرحلة توريد المواد الخام
٢٥	(٢) سوق المنتج، ومستوردى السكر:
٢٥	(١-٢) المنشآت المصنعة
٢٥	(٢-٢) مستوردى السكر
٢٧	(٣) التركيز ومؤشرات التنافسية فى سوق المنتج وموردى السكر
٢٩	(٤) التوزيع إلى أسواق الجملة والتجزئة، ومؤشرات التنافسية بها
٣١	(٥) الإستخلاصات
٣٢	(٦) التوصيات
٣٣	الفصل الثالث: السوق المحلية لزيوت الطعام:
٣٣	(١) مصادر العرض من البذور الزيتية فى السوق المحلية
٣٧	(٢) صناعة استخراج وتجهيز زيوت الطعام
٤٠	(٣) التوزيع إلى أسواق الجملة والتجزئة
٤٢	(٤) التركيز وقوى السوق (الإحتكار) فى السوق المحلية لزيوت الطعام:
٤٢	(١) فى مرحلة الإنتاج
٤٨	(٢) فى مرحلة تجارة الجملة
٥٣	(٣) فى مرحلة تجارة التجزئة
٥٥	(٥) الإستخلاصات
٥٦	(٦) التوصيات

تابع فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
٦٠	الفصل الرابع: السوق المحلية للحوم:
٦٠	تقديم
٦٠	أولاً : السوق المحلية للحوم الدواجن:
٦١	١ - مرحلة ما قبل التربية والإنتاج:
٦١	(١-١) مزارع إنتاج البيض اللازم لإنتاج الكتاكيت
٦٢	(٢-١) معامل تفريخ البيض
٦٥	(٣-١) صناعة أعلاف الدواجن
٦٦	(٤-١) مؤشرات التركيز والإحتكار في هذه المرحلة
٧٠	٢ - مرحلة الإنتاج:
٧٠	(١-٢) مزارع الإنتاج
٧١	(٢-٢) مؤشرات التركيز والإحتكار في مرحلة الإنتاج
٧٢	٣ - التغيرات السعرية ومؤشرات التنافسية في تجارة الجملة والتجزئة:
٧٢	(١-٣) التغيرات السعرية واتجاهاتها
٧٤	(٢-٣) مرحلة تجارة الجملة
٧٧	(٣-٣) تجارة التجزئة
٨٠	٤ - الإستخلاصات
٨١	٥ - التوصيات
٨٣	ثانياً : السوق المحلية للحوم الحمراء :
٨٣	(١) المسارات التسويقية للحوم الحمراء
٨٤	(٢) مرحلة توريد اللحوم الحية إلى السوق:
٨٤	(١-٢) المزارع المحلية لتربية الحيوانات الحية
٨٥	(٢-٢) مستوردي الماشية الحية واللحوم المجمدة
٨٥	(٣-٢) مؤشرات التركيز وقوى الإحتكار
٨٩	(٣) مرحلة تجهيز اللحوم، والتوريد إلى أسواق الجملة والتجزئة، ومؤشرات التنافسية بها
٩٠	٤ - الإستخلاصات والتوصيات

تابع فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
٩٣	الفصل الخامس: السوق المحلية للأسماك:
٩٣	(١) مصادر العرض من الأسماك
٩٤	(٢) القناة التسويقية للأسماك فى السوق المحلية:
٩٤	(١-٢) مرحلة موردي مدخلات الإنتاج بالمزارع السمكية
٩٨	(٢-٢) سوق المنتج :
٩٨	(١-٢-٢) نظم الإستزراع بالمزارع الحقلية المتخصصة
٩٩	(٢-٢-٢) الإستزراع بنظام الأقفاص
١٠٠	(٣-٢-٢) المصايد البحرية
١٠١	(٤-٢-٢) تسويق المنتج من الأسماك
١٠٣	(٣-٢) أسواق الجملة
١٠٣	(٤-٢) أسواق التجزئة
١٠٣	(٣) مؤشرات التركيز وقوى السوق (الإحتكار فى السوق المحلية):
١٠٣	(١-٣) فى مرحلة ما قبل الإنتاج
١٠٦	(٢-٣) فى سوق المنتج
١١١	(٣-٣) فى سوق الجملة
١١٣	(٤-٣) فى سوق التجزئة (المستهلك)
١١٤	(٤) الإستخلاصات والتوصيات
١١٨	الملخص
١٣٢	المراجع

فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
٢٣	عدد ومساحة الحيازات الزراعية في مناطق زراعة القصب والبنجر في عام ٢٠١٠/٠٩	(١-١)
٢٦	مصانع استخراج وتجهيز السكر من القصب والبنجر في عام ٢٠١٦/١٥	(٢-١)
٢٨	نسب التركيز الصناعي في السوق المحلية للسكر لعام ٢٠١٦/١٥	(٣-١)
٢٨	نسب تركيز موردي السكر في السوق المحلية لعام ٢٠١٦/١٥	(٤-١)
٣٤	مصادر العرض من البذور الزيتية في السوق المحلي في عامي ٢٠١٣، ٢٠١٤	(١-٢)
٣٥	استخدامات المعروض من البذور الزيتية في السوق المحلي في عامي ٢٠١٣، ٢٠١٤	(٢-٢)
٣٦	المساحة المنزرعة والإنتاج من محصولي فول الصويا وعباد الشمس في عام ٢٠١٥/١٤	(٣-٢)
٣٨	نماذج من المنشآت القائمة على استخراج وتجهيز زيوت الطعام في الصناعة المصرية	(٤-٢)
٣٩	مصادر المعروض من زيوت الطعام في السوق المحلية في عامي ٢٠١٣، ٢٠١٤	(٥-٢)
٤٢	أسعار زيت عباد الشمس والزيوت المخلوطة لبعض العلامات التجارية	(٦-٢)
٤٤	أعداد وإنتاج الشركات المنتجة لزيوت ودهون الطعام في عام ٢٠١٦/١٥	(٧-٢)
٤٦	مقياس هرفندل/ هيرشمان، ومقياس جيني للتركز في السوق المصرية لزيوت ودهون الطعام في عام ٢٠١٦/١٥	(٨-٢)
٤٧	التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار منتج الزيوت ودهون الطعام خلال السنوات (٢٠١٣-٢٠١٧)	(١-٩-٢)
٤٧	التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار المستهلك لزيوت ودهون الطعام خلال السنوات (٢٠١٣-٢٠١٧)	(٢-٩-٢)
٥٠	التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار المنتج لزيت عباد الشمس خلال السنوات (٢٠١٣-٢٠١٧)	(١٠-٢)

تابع فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
٥٠	التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار الجملة لزيت عباد الشمس خلال السنوات (٢٠١٦-٢٠١٣)	(١١-٢)
٥٦	التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار المستهلك لزيت عباد الشمس فى السنوات (٢٠١٧-٢٠١٣)	(١٢-٢)
٥٦	التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار المنتج لزيت الذرة فى السنوات (٢٠١٦-٢٠١٣)	(١٣-٢)
٥٧	التغيرات الشهرية والتراكمية لسعر الجملة لزيت الذرة المخلوط للفترة (٢٠١٧-٢٠١٣)	(١٤-٢)
٥٧	التغيرات الشهرية والتراكمية لسعر المستهلك لزيت الذرة المخلوط فى الفترة (٢٠١٦-٢٠١٣)	(١٥-٢)
٥٨	التغيرات الشهرية والتراكمية لسعر المنتج لزيت بذرة القطن خلال السنوات (٢٠١٧-٢٠١٣)	(١٦-٢)
٥٨	التغيرات الشهرية والتراكمية لسعر الجملة لزيت بذرة القطن فى السنوات (٢٠١٧-٢٠١٣)	(١٧-٢)
٥٩	التغيرات الشهرية والتراكمية لسعر المستهلك لزيت بذرة القطن المخلوط خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠١٣)	(١٨-٢)
٦٣	مصادر وكمية المعروض من اللحوم فى السوق المحلية فى السنوات (٢٠١٥-٢٠١١)	(١-٣)
٦٣	عدد مزارع أمهات دجاج التسمين وإنتاجها من البيض فى عام ٢٠١٥	(٢-٣)
٦٤	عدد معامل تفريخ البيض وسعتها الإنتاجية والفعلية فى عام ٢٠١٥	(٣-٣)
٦٥	عدد معامل التفريخ الصناعية وإنتاجها من الكتاكيت فى عام ٢٠١٥	(٤-٣)
٦٦	عدد مصانع أعلاف الدواجن، وإنتاجها من الأعلاف فى عام ٢٠١٥	(٥-٣)
٦٨	مقياس هرفندل/هيرشمان، ومعامل جينى للتركز فى مزارع أمهات تسمين الدجاج لعام ٢٠١٥	(٦-٣)
٦٨	مقياس هرفندل/هيرشمان، ومعامل جينى للتركز لمعامل التفريخ لعام ٢٠١٥	(٧-٣)

تابع فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
٦٩	مقياس هرفندل/هيرشمان، معامل جيني للتركز لمصانع أعلاف الدواجن لعام ٢٠١٥	(٨-٣)
٧١	تقديرات الإنتاج من اللحوم البيضاء في السنوات (٢٠١١-٢٠١٥)	(٩-٣)
٧٥	عدد مزارع إنتاج دجاج التسمين والبلدى المحسن، وإنتاجيتها من الطيور لعام ٢٠١٥	(١٠-٣)
٧٦	مقياس هرفندل/هيرشمان، ومعامل جيني للتركز في مزارع تسمين الدواجن لعام ٢٠١٥	(١١-٣)
٨١	التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار المنتج للحوم الدواجن خلال السنوات (٢٠١٦-٢٠١٣)	(١٢-٣)
٨٢	التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار الجملة للحوم الدواجن خلال السنوات (٢٠١٦-٢٠١٣)	(١٣-٣)
٨٢	التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار التجزئة للحوم الدواجن في السنوات (٢٠١٦-٢٠١٣)	(١٤-٣)
٩١	التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار المنتج للحوم الطازجة المحلية في السنوات (٢٠١٧-٢٠١٣)	(١٥-٣)
٩١	التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار الجملة للحوم البقرى والجاموسى متوسط السن للسنوات (٢٠١٧-٢٠١٣)	(١٦-٣)
٩٢	التغيرات السعرية الشهرية والتراكمية في سوق المستهلك للحوم الأبقار والجاموس متوسط السن في السنوات (٢٠١٧-٢٠١٣)	(١٧-٣)
٩٢	التغيرات السعرية الشهرية والتراكمية في سوق المستهلك للحوم الأبقار المجمدة المستوردة في السنوات (٢٠١٧-٢٠١٣)	(١٨-٣)
٩٥	الإنتاج المحلى، والواردات، والصادرات من الأسماك في السنوات (٢٠١٣-٢٠١٥)	(١-٤)
٩٥	الإنتاج المحلى من الأسماك وفقاً لمصادره المختلفة في السنوات (٢٠١٣-٢٠١٥)	(٢-٤)
٩٦	الإنتاج من أهم أصناف الأسماك وفقاً لمصدرها في عام ٢٠١٥	(٣-٤)

تابع فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
١٠٠	مساحة وإنتاج المزارع السمكية الأهلية فى المحافظات خلال عام ٢٠١٥	(٤-٤)
١٠٢	عدد وحدات الصيد الآلية المشتغلة بالمصايد البحرية وإجمالى إنتاجها، ومتوسط إنتاجيتها من الأسماك حسب مواقع الإنزال فى عام ٢٠١٥	(٥-٤)
١٠٥	عدد مصانع أعلاف الأسماك وإنتاجها وإنتاجيتها فى عام ٢٠١٢	(١-٦-٤)
١٠٥	مؤشرات التركيز فى صناعة أعلاف الأسماك لعام ٢٠١٢	(٢-٦-٤)
١٠٧	عدد مفرخات ومراكز تجميع الزريعة وإنتاجها من الزريعة والأصبعيات فى عام ٢٠١٥	(١-٧-٤)
١٠٨	مقياس هيرشمان، ومعامل جينى للتركز فى صناعة إنتاج وتجميع زريعة وأصبعيات الأسماك خلال عام ٢٠١٥	(٢-٧-٤)
١١٠	أعداد المزارع الحقلية للأسماك فى محافظات الأسكندرية، والبحيرة، وكفر الشيخ، والإسماعيلية، ودمياط، وبورسعيد، والسويس، والفيوم وإنتاجها فى عام ٢٠١٥	(١-٨-٤)
١١٠	مؤشرات التركيز فى مزارع الإستزراع الحقلى لعام ٢٠١٥	(٢-٨-٤)
١١٢	مؤشرات التركيز فى صناعة الصيد البحرى فى عام ٢٠١٥	(٩-٤)
١١٥	التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار المنتج لأسماك البلطى فى السنوات (٢٠١٦-٢٠١٣)	(١-١٠-٤)
١١٥	التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار الجملة لأسماك البلطى فى السنوات (٢٠١٦-٢٠١٣)	(٢-١٠-٤)
١١٦	التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار المستهلك لأسماك البلطى فى السنوات (٢٠١٦-٢٠١٣)	(٣-١٠-٤)
١١٦	التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار المنتج لأسماك البياض فى السنوات (٢٠١٦-٢٠١٣)	(٤-١٠-٤)
١١٧	التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار الجملة لأسماك البياض فى السنوات (٢٠١٦-٢٠١٣)	(٥-١٠-٤)
١١٧	التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار المستهلك لأسماك البياض فى السنوات (٢٠١٦-٢٠١٣)	(٦-١٠-٤)

" مقدمة "

(١) أهمية الدراسة :

واجهت الأسواق المصرية، ومن بينها أسواق السلع الغذائية، في الآونة الأخيرة موجات من التضخم وبمعدلات كبيرة كان مبررها تحرير سعر الصرف وتخفيض قيمة العملة الوطنية، إلا أن ذلك لم يكن المبرر الوحيد حيث أن هناك من الآراء التي ترى في وجود الاحتكار مشاركاً في ذلك، ومن بين المؤشرات الدالة على ذلك، وخاصة في أسواق السلع الغذائية، إختفاء السلع ونُدرة المعروض منها في الأسواق، وعلى نحو ما عبرت عنه مشاهدات الواقع آنذاك. ولقد ساعد على ذلك غياب معرفة المؤسسات المعنية بمواقع هذه الاحتكارات (إن وجدت) داخل القنوات التسويقية للسلع الغذائية، أو المعرفة بالأسباب الأخرى المشاركة في هذه الموجات التضخمية.

وتأتى أهمية هذه الدراسة، مع العمل باقتصاديات السوق، من أهمية وجود الأسواق المنظمة والمكتملة للمقومات اللازمة لأدائها لوظائفها بكفاءة وفاعلية وغياب القوى الاحتكارية بها، وبما يمكن آليات السوق الحرة من العمل بكفاءة وتحقيق أفضل النتائج الاقتصادية وتحقيق العدالة فيما بين كل من المنتج والمستهلك والأطراف الأخرى المتعاملة في هذه الأسواق في تحمل تكاليف وظائف السوق وإقتسام منافعه. ومن هنا أيضاً تأتى أهمية الدراسة بالنسبة للمؤسسات المعنية بتنظيم وتسيير عمل هذه الأسواق، بالكشف عن مواقع الاحتكار (إن وجد) داخل القناة التسويقية إلى جانب الكشف عن الأسباب والعوامل الأخرى المشاركة في وجود التضخم، واقتراح السياسات والأدوات التنظيمية والمؤسسية اللازمة لوقف الممارسات الاحتكارية وتسيير العمل داخل هذه الأسواق، وبما يحقق الكفاءة الاقتصادية والأهداف الاجتماعية المنشودة منها.

(٢) المشكلة البحثية:

تتمثل المشكلة البحثية للدراسة في قصور المعلومات والمؤشرات حول الأسباب المسؤولة عن ما شهدته أسواق بعض المجموعات السلعية الغذائية من إرتفاع ملحوظ في الأسعار في الشهور الأخيرة من عام ٢٠١٦، وعن حقيقة الأوضاع والممارسات الإحتكارية، إن وجدت، في هذه الأسواق ومدي مسئوليتها عن ذلك، وأين تتواجد هذه الممارسات أو غيرها من الأسباب الأخرى على طول القنوات التسويقية لهذه السلع.

(٣) أهداف الدراسة :

يعد الكشف عن تواجد القوى الاحتكارية (إن وجدت) ومواقع تواجدتها على طول القناة التسويقية للسلع المختارة (السكر، وزيت الطعام، واللحوم، والأسماك) وصور الممارسات الاحتكارية المحتملة في هذه المواقع، وأسبابها ثم اقتراح الأدوات والسياسات اللازمة لمعالجة هذه الأسباب ومنع هذه الممارسات هو الهدف الأساسي للدراسة. وللوصول إلى تحقيق هذا الهدف تأتي الأهداف التفصيلية للدراسة ممثلة فيما يأتي:

(٣-١) تعيين خصائص السلع الغذائية المستهدف دراسة أسواقها من منظور درجة تجانسها ووجود البدائل السلعية الأخرى المنافسة لها، لما يعبر عنه ذلك من تحديد لمستوى قدرات القوى الاحتكارية في السوق على أداء ممارستها الاحتكارية.

(٣-٢) تعيين القنوات التسويقية للسلع المختارة، وتحديد بناءها الهيكلي من منشآت وأطراف أخرى، ودور كل منها تمهيداً لتحديد مواقع ودرجة تركيز القوى الاحتكارية في القناة التسويقية للسلعة الغذائية المختارة.

(٣-٣) فحص وتحليل العلاقة التنظيمية ودرجة التناسق فيما بين مفردات البناء الهيكلي للقناة التسويقية للسلعة، واستخلاص درجة التكامل الرأسى أو الأفقى بها وما إذا كان لذلك من تأثير على وجود القوى والممارسات الاحتكارية في سوق السلعة الغذائية تمهيداً لتطوير هذه العلاقة وبما يفيد في وقف الممارسات الاحتكارية.

(٣-٤) استخلاص المواقع والمعوقات التي تحول دون الدخول (أو الخروج) من سوق السلعة الغذائية المستهدفة إلى جانب العوامل والمتغيرات الأخرى المؤثرة على سلوكيات المنشآت والأطراف الممثلة في القناة التسويقية تمهيداً للوصول إلى مقترحات للتغلب على هذه المواقع والمعوقات وتطوير سلوكيات الأطراف الممثلة للقناة التسويقية للسلعة وفي اتجاه وقف الممارسات الاحتكارية بها.

(٣-٥) تقدير وتحليل التغيرات السعرية للسلعة المختارة على المسار العمودي للقناة التسويقية من المنتج إلى سوق الجملة ثم إلى سوق التجزئة، وتقدير معدل نفاذ هذه التغيرات من مستوى إلى آخر، واستخلاص المؤشرات الدالة على تنافسية وكفاءة الأسواق أو ضعف المقومات اللازمة لذلك أو وجود القوى الاحتكارية بها، وذلك تمهيداً لربط هذه المؤشرات بالمؤشرات المستخلصة من الأهداف السابقة (٣-١/٣-٤)، وبغرض استخلاص النتائج فيما يتصل بوجود الممارسة الاحتكارية بالسوق من عدمه.

(٣-٦) تقديم مقترح بالسياسات والأدوات الموصى بها لوقف الممارسات الاحتكارية وزيادة فاعلية التنافسية في أسواق السلع المختارة.

وأخيراً يجدر بالدراسة الإشارة إلى أن ما تهدف إليه هو الكشف عن صور السمة العامة للممارسة الاحتكارية، وليس الممارسات الاحتكارية غير القانونية بصورها المختلفة.

(٤) المنهج البحثي :

تقوم منهجية الدراسة على التحليل الوصفي والاقتصادي للعوامل والمتغيرات الحاكمة والمؤثرة على أداء أسواق السلع الغذائية لوظائفها مع القياس بالواقع الفعلي في هذه الأسواق مع استخدام أسلوب القياس الكمي باستخدام النماذج الملائمة كلما كان ذلك ممكناً. وأعتمدت الدراسة وبدرجة أساسية على ما أمكن توافره لها من بيانات ومعلومات منشورة بمصادرها الرسمية، وكذلك على ما توافر لها من نتائج بحوث ودراسات سابقة.

(٥) الإطار التفصيلي للدراسة:

تضمنت الدراسة خمسة فصول رئيسية، تناول **الفصل الأول** منها: مفاهيم أساسية متصلة بموضوع الدراسة، حيث تناول هيكل (بناء السوق)، وتصنيفاته، ثم أسباب الإحتكار، والقوى الإحتكارية في السوق ومؤشراتها وطرق قياسها ودلالاتها وينتهي بالإشارة إلى الممارسات الإحتكارية في الأسواق كما حددها القانون المصري لحماية المنافسة. أما **الفصل الثاني**: فتناول دراسة السوق المحلية للسكر على طول قنواته التسويقية بدءاً من مرحلة ما قبل الإنتاج (توريد المواد الخام) ثم مرحلة الإنتاج، ومروراً بسوق الجملة وإنهاء بسوق التجزئة، لينتهي باستخلاص النتائج والتوصيات، بينما تناول **الفصل الثالث**: دراسة السوق المحلية لزيت الطعام على طول القناة التسويقية لها وينتهي أيضاً باستخلاص النتائج ثم التوصيات. كما تناول **الفصل الرابع**: دراسة السوق المحلية للدواجن واللحوم الحمراء، وعلى طول القناة التسويقية لها ولينتهي أيضاً باستخلاص النتائج والتوصيات حول هذه السوق، ثم يأتي **الفصل الخامس**: ليتناول دراسة السوق المحلية للأسماك وعلى طول قنواتها التسويقية أيضاً وبدءاً من مرحلة ما قبل الإنتاج، وإنهاء بسوق التجزئة ثم استخلاص النتائج والتوصيات.

الباحث الرئيسي

أ.د. عبد القادر دياب

الفصل الأول : مفاهيم أساسية "

يتناول هذا الفصل بعض المفاهيم الأساسية حول الإحتكار، والقوي الإحتكارية بالأسواق، وفي إطار ما يفيد أهداف الدراسة في تحليلها للأسواق السلعية المستهدفة، ودون الدخول في تفصيلات نظريتها الاقتصادية، كما يتضمن أيضاً بإيجاز الإشارة إلى الممارسات الإحتكارية التي يتوقع أن تتواجد بالأسواق من قبل الأفراد أو الشركات العاملة بها، وذلك على النحو الوارد فيما يلي:

أولاً: هيكل (تركيبة) السوق وتصنيفاته:

ويتضمن السمات التنظيمية التي تحدد العلاقات فيما بين المتعاملين في السوق، حيث تحدد علاقة البائعين في السوق بعضهم ببعض، كما تحدد علاقة المشتريين في السوق بعضهم ببعض، فضلاً عن تحديد علاقة البائعين بالمشتريين، وكذلك بالأطراف الأخرى المتعاملة في السوق (وسطاء، وكلاء... إلخ). فالعلاقة بين مجموعة البائعين تعد علاقة تنافسية حيث يسعى كل فرد أو هيئة تصريف منتجاته بأفضل الأسعار وأكبر كمية، بممارسات مقابل ممارسات الأفراد أو الهيئات المناظرة لها داخل نفس المجموعة. كذلك أيضاً تعد العلاقة بين مجموعة المشتريين علاقة تنافسية حيث يسعى كل طرف منها الحصول على المنتج المطلوب بالكميات المرغوبة وبأقل الأسعار في ضوء ممارسات الأطراف الأخرى داخل هذه المجموعة... أما العلاقة بين مجموعة البائعين، ومجموعة المشتريين فتتمثل في المساومة فيما بينهما، وبعد الاتصال وإبداء الرغبة بالبيع والشراء، لتحديد شروط التبادل وتقدير السعر والمواصفات وغيرها.

وتتأثر تصرفات الأطراف المتعاملة في السوق بالسمات المتعددة المميزة لتركيبية السوق والتي تختلف من سوق إلى آخر، والتي يغلب تصنيفها إلى حالات أربع وهي:¹

(١) المنافسة الكاملة: وهي حالة تقع على أحدي طرفي سلسلة الأشكال المختلفة للأسواق، والتي

تتميز بالمواصفات التالية:

- كثرة أعداد البائعين والمشتريين بالسوق، حيث يمثل كل منهم جزءاً هامشياً من السوق، ومن ثم لا يؤثر قراره على تحديد سعر السلعة موضوع التداول.
- تجانس السلعة المعروضة بالسوق.
- حرية الدخول والخروج من السوق دون أي معوقات.
- توافر المعلومات الكاملة أمام البائع والمشتري عن مواصفات وأسعار السلعة.

(٢) الإحتكار المطلق (أو التام) (Pure monopoly): وهي حالة تتواجد على الطرف الثاني

لسلسلة الأشكال المختلفة للأسواق، ومن مواصفاتها:

¹ - William j.Bauml and Alans. Blinder, Economics principles and policy, The Dryden press,usA,1979.

- وجود منتج أو مورد واحد للسلعة.
 - عدم وجود بديل قريب لسلعة المحتكر.
 - وجود الأسباب التي تمنع احتمالات وجود منافس (عوائق للدخول أو الخروج من السوق).
- إن هذه الحالة قد تتواجد على جانب توريد أو بيع السلعة، كما قد تتواجد أيضاً على جانب شراءها، حيث وجود مشتري واحد. ويعد المحتكر هو صانع السعر في السوق.
- (٣) **إحتكار القوة:** وهى حالة يتواجد بها أكثر من بائع أو مورد (أو مشتري) وبعدد قليل يستحوذ على حصة كبيرة من السوق، ويبيعون سلع مماثلة مع اختلافات طفيفة- ومن مواصفات هذه الحالة.
- إن كل منشأة تراقب وبغناية قرارات نظائرها من المنشآت الأخرى، وتضع استراتيجيات مضادة ويغلب، وكنتيجة لذلك أن تكون المزاومة فيما بينها شديدة ومباشرة ويصعب التنبؤ بنتائجها.
 - قد يتواجد بين هذه المنشآت من يمارس تعظيم أرباحه أو مبيعاته ويتجاهل العلاقات المتبادلة ما بين هذه المنشآت.
 - قد تلجأ هذه المنشآت إلى تكوين كارتل، ومن ثم تماثلها مع حالة الاحتكار التام.
 - قد يتواجد ما يمكن تسميته بالقيادة السعرية، حيث تحدد أحدي المنشآت سعر السلعة وتتبعها المنشآت الأخرى في الأخذ بهذا السعر.
 - تتواجد العلاقات المتبادلة بين المنتجين في السوق.
 - وجود الحوافز (أو الدافع) لدى هذه المنشآت على الاتفاق فيما بينها على البيع بسعر معين أو اقتسام السوق فيما بينها.
 - إن المنافسة بين هذه المنشآت ليست بالمنافسة السعرية، بل هى منافسة فيما يميز مبيعاتها من السلعة بمواصفات شكلية أخرى مثل التغليف أو خدمات ما بعد البيع.
- (٤) **المنافسة الاحتكارية:** وهى حالة يتواجد بها عدد كبير نسبياً من المنشآت، وتقترب مواصفاتها من مواصفات حالة المنافسة الكاملة باستثناء تجانس السلعة المنتجة والمباعة حيث توصف بما يلى:
- تعدد المشاركين في السوق حيث وجود عدد كبير من البائعين والمشتريين الصغار.
 - حرية الدخول، والخروج من السوق.
 - توافر المعلومات الكاملة أمام البائعين والمشتريين.
 - السلع المباعة غير متجانسة إلى حد ما (في الجودة، التعبئة، خدمات ما بعد البيع) ومن ثم يأتى إهتمام المشتري بمواصفات السلعة المباعة من كل بائع.
 - مع غياب التجانس التام في السلعة المباعة من بائع إلى آخر، فإن المنشآت المتواجدة قد تبقى على جزء من قواها الإحتكارية في السوق.

- إن أسعار السلعة المباعة غير معطاه أو مفروضة على المنتج أو البائع.

ثانياً: أسباب الإحتكار: تكتسب المنشآت قواها الإحتكارية من السوق، أساساً، من وجود العوائق

أو الموانع التي تحول دون دخول المنافسين إلى السوق، والتي يغلب تحديدها فيما يلي:¹

١. قيود أو موانع قانونية: كأن تمنح الدولة حق الإنتاج أو التوريد لسلعة ما لمنشأة أو طرف معين دون غيرها.
٢. حق الإمتياز أو الابتكار: والذي يعد مانعاً قانونياً للدخول إلى السوق، حيث تمنح الدولة حقوق الإنتاج للمخترع أو المبتكر لمنتج ما ولفترة محددة تشجيعاً للابتكارات والاختراعات الجديدة، وهو ما يمثل نوعاً من الحماية، ووضعاً إحتكارياً للمنشأة صاحبة الإبتكار طول هذه الفترة.
٣. التحكم في الموارد أو المدخلات النادرة: فالمنشأة أو الطرف المتحكم في المورد أو المدخل النادر اللازم لإنتاج السلعة يستطيع أن يصنع لنفسه وضعاً احتكارياً في السوق.
٤. موانع أو عوائق متعمدة من قبل بعض المنشآت أو الأطراف المتعاملة في السوق بغرض استبعاد المنافسين أو الحد من المنافسة، وذلك بإتباع ممارسات غير قانونية لوجود اتفاقات غير قانونية، وبالغش والخداع، وممارسات منهي عنها...ألخ.
٥. الاحتياجات من رأس المال: فالعمليات الإنتاجية التي تستلزم استثمارات كبيرة من رأس المال، قد لا تشجع على دخول منشآت جديدة إلى السوق لارتفاع درجة المخاطرة.
٦. إقتصاديات الحجم: فإنتاج الأحجام الكبيرة من السلعة قد يكون من العوامل المساعدة على تخفيض تكلفة الوحدة المنتجة منها، حتى مع كبر التكلفة الأولية الإستثمارية للمنشأة، قد يعطى المنشأة الإحتكارية ميزة على المنافسين، حيث يكون المحتكر في وضع يمكنه من تخفيض السعر إلى مستوي أدنى من تكلفة التشغيل لدي الداخلين الجدد إلى السوق، ومن ثم منعهم من المنافسة.
٧. التفوق التكنولوجي للمنشأة: فالمنشأة ذات الخبرة الواسعة في إستخدام التكنولوجيات المتطورة والتي تتخطى مستوي خبرات المنشآت المنافسة المحتملة، قد تبقى لنفسها وضعاً احتكارياً في السوق، ولو لفترة من الزمن، حيث إمكانية إنتاجها للسلعة بتكلفة أقل.
٨. غياب السلع البديلة: حيث يستند المحتكر على إنتاج أو بيع السلع التي لا يوجد لها بديل قريب منها، إذ أن غياب هذا البديل يجعل من الطلب على السلعة بالسوق طلباً غير مرناً نسبياً، ومن ثم تمكين المحتكر من تحقيق أرباح غير عادية.

¹ - William,& Alans.,Economics principles and policy, opcit, pp271-272.

ثالثاً: القوة الإحتكارية في السوق، ومؤشراتها:

تعتبر القوة الإحتكارية في السوق عن قدرة المنشأة على زيادة سعر السلعة المباعة إلى مستوى أعلى عن التكلفة الحدية، ودون أن تفقد جميع عملاءها، حيث لديها القدرة على تغيير شروط التبادل وتحديد السعر أو الكميات المباعة (وليس كليهما معاً) وبما يمكنها من تحقيق مكاسب غير عادية. فالمنشأة أو الطرف المحتكر يعد هو صانع السعر، وذلك عكس الحال في حالة المنافسة والتي تعد فيها الأطراف المتنافسة مستقبلية للسعر المحدد عن طريق تفاعل قوى كل من العرض والطلب على المستوى الكلى. ومع ذلك تظل القدرة الإحتكارية للمنشأة محدودة بجانب الطلب على السلعة في السوق، حيث تواجه بمنحنى طلب سالب ومنحدر، وليس بمنحنى طلب غير مرن تماماً كما في حالة المنافسة الكاملة، وهو ما ينشأ عنه فقدانها لبعض العملاء مع زيادة أسعارها. ومن ثم منحني الطلب على منتج المنشأة، وهيكلاً تكاليف إنتاجها بمثابة العوامل الأولية المحددة للقوة الإحتكارية للمنشأة في السوق.^١ ولقياس القوة الإحتكارية في السوق، هناك من المؤشرات التي تستخدم لهذا الغرض، والتي يمكن إيجازها فيما يلي:

١- التركز السوقي: ويقوم هذا المؤشر على النظر إلى التوزيع العددي للمنشآت المتعاملة في السوق، ونصيبها في السوق أو في الصناعة بمنظور حجم المبيعات أو عدد العمالة أو الاستثمار، أو الإنتاج، وبعد ترتيب هذه المنشآت وفقاً للحجم من الأكبر إلى الأصغر، يتم تحديد النسبة الأكبر أربع أو ثمان منشآت، وقد تصل إلى ٢٠ منشأة في بعض الحالات، وذلك بالقياس إلى إجمالي السوق أو الصناعة، وتقوم فلسفة هذه النظرة على أن السوق أو الصناعة ذات التركيز الأعلى بين البائعين تتمكن من الحصول على أسعار أعلى وتحقيق أرباح أكبر عنه في حالة السوق أو الصناعة ذات التركيز الأقل، ومن ثم تستخدم هذه النظرة لقياس القوة الإحتكارية أو السوقية التي تمارسها المنشآت أو الأطراف الكبيرة. ومن المؤشرات التي تستخدم لهذا القياس:

(١-١) نسبة نصيب الأربع أو الثمان منشآت الأكبر من إجمالي السوق أو الصناعة بالمقارنة بباقي المنشآت حيث إذا ما وصلت هذه النسبة إلى ٥٠% في حالة المنشآت الأربع أو أكثر من ٧٠% في حالة المنشآت الثمان كان ذلك مؤشراً على وجود تركيز غير مرغوب فيه، حيث تتحكم هذه المنشآت في نشاط السوق بالنسب المرتفعة المشار إليها.. وتعد هذه النسبة من المؤشرات السريعة للحكم على القوة الإحتكارية في السوق. وتصنف مستويات التركيز وفقاً لهذه النسبة إلى أربع مستويات تبدأ بالمستوى القريب من الصفر، وبما يشير إلى وجود التركيز بنسبة هامشية، ومن ثم وجود المنافسة الكاملة، أما المستوى الثاني، وفي حالة الأربع منشآت، فيتراوح مداه ما بين الصفر - ٤٠% ويصنف على أنه منخفض التركيز وبما يشير إلى أن ممارسات هذه المجموعة من الشركات في السوق تتراوح ما بين المنافسة الكاملة وإحتكار القلة، أما المستوى الثالث فتتراوح نسبة التركيز فيه ما بين ٤٠%-٧٠%، ومن

^١ - [https:// en, Wikipedia-org/wiki/monopoly](https://en.wikipedia.org/wiki/monopoly).

ثم تأتي احتمالات تصنيف هذه الصناعة بحالة إحتكار القلة، بينما يأتي المستوي الرابع لهذه النسبة بمدى يتراوح ما بين ٧٠%-١٠٠% ومن ثم تصنيف الممارسات المحتملة لهذه المجموعة من الشركات بحالة تتراوح ما بين إحتكار القلة، والإحتكار التام..

ومن المآخذ على هذه النسبة أنها لم تأخذ في حسابها أنصبة المنشآت أو الأطراف الأخرى في السوق، كما لا تعكس التباينات في حجم المنشآت إلى جانب نقص الكثير من التفاصيل حول تنافسية السوق أو الصناعة، ولهذا تعد هذه النسبة كمؤشر تقريبي لبيان الطبيعة الإحتكارية ودرجة التنافسية في الصناعة أو السوق.

(٢-١) مقياس هيرفندل - هيرشمان: وهو مؤشر ينظر إلى النشاط الكلي للسوق أو الصناعة، وأعداد ونشاط كل من المنشآت أو الأطراف المشتغلة بها وحيث تعطى أوزاناً أكبر للمنشآت أو الأطراف الكبيرة.. وبحسب هذا المؤشر بجمع مربعات الوزن النسبي لحصص كل من المنشآت من إجمالي نشاط السوق أو الصناعة ومثال ذلك، إذا ما افترض وجود سوق تعمل به خمس منشآت، والوزن النسبي لحصة كل منها في إجمالي النشاط به بلغ نحو ٣٠%، ٢٥%، ٢٠%، ١٥%، ١٠%، فإن قيمة هذا المؤشر

$$= (٣٠)^2 + (٢٥)^2 + (٢٠)^2 + (١٥)^2 + (١٠)^2 = ٩٠٠ + ٦٢٥ + ٤٠٠ + ٢٢٥ + ١٠٠ = ٢٢٥٠$$

وتقوم فلسفة هذا المؤشر على أنه في حالة سوق أو نشاط الإحتكار الكامل حيث وجود منشأة واحدة تستحوذ على ١٠٠% من النشاط، فإن قيمة هذا المؤشر تبلغ أقصاها وبما يساوي $(١٠٠)^2 = ١٠٠٠٠$ ، أما في حالة المنافسة الكاملة حيث وجود عدد كبير من المنشآت، ويصل نصيب كل منها في إجمالي نشاط السوق أو الصناعة نسبة صغيرة قد تقترب من الصفر، فإن القيمة الإجمالية لهذا المؤشر تصل إلى أدنى حدودها، وبما يقترب من الصفر أيضاً.. ففي سوق أو صناعة يبلغ عدد المنشآت المشتغلة بها ٥٠٠ منشأة وحصة كل منها في إجمالي النشاط تبلغ ٠,٢%، فإن قيمة هذا المؤشر

$$= (٠,٢)^2 \times ٥٠٠ = ٢٠$$

وعليه فإذا بلغت قيمة هذا المؤشر مستوي مرتفع في سوق أو صناعة ما كان ذلك مؤشر على وجود التركيز غير المرغوب في هذا السوق أو الصناعة، وذلك على عكس إقترابه من المستويات الصغيرة، والتي قد تعكس حالة وجود المنافسة الكاملة... وفي هذا الشأن جاءت ملحوظة لدليل حديث حول اندماج المنشآت في إنجلترا لتقترح أنه إذا ما بلغت قيمة هذا المؤشر بما يزيد عن ٢٠٠٠ في سوق أو صناعة ما فيمكن توصيفها على أنها سوق أو صناعة عالية التركيز غير المرغوب.^١

إن الجودة والدقة المميزة لهذا المؤشر عنه في حالة النسبة البسيطة المشار إليها من قبل تتضح إذا ما حسب هذا المؤشر لأربع أسواق يتواجد في كل منها ٤ منشآت وتتساوي جميعها في قيمة هذا المؤشر وبقية تبلغ ٩٠%، بينما يتحكم في النسبة الباقية ١٠ منشآت وبحصة ١% لكل منها وذلك على النحو الوارد في المثال الافتراضي بالجدول التالي:

^١ - <https://www.tutor2u.net/economics/reference/market-concentration>.

المنشأة الأسواق	حصة المنشآت الأربع (%)						حصة المنشآت العشر الأخيرة	نسبة هيرفندل/هيرشمان
	(١)	(٢)	(٣)	(٤)	جملة			
١	٧٠	١٠	٦	٤	٩٠	١٠	٥٠٦٢	
٢	٥٠	٢٠	١٢	٨	٩٠	١٠	٣٠٩٠	
٣	٤٠	٢٥	٢٠	٥	٩٠	١٠	٢٦٦٠	
٤	٣٥	٢٥	٢٠	١٠	٩٠	١٠	٢٣٦٠	

إن مدي هذا المؤشر يتراوح ما بين الصفر عند حده الأدنى في حالة وجود عدد كبير من المنشآت ومن ثم المنافسة الكاملة، ١٠٠٠٠ عند حده الأعلى في حالة الإحتكار الكامل، حيث وجود منشأة واحدة، ويصنف هذا المدي وبشكل عام إلى أربع مستويات يبدأ الأول منها بقيمة قريبة من الصفر في حالة المنافسة الكاملة، أما المستوي الثاني وبقيمة أقل من ١٥٠٠، فيشير إلى عدم التركيز في هذه الحالة، بينما يأتي المستوي الثالث والذي يتراوح مداه ما بين ١٥٠٠-٢٥٠٠ فيعبر عن التركيز المتوسط أو المعتدل، ثم المستوي الرابع، فيأتي بقيمة أعلى من ٢٥٠٠ ويعبر عن التركيز العالي في السوق أو الصناعة.

(٣-١) **معامل جيني:** وهو مقياس يقوم على المقارنة فيما بين التوزيع الفعلي لمتغير ما، والتوزيع المتساوي لنفس المتغير، والذي يغلب استخدامه في قياس مدي عدالة توزيع الدخل، وإن بدأ استخدامه لنفس الغرض في مجالات أخرى، ومن بينها قياس التركيز في الصناعة أو الأسواق... ويستمد معامل جيني فكرته من منحني لورنز، حيث يحسب بقسمة المساحة المحصورة بين منحني لورنز وخط المساواة على إجمالي مساحة المثلث تحت خط المساواة.

$$\text{معامل جيني} = \frac{\text{المساحة المحصورة بين منحني لورنز وخط المساواة}}{\text{إجمالي مساحة المثلث تحت خط المساواة}}$$

هذا ويصاغ هذا المعامل في صورة نسبة مئوية يتراوح مداها ما بين الصفر (في حالة وجود المنافسة الكاملة حيث وجود عدد كبير من المنشآت وتطابق منحني لورنز مع خط المساواة) والواحد الصحيح (في حالة الإحتكار التام حيث وجود منشأة واحدة، وتطابق منحني لورنز على الضلع العمودي والأفق للمثلث).

هذا ونقاس قيمة هذا المعامل بصيغ مختلفة تستند على فكرة النسبة التجميعية التراكمية لحصص المنشآت والأطراف المتعاملة في السوق في إجمالي الإنتاج أو المبيعات في السوق أو في غيرها من المؤشرات (الاستثمار، العمالة) وبعد ترتيب هذه الحصص ترتيباً تصاعدياً من القيمة الأصغر إلى الأكبر، وذلك مقابل النسبة التراكمية التجميعية لأعداد المنشآت والأطراف المتعاملة في السوق، وذلك على النحو المبين بالمثال الافتراضي بالجدول، والشكل التالي حيث يفترض في هذا المثال وجود سوق افتراضية تبلغ أعداد المنشآت المتعاملة فيه عدد (١٠)، كما يبلغ حجم التعاملات فيه ٣,٥ مليون وحدة، وتتناسمها هذه المنشآت بالمقادير والنسب المبينة بالجدول المشار إليه، حيث يمكن بيان خطوات تحديد شكل منحني لورنز، والمساحة الإجمالية تحت خط المساواة في هذا المثال على النحو الوارد فيما يلي:^(١)

(١) ترتيب حصة كل من المنشآت المتعاملة في السوق ترتيباً تصاعدياً من القيمة الأصغر إلى القيمة الأكبر، وذلك مقابل عدد المنشآت المتعاملة في السوق.

(٢) تحسب نسبة حصة كل من المنشآت المتعاملة في السوق في إجمالي حجم التعاملات في السوق، مقابل نسبة تمثيل المنشأة في إجمالي عدد المنشآت المتعاملة في السوق.

(٣) يحسب التكرار النسبي التراكمي لأعداد المنشآت (أو الأطراف) المتعاملة في السوق، والذي ينتهي بمجموع = ١٠٠

(٤) يحسب التكرار النسبي التراكمي لحصص المنشآت المتعاملة في السوق والذي ينتهي بمجموع = ١٠٠

(٥) تسجيل التكرار النسبي التراكمي لأعداد المنشآت على المحور الأفقي والذي يبدأ من النقطة صفر، وينتهي بالنقطة ١٠٠

(٦) تسجيل التكرار النسبي التراكمي لحصص المنشآت على المحور الرأسي والذي يبدأ من النقطة صفر (عند التقاءه بالمحور الأفقي) وينتهي بالنقطة ١٠٠

(٧) من الخطوة (٥)، والخطوة (٦) يتم الوصول إلى شكل مربع طول كل من أضلاعه الأربع = ١٠٠، ومساحته = ١٠٠ × ١٠٠ = ١٠٠٠٠

(٨) ترسيم قطر المربع والذي يبدأ من أحد أركانه الفردية إلى الركن الفردي المقابل، أو من الركن الثنائي للمربع إلى الركن الثنائي المقابل، والذي يعبر عن خط المساواة لحصص التعاملات في السوق.

(٩) بترسيم قطر المربع، ينقسم الشكل المربع إلى مثلثين متساويان في المساحة، وكل منهما قائم الزاوية، ومن ثم تحسب مساحته (½ القاعدة × الارتفاع) بما يساوي ٥٠٠٠ وحدة (½ × ١٠٠ × ١٠٠).

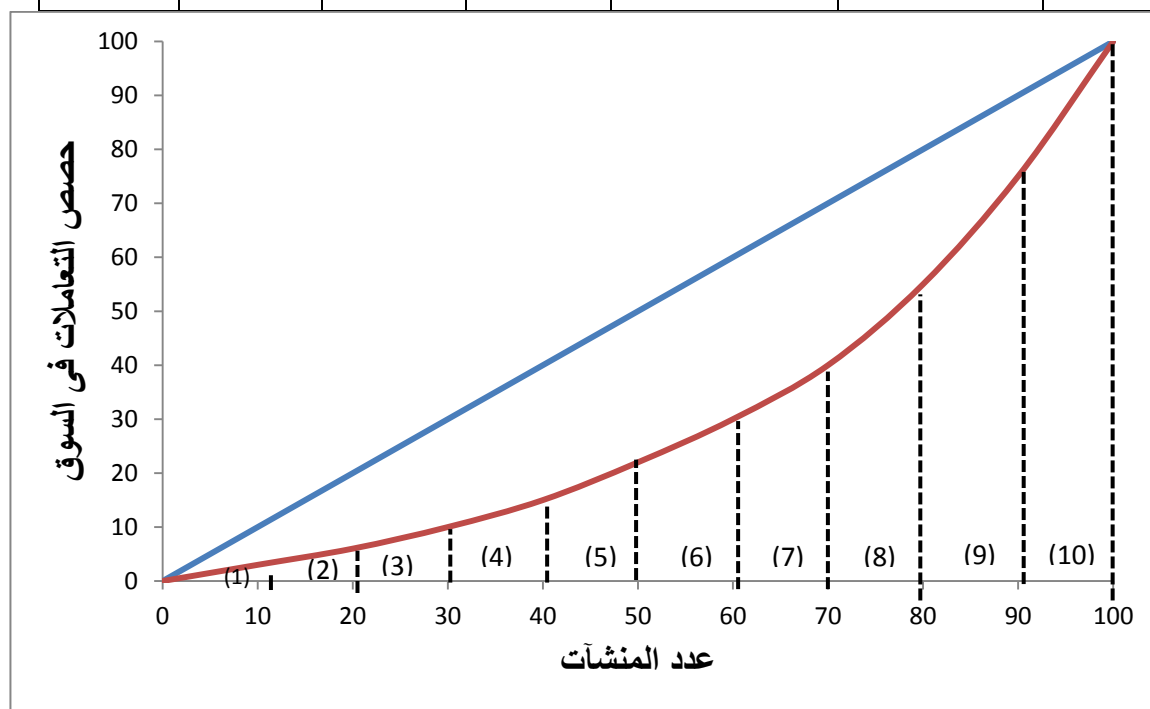
^(١)FAO, inequality analysis, the Gini index, Roma, 2005.

(١٠) يتم ترسيم منحنى لورنز داخل أى من المثلثين بالشكل المربع من خلال توصيل نقاط التقاطع ما بين نقاط التكرار النسبى التراكمى لأعداد المنشآت على المحور الأفقى، مع نقاط التكرار النسبى التراكمى لحصص التعامل فى السوق على المحور الرأسى، وذلك على النحو المبين بالجدول، والشكل المشار إليهما.

مثال إفتراضى لسوق يبلغ عدد المنشآت المتعاملة فيه عدد (١٠) منشأة،

وحجم التعامل السلعى به ٣,٥ مليون وحدة

أسماء المنشآت	عدد المنشآت	حصص التعامل فى السوق (ألف وحدة)	الوزن النسبى (%)		التكرار التراكمى الصاعد	
			للعدد	للحاصل	للعدد	للحاصل
١-	١	١٠٥	١٠	٣	١٠	٣,٠
٢-	١	١٠٥	١٠	٣	٢٠	٦,٠
٣-	١	١٤٠	١٠	٤	٣٠	١٠
٤-	١	١٧٥	١٠	٥	٤٠	١٥
٥-	١	٢٤٥	١٠	٧	٥٠	٢٢
٦-	١	٢٨٠	١٠	٨	٦٠	٣٠
٧-	١	٣٥٠	١٠	١٠	٧٠	٤٠
٨-	١	٥٢٥	١٠	١٥	٨٠	٥٥
٩-	١	٧٠٠	١٠	٢٠	٩٠	٧٥
١٠-	١	٨٧٥	١٠	٢٥	١٠٠	١٠٠
جملة	١٠	٣٥٠٠	١٠٠	١٠٠		



مثال إفتراضى لمنحنى لورنز

والآن كيف تحسب المساحة المحصورة بين منحني لورنز وخط المساواة (مساحة التركيز) ثم معامل جيني؟ ... وتأتي الإجابة على ذلك، وفي أبسط الصور، فيما يمكن بيانه في الخطوات التالية:

(١) تبدأ أولى الخطوات بحساب المساحة تحت منحني لورنز بأى من مثلثي المربع، ومن الملاحظ أن هذه المساحة تتشكل من مجموعة من الأشكال الفردية مضلعة الشكل يحدد كل منها نقاط التقاطع على محور لورنز، للتكرار التراكمي لأعداد المنشآت على المحور الأفقى مع التكرار التراكمي لحصص تعاملات المنشآت على المحور الرأسى. وتبدأ أولى هذه الأشكال ومن نقطة الصفر بمثلث يعقبه مجموعة من شبه المنحرف والتي تتباين فيما بينها من حيث المساحة، حيث تحسب مساحة كل من هذه الأشكال ثم جمعها للوصول إلى إجمالى المساحة تحت منحني لورنز بالمثلث، حيث تتساوى مساحة أى من هذه الأشكال بحاصل ضرب (الارتفاع × متوسط ضلعي قاعدة شبه المنحرف)، وحيث يمثل الارتفاع فى الفرق ما بين قيمة الصف الثانى، وقيمة الصف الأول السابق له فى قائمة التكرار التراكمي لعدد المنشآت لكل شبه منحرف، كما يتمثل متوسط ضلعي قاعدة شبه المنحرف فى مجموع، الضلع الأعلى الممثل فى قيمة الصف الأول من قائمة التكرار التراكمي لحصص التعامل فى السوق، والضلع الأسفل الممثل فى قيمة الصف التالى من قائمة هذه التكرارات مقسوماً على العدد (٢). ويمكن بيان وحساب ذلك بالاستعانة بالجدول، والشكل المشار إليهما، وعلى النحو الوارد فى الجدول التالى:

حساب المساحة تحت منحني لورنز بالمثلث المبين بالشكل

مسلسل	الأجزاء المساحية (المثلث، ومجموعة شبه المنحرف)	القاعدة (١)	الارتفاع* (٢)	المساحة (٢×١)
(١)	مساحة الجزء (١) (المثلث)	$١,٥ = ٢ ÷ (٠+٣)$	$١٠ = ٠ - ١٠$	١٥
(٢)	مساحة الجزء (٢) (شبه منحرف)	$٤,٥ = ٢ ÷ (٦+٣)$	$١٠ = ١٠ - ٢٠$	٤٥
(٣)	مساحة الجزء (٣) (شبه منحرف)	$٨ = ٢ ÷ (١٠+٦)$	$١٠ = ٢٠ - ٣٠$	٨٠
(٤)	مساحة الجزء (٤) (شبه منحرف)	$١٢,٥ = ٢ ÷ (١٥+١٠)$	$١٠ = ٣٠ - ٤٠$	١٢٥
(٥)	مساحة الجزء (٥) (شبه منحرف)	$١٨,٥ = ٢ ÷ (٢٢+١٥)$	$١٠ = ٤٠ - ٥٠$	١٨٥
(٦)	مساحة الجزء (٦) (شبه منحرف)	$٢٦ = ٢ ÷ (٣٠+٢٢)$	$١٠ = ٥٠ - ٦٠$	٢٦٠
(٧)	مساحة الجزء (٧) (شبه منحرف)	$٣٥ = ٢ ÷ (٤٠+٣٠)$	$١٠ = ٦٠ - ٧٠$	٣٥٠
(٨)	مساحة الجزء (٨) (شبه منحرف)	$٤٧,٥ = ٢ ÷ (٥٥+٤٠)$	$١٠ = ٧٠ - ٨٠$	٤٧٥
(٩)	مساحة الجزء (٩) (شبه منحرف)	$٦٥ = ٢ ÷ (٧٥+٥٥)$	$١٠ = ٨٠ - ٩٠$	١٨٥
(١٠)	مساحة الجزء (١٠) (شبه منحرف)	$٨٧,٥ = ٢ ÷ (١٠٠+٧٥)$	$١٠ = ٩٠ - ١٠٠$	١٨٧٥
	الإجمالى			٣٠٦٠

* يلاحظ أن الارتفاع لكل من هذه الأجزاء يتساوى مع الوزن النسبى للمنشأة فى إجمالى عدد المنشآت ومن ثم يمكن استخدامه وبشكل مباشر فى حساب المساحة.

(٢) تحسب المساحة ما بين منحني لورنز، وخط المساواة بطرح المساحة تحت منحني لورنز بالمثلث

(٣٠٦٠) من مساحة المثلث البالغة (٥٠٠٠) وحدة، حيث تساوى ١٩٤٠ وحدة.

(٣) يحسب معامل جيني بقسمة المساحة تحت منحني لورنز على مساحة المثلث:

$$\text{معامل جينى} = \frac{1940}{5000} = 0,388 = 38,3\%$$

هذا وهناك من الطرق الأخرى لحساب هذا المعامل، وإن كانت في أغلبها تتركز في حساب المساحة تحت منحني لورنز، كما انها تصل في النهاية إلى نتائج متساوية، ومن ثم يجدر بالدراسة الإشارة إلى أن الطريقة المشار إليها، وبما تتضمنه من خطوات تعد هي المستخدمة في حساب هذا المعامل في الأسواق المستهدفة بالدراسة ... وهنا أيضاً يجدر التنويه إلى أن الكثير من الباحثين يرون أن معامل جينى بقيمة تعامل ٠,٤٠ (٤٠%) له دلالة على تواجد التنافسية وبفاعلية في السوق أو الصناعة.^(١)

٢- **مقياس ليرنز (Lerner) ومرونة الطلب:** من مفاهيم النظرية الإقتصادية تعظيم المنشأة لأرباحها عند نقطة تساوي الإيراد الحدي مع التكلفة الحدية، كما يتساوي الإيراد الحدي مع سعر السوق في حالة وجود المنافسة الكاملة، ويزداد عن سعر السوق في وجود الحالة الاحتكارية وفي إطار هذه المفاهيم يحاول هذا المؤشر قياس القوة السوقية التقليدية مباشرة بطرح التكلفة الحدية للمنشأة من السعر الذى تباع به ثم القسمة على السعر الذى تباع به، ومع وجود الفارق الموجب كان ذلك مؤشراً على زيادة الإيراد الحدي عن سعر السوق - عند نقطة توازن المنشأة - وتحقيق المنشأة لأرباح غير عادية، ومن ثم وجود الحالة الإحتكارية، ومع تساوي السعر الذى تباع به المنشأة مع التكلفة الحدية كان ذلك مؤشراً على وجود المنافسة الكاملة... ومن ثم تتراوح قيمة هذا المؤشر ما بين الصفر - في حالة وجود المنافسة الكاملة، وبين الواحد الصحيح في حالة وجود الإحتكار التام.

$$\text{وفي إطار المعرفة يتساوي الإيراد الحدي مع حاصل ضرب السعر} \times \left(1 + \frac{1}{\text{مرونة الطلب}}\right)$$

تأتى الصيغة الرياضية لمؤشر ليرنز لتخلص إلى أنه يساوي مقلوب المرونة السعرية للطلب على السلعة بإشارته السالبة $\frac{1}{M}$ ، حيث $M = \text{المرونة} \dots$

ومع ذلك فيواجه هذا المؤشر بكثير من الصعوبات النظرية والعملية في حسابه وفي استخدامه للتعبير عن القوة الشرائية، ومن بين هذه الصعوبات صعوبة تقدير التكلفة الحدية، والمرونات السعرية.

٣- **مؤشرات أخرى :** هناك من المؤشرات الأخرى لقياس القوي الإحتكارية بالأسواق ومن بينها مؤشر Bain، والذي يركز على الأرباح غير العادية للمنشأة كدليل على وجود الحالة الإحتكارية، ومن ثم الحاجة إلى بيانات كثيرة لقياسه مثل السعر، والكمية، وتكاليف الإنتاج الجارية، وإهلاك رأس المال

^(١)R.O. Abila and others, Analysis of Competition in the wholesale and retail markets for fish, in Kisumu Kenya, marina and fisheries research institute, Nairobi, Kenya, 1997>

الثابت، وتكلفة الفرصة البديلة لأصول المنشأة، وكذلك الحال أيضاً بالنسبة لبعض المؤشرات الأخرى، والتي يستبعد ذكرها في حالة الدراسة الحالية، حيث تستبعد تحليل أي من هذه المؤشرات على مستوى أي من المنشآت المتعاملة في السوق، وقصر تحليلها على البعض من المؤشرات الأخرى على المستوى الكلي للسوق.

٤- **انتقال التغيرات السعرية:** إن الانتقال السعري وتغيراته على طول المسار التسويقي للسلعة، ومن مستوى إلى آخر (وفيما يعرف بالانتقال العمودي من المنتج إلى المستهلك أو من المستهلك إلى المنتج)، أو الانتقال من موقع إلى آخر على نفس المستوى (وفيما يعرف بالانتقال الأفقي) إنما له دلالاته على سلوكيات وردود أفعال المتعاملين في السوق عند مستوى أو موقع معين إستجابة لسلوكيات الآخرين عند مستوى وموقع آخر.... فقد تتجه التغيرات السعرية إلى الانتقال بسرعة وبكاملها وإلى حد كبير في حالة السلع التي تتداول في قنوات تسويقية تتوافر بها شروط التنافسية بدرجة عالية، عنه في حالة السلع التي يتم تداولها في قنوات تسويقية لا تتوافر فيها شروط التنافسية بدرجة كافية، والتي قد يتمكن بعض الأطراف المشاركة في تسويقها من ممارسة درجة غير مألوفة من قوة السوق... ولهذا يأتي الاهتمام بدراسة عملية انتقال التغيرات السعرية، وخاصة تلك الانتقالات غير المتطابقة والتي قد تنطوي على وجود بعض الأطراف التي لا تستفيد، وعلى سبيل المثال، من تخفيض السعر (المشتريين) أو زيادته (البائعين) بنفس درجة استفادتها في حالة وجود الانتقال المتطابق لنفس التغيرات السعرية. كما أن الانتقال غير المتطابق قد يكشف عن فشل السوق حيث ظهور القوة الاحتكارية.

ويقاس حجم الاستجابة عند أي من المستويات المختلفة للسوق، والناشئة عن قدر معين من التغير السعري عند مستوى آخر، كقيمة مطلقة أو كنسبة مئوية من السعر قبل الاستجابة، ويشار إلى ذلك عادة بدرجة نفاذ السعر من خلال المقارنة ما بين نسبة التغير في السعر عند مستوى معين، ونسبة التغير في السعر عند المستوى الآخر بعد الإستجابة، حيث تشير، وعلى سبيل المثال، درجة نفاذ السعر من المنتج إلى المستهلك بنسبة ١٠٠% إلى تساوي النسبة المئوية للتغير في السعر عند مستوى المنتج، مع النسبة المئوية للتغير في سعر التجزئة. حيث تقاس درجة نفاذ السعر من المنتج إلى المستهلك، وعلى سبيل المثال، بناتج قسمة نسبة التغير في سعر التجزئة على نسبة التغير في سعر المنتج. وهنا أيضاً قد تختلف سرعة نفاذ التغيرات السعرية من موقع إلى آخر حيث قد لا يحدث انتقال هذه التغيرات بدرجة فورية، بل قد يكون هناك درجة من التباطؤ، تبعاً لردود أفعال الأطراف المشغلة في السوق، حيث قد تبدأ الاستجابة عند الموقع الأخير متأخرة بعض الوقت، كما أنها قد تمتد على طول فترة أخرى من الوقت حتى اكتمال الانتقال الكلي أو الجزئي للتغير في السعر عند الموقع الأخير.

هذا وللتغيرات والمعايرة السعرية إتجاهاتها، حيث تبدأ التغيرات السعرية عند طرف على طول القناة التسويقية، وتنتهي بالمعايرة السعرية عند طرف آخر منها، فقد يبدأ التغير السعري في سوق المنتج ثم يليه المعايرة السعرية في سوق الجملة ثم في سوق التجزئة، وقد يبدأ هذا التغير في سوق التجزئة ثم يليه المعايرة السعرية في سوق الجملة ثم في سوق المنتج. ولهذا التغيرات ومعدل نفاذها من موقع إلى آخر دلالاتها بالنسبة لتواجد حالة المنافسة في السوق (وفي أي من مستوياته) من عدمه... فمع تساوي نسبة التغير في السعر التابع. مع نسبة التغير في السعر المستقل، وبمعنى نفاذ التغيرات السعرية بنسبة ١٠٠%، كان لذلك دلالاته على وجود حالة المنافسة الكاملة عند موقع السعر التابع، أما إذا كانت نسبة التغير في السعر التابع أكبر من نسبة التغير في السعر المستقل ومن ثم نفاذ التغيرات السعرية بمعدل أكبر من ١٠٠% (أو الواحد الصحيح) كان ذلك مؤشراً على احتمالات وجود قوة السوق وحالة الاحتكار في موقع السعر التابع، وقد يشارك في ذلك عوامل وأسباب أخرى مثل سلوكيات المستهلك وإدارة المخزون وغيرها.^١ ولكل ما سبق يأتي مؤشر معدل نفاذ التغيرات السعرية من موقع إلى آخر على المسار التسويقي بالأسواق المستهدفة من الدراسة من بين المؤشرات التي تستند إليها الدراسة في الكشف عن احتمالات وجود حالة الإحتكار في أي من هذه الأسواق من عدمه.

رابعاً: الممارسات الاحتكارية في الأسواق كما حددها القانون المصري لحماية المنافسة **(رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥):^٢**

في غياب البيئة التنافسية الكاملة في الأسواق تسعى القوة الاحتكارية إلى تحقيق مكاسب غير عادية من خلال كثير من الممارسات والتي قد تأتي بصورة فردية أو بالاتفاق فيما بين أكثر من طرف، والتي يمكن أن توصف على أنها غير قانونية، وقد ينطوى الكثير منها على التواطؤ فيما بين بعض الأطراف أو التحايل والغش والخداع، وهي ممارسات تتنافى مع مبادئ السوق التنافسية الكاملة. فقد تنطوي هذه الممارسات على اتفاق المنشآت أو الأفراد على اقتسام الأسواق أو تحديد الأسعار، أو الحد من الإنتاج أو التمييز السعري بين الأسواق ومجموعات المستهلكين، أو غيرها من الممارسات الأخرى غير المقبولة أو المرفوضة قانونياً.

هذا وبغرض حماية المنافسة في الأسواق المحلية المصرية جاء القانون رقم (٣) لسنة ٢٠٠٥، ولائحته التنفيذية متضمناً الاتفاقات والممارسات المحظورة، وبعد تعريفه للأطراف، والسوق المقصودة بالقانون، والسيطرة عليها، وعلى نحو ما يمكن إيجازه فيما يلي:

١ - لمزيد من التفصيل أنظر: معهد التخطيط القومي، السوق المحلية للسلع الغذائية (جوانب القصور والتطوير)، مجلد رقم (٢٦٢)، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية، القاهرة، ٢٠١٤.

٢ - جهاز حماية المنافسة، قانون رقم (٣) لسنة ٢٠٠٥ بإصدار قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، القاهرة، ٢٠٠٥.

(١) الأطراف المقصودة بالقانون: وهم الأشخاص الطبيعيون، والأشخاص الاعتبارية، والكيانات الاقتصادية والاتحادات، والروابط، والتجمعات المالية، وتجمعات الأشخاص على اختلاف طرق تأسيسها، وذلك أيا كانت طرق تمويلها أو جنسياتها أو مراكز إدارتها أو المراكز الرئيسية لأنشطتها. وتضم في ذلك الأطراف المرتبطة المكونة من شخصين أو أكثر لكل منها شخصية قانونية مستقلة تكون غالبية أسهم أو حصص أحدها مملوكة مباشرة أو بطريق غير مباشر للطرف الآخر أو تكون مملوكة لطرف واحد. كما تضم هذه الأطراف أيضاً الشخص أو الأشخاص الخاضعون للسيطرة الفعلية لشخص آخر، والتي يقصد بها كل وضع أو اتفاق أو ملكية لأسهم أو حصص أيا كانت نسبتها، وذلك على نحو يؤدي إلى التحكم في الإدارة أو في اتخاذ القرارات.

(٢) السوق المعنية: ويقصد بها السوق التي تقوم على عنصرين، وهما :

(أ) المنتجات المعنية: وهي المنتجات التي يعد كل منها، ومن وجهة نظر المستهلك، بديلاً

عملياً وموضوعياً لبديل آخر. ويؤخذ في هذا التحديد وبالأخص بأى من المعايير التالية:

- تماثل المنتجات في الخواص وفي الاستخدام.
- مدى إمكانية تحول المشتريين عن المنتج إلى منتج آخر نتيجة التغير النسبي في السعر أو في أى عوامل تنافسية أخرى.
- ما إذا كان البائعون يتخذون قراراتهم التجارية على أساس تحول المشتريين عن المنتجات إلى منتجات أخرى نتيجة التغير النسبي في السعر أو في العوامل التنافسية الأخرى.
- السهولة النسبية التي يمكن بها للأشخاص الأخرى دخول سوق المنتج.
- مدى توافر المنتجات البديلة أمام المستهلك.

(ب) النطاق الجغرافي: وهو المنطقة الجغرافية التي تتجانس فيها ظروف التنافس، حيث يؤخذ

في هذا الشأن فرص التنافس المحتملة، وأى من المعايير التالية:

- مدى القدرة على انتقال المشتريين بين مناطق جغرافية نتيجة التغيرات النسبية في الأسعار أو في العوامل التنافسية الأخرى.
- ما إذا كان البائعون يتخذون قراراتهم التجارية على أساس انتقال المشتريين بين المناطق الجغرافية المختلفة نتيجة التغيرات النسبية في الأسعار أو في العوامل التنافسية الأخرى.
- السهولة النسبية التي يستطيع بمقتضاها أشخاص آخرون دخول السوق المعنية.
- تكاليف النقل بين المناطق الجغرافية، بما في ذلك تكلفة التأمين، والوقت اللازم لتزويد المنطقة الجغرافية بالمنتجات المعنية من أسواق أو مناطق جغرافية أخرى أو من الخارج.
- الرسوم الجمركية، والقيود غير الجمركية على المستويين المحلي، والخارجية.

(٣) السيطرة على السوق المعنية: وتتحقق بتوافر العناصر التالية:

- فيما تبلغ حصة الشخص ٢٥% أو أكثر من السوق، وعلى أساس عنصرى هذه السوق من المنتجات المعنية والنطاق الجغرافى معاً وذلك خلال فترة زمنية معينة.
- قدرة الشخص منفرداً على إحداث تأثير فعال فى أسعار المنتجات أو فى حجم المعروض منها بالسوق المعنية، ودون أن يكون لمنافسيه القدرة على منع ممارساته والحد من تأثيره الفعال على الأسعار والمعروض من السلعة، وبمراعاة العوامل التالية.
- ☒ حصة الشخص فى السوق المعنية، ووضعه بالنسبة لباقي المنافسين.
- ☒ التصرفات السابقة لنفس الشخص فى السوق المعنية.
- ☒ عدد الأشخاص المنافسين فى السوق المعنية وتأثيرهم النسبى على هيكل السوق.
- ☒ مدى قدرة كل من الشخص ومنافسيه على الوصول إلى المواد الخام اللازمة.
- ☒ وجود عقبات لدخول أشخاص آخرين إلى السوق المعنية.

(٤) الاتفاقات والتعاقدات الأفقية المحظورة: وتشمل الاتفاقات والتعاقدات (المكتوبة والشفهية) والتي

تتم بين أطراف متماثلة ومتنافسة على نفس المستوى، وإذا كان من شأنها إحداث ما يلى:

- رفع أو خفض أو تثبيت أسعار البيع والشراء للمنتجات محل التعامل، أو التأثير على غيرها من الشروط التعاقدية المؤثرة فى قرار البيع أو الشراء.
- اقتسام أسواق المنتجات أو تخصيصها على أساس من المناطق الجغرافية أو مراكز التوزيع أو نوعية العملاء أو السلع أو المواسم أو الفترات الزمنية.
- التنسيق فيما يتعلق بالتقدم أو الامتناع عن الدخول فى المناقصات، والمزايدات والممارسات وسائر عروض التوريد، ويستترشد فى ذلك بما يلى:
- ☒ تقديم عطاءات متطابقة، ويشمل ذلك الاتفاق على قواعد مشتركة لحساب الأسعار أو تحديد شروط العطاءات.
- ☒ الاتفاق حول الشخص الذى سيتقدم بالعطاء، ويشمل ذلك الاتفاق المسبق على الشخص الذى يرسو عليه العطاء سواء بالتناوب أو على أساس جغرافى أو على أساس تقاسم العملاء.
- ☒ الاتفاق على تقديم عطاءات صورية.
- ☒ الاتفاق على منع شخص من الدخول أو المشاركة فى تقديم عطاءات.
- تقييد عمليات التصنيع أو الإنتاج أو التوزيع أو التسويق، ويشمل ذلك تقييد نوع المنتج أو حجمه أو الحد من توافره.

(٥) الاتفاقات والتعاقدات الرأسية المحظورة: وتشمل الاتفاقات والتعاقدات المكتوبة والشفهية والتي تتم بين الشخص وأى من مورديه أو عملائه، إذ كان من شأن هذه الاتفاقات والتعاقدات الحد من المنافسة، وذلك في ضوء العوامل التالية:

- ☒ تأثير الاتفاق أو التعاقد على حرية المنافسة.
- ☒ وجود فوائد تعود على المستهلك من الاتفاق أو التعاقد.
- ☒ اعتبارات المحافظة على جودة المنتج أو سمعته ومقتضيات الأمن والسلامة وذلك على النحو الذى لا يضر بالمنافسة.
- ☒ مدى توافق شروط الاتفاق أو التعاقد مع الأعراف التجارية المستقرة فى النشاط محل الفحص.

(٦) الممارسات المحظورة على المسيطر على السوق: حيث يحظر القانون على من تكون له السيطرة على سوق معينة القيام بأى من الممارسات التالية:

- أى فعل من شأنه أن يؤدي إلى عدم التصنيع أو الانتاج أو التوزيع لمنتج بصورة كلية أو جزئية لفترة أو فترات محددة، ويقصد بالفترة أو الفترات المحددة تلك التى تكفى لمنع حرية المنافسة أو تقييدها أو الإضرار بها.
- الامتناع عن إبرام صفقات بيع أو شراء منتج مع أى شخص أو وقف التعامل معه على نحو يؤدي إلى الحد من حريته فى دخول السوق أو الخروج منه فى أى وقت، بما فى ذلك فرض شروط مالية أو التزامات أو شروط تعاقدية تعسفية أو غير مألوفة فى النشاط محل التعامل.
- أى فعل من شأنه أن يؤدي إلى اقتصار توزيع منتج دون غيره على أساس مناطق جغرافية أو مراكز توزيع أو عملاء أو مواسم أو فترات زمنية، وذلك بين أشخاص ذوى علاقة رأسية بين بعضهم البعض، والتي يقصد بها العلاقة بين الشخص المسيطر وأى من مورديه أو بيئته وبين أى من عملاءه.
- تعليق إبرام عقد أو اتفاق بيع أو شراء لمنتج على شرط قبول التزامات أو منتجات تكون بطبيعتها أو بموجب الاستخدام التجارى للمنتج غير مرتبط به أو بمحل التعامل الأسمى أو الاتفاق.
- التمييز بين بائعين أو مشترين تتشابه مراكزهم التجارية فى أسعار البيع أو الشراء أو فى شروط التعامل، وذلك على نحو يؤدي إلى إضعاف القدرة التنافسية لبعضهم أمام البعض الآخر أو يؤدي إلى إخراج بعضهم من السوق.

- الامتناع بصفة جزئية أو كلية عن إنتاج أو إتاحة منتج شحيح متى كان إنتاجه أو إتاحتته ممكنة اقتصادياً.
 - أن يشترط الشخص المسيطر على المتعاملين معه ألا يتيح لشخص منافس له استخدام ما يحتاجه من مرافقهم أو خدماتهم، رغم أن إتاحة هذا الاستخدام ممكن اقتصادياً.
 - بيع منتجات بسعر يقل عن تكلفتها الحدية أو متوسط تكلفتها المتغيرة. وعلى أن يراعى في ذلك ما يلي:
- ☒ ما إذا كان البيع يؤدي إلى إخراج أشخاص منافسين للشخص المسيطر من السوق.
- ☒ ما إذا كان البيع يؤدي إلى منع أشخاص منافسين للشخص المسيطر من الدخول إلى السوق.
- ☒ ما إذا كان يترتب على البيع قدرة الشخص المسيطر على رفع الأسعار بعد إخراج الأشخاص المنافسين له من السوق.
- ☒ ما إذا كانت الفترة الزمنية لبيع المنتج بسعر يقل عن تكلفته الحدية أو متوسط تكلفته المتغيرة تؤدي إلى تحقيق أى مما سبق.
- إلزام الشخص المسيطر لأى مورد بعدم التعامل مع شخص منافس له.

خامساً: جهاز حماية المنافسة:

- هو جهاز حكومي مصري أنشئ طبقاً للقانون رقم (٣) لسنة ٢٠٠٥، ويتبع وزارة التجارة والصناعة، والذي حددت إختصاصاته فيما يلي:
- (١) إرساء وتطبيق وتطوير قواعد المنافسة الحرة والتوعية بها للنهوض بمستوى أداء الأسواق، وتحقيق الكفاءة الاقتصادية بما يعود بالنفع على الإقتصاد القومي والمستهلك.
 - (٢) إتخاذ إجراءات التقصى والبحث وجمع الإستدلالات وعمل الدراسات والأبحاث في السوق لكشف الممارسات الضارة بالمنافسة إما عن طريق تلقي الشكاوي والبلاغات من الأشخاص أو تلقى طلبات الدراسة وإبداء الرأي من الحكومة أو عن طريق مبادرة من جانب الجهاز. كما يختص الجهاز بنشر ثقافة المنافسة في المجتمع والتنسيق مع الأجهزة التنظيمية للقطاعات الاقتصادية.
 - (٣) تحقيق مناخ إقتصادي سليم يقوم على المنافسة العادلة ومبادئ السوق الحر من خلال تطبيق أحكام القانون ونشر ثقافة المنافسة في المجتمع المصري.
 - (٤) إرساء وتطبيق وتطوير قواعد المنافسة الحرة من خلال مراقبة ممارسات الأشخاص العاملين في السوق بما يسهم في تحقيق حرية المنافسة بين الشركات والأفراد وذلك للنهوض بمستوى أداء الأسواق، وتحليل الكفاءة الاقتصادية.

الفصل الثاني : " السوق المحلية للسكر "

يعد السكر من المكونات الضرورية في الكثير من المنتجات الغذائية والمشروبات، سواء كان إنتاجها بالمنشآت الصناعية المتخصصة في إنتاجها أو عن طريق الاستخدامات المنزلية، ولذا فهو يعد من السلع الضرورية في إنتاج الغذاء بالنسبة للشرائح المختلفة من المستهلكين... وتبدأ المرحلة الأولى على مسار تسويق هذه السلعة بإنتاج المحاصيل السكرية اللازمة من قصب وبنجر والتي لها الوزن الأكبر في تكلفة إنتاج السكر ودرجة توافره في الأسواق. ثم يليها في ذلك مرحلة نقل هذه المحاصيل، وكمواد خام، إلى منشآت استخراج السكر منها كمرحلة ثالثة ويليهما في ذلك المراحل المختلفة التالية لتسويق المنتج والتوزيع على المستهلك النهائي... ولغرض استخلاص المؤشرات ذات الدلالة على وجود الصفة الاحتكارية من عدمه في أي من المراحل المختلفة على مسار إنتاج وتسويق هذه السلعة بالسوق المحلية، يأتي هذا الفصل ليتناول المقومات والخصائص المميزة بكل من هذه المراحل، ثم استخلاص ما قد يوجد من هذه المؤشرات وذلك على النحو الوارد فيما يلي:

(١) مرحلة توريد المواد الخام:

يعد كل من قصب وبنجر السكر هما مصدر توفير المادة الخام اللازمة لاستخراج وتصنيع السكر بالموصفات الملائمة للاستهلاك النهائي... ولمرحلة إنتاج كلا المحصولين مقوماتها وخصائصها التي يمكن إيجازها فيما يلي:

١- يزرع قصب السكر، وبغرض هذه الصناعة على طول ضفتي نهر النيل بالوجه القبلي وتتركز زراعته في مصر العليا، وتبدأ زراعته في موسمي الربيع والخريف، حيث تبدأ زراعة الخريف على طول شهرى سبتمبر وأكتوبر، أما زراعة الربيع فتتمدد على طول شهري فبراير ومارس.. ويعد قصب السكر من المحاصيل المعمرة، حيث يمكث بالأرض طول العام... أما بنجر السكر فيزرع في دلتا نهر النيل، حيث تتركز زراعته بها، وإن امتدت في السنوات الأخيرة لتشمل بعض المساحات في مناطق مصر الوسطي، ويعد من المحاصيل الشتوية حيث يزرع في شهري أغسطس وسبتمبر وتمتد فترة نموه إلى فترة تتراوح ما بين ٦-٧ شهر. وكما يزرع محصول القصب بأصناف مختلفة تنتج محليا، يزرع أيضاً محصول البنجر بأصناف مختلفة تستورد بذورها من الخارج، والتي يستلزم إنتاجها ظروف مناخية من حيث درجة الحرارة وأشعة الشمس وغيرها من الظروف الأخرى غير المتوافرة في ظروف الزراعة المصرية.

هذا ومع وجود التباين بين كلا المحصولين من حيث فترة المكث في الأرض حتى النضج والحصاد، هنالك أيضاً التباين فيما بينهما من حيث الاحتياجات المائية، ونسبة تركيز السكر فيهما، حيث يعد قصب السكر أعلى استهلاكاً للمياه عنه في حالة البنجر، كما تعد نسبة

تركز السكر في محصول بنجر السكر هي الأعلى (وينسبة تتراوح ما بين ١٣-١٨%)، عنه في حالة قصب السكر والذي تبلغ نسبة تركيز السكر ما يقرب من ١١%. كذلك أيضاً هناك التباين في إنتاجية الأراضي المنزرعة بهما، حيث تعد هي الأعلى في حالة محصول القصب، وبمتوسط يبلغ نحو ٤٨طن/ للفدان، وذلك مقابل ٢٠طن/ فدان في حالة البنجر.

٢- تتحدد المساحات المنزرعة سنوياً بأي من المحصولين، وفقاً لنتائج استجابة المنتجين لشروط التعاقد فيما بينهم من جهة والمنشآت القائمة على استخراج وتصنيع السكر من جهة أخرى، والذي يحكمها من جانب آخر نتائج المنافسة فيما بين زراعة أي من المحصولين والمحاصيل الأخرى على استغلال الأراضي الزراعية، وطبيعة الدورة الزراعية في مناطق الزراعة، وكذلك تأثير السياسات المقيدة أو المحفزة على زراعة أي من هذه المحاصيل..... وفي شأن التعاقد فيما بين المنتج الزراعي، والشركات المشتري بغرض استخراج وإنتاج السكر، يأتي التعاقد على محصول القصب فيما بين المنتج الزراعي وشركة السكر والصناعات التكاملية، التابعة للشركة القابضة للصناعات الغذائية، وذلك على أساس المساحة والإنتاج موضوع التعاقد، ووفقاً للسعر المحدد من قبل الشركة، والذي يغلب تحديده بقرارات من الدولة، حيث يحدد السعر على أساس تسليم المصنع وبما يعنى تحمل المنتج لتكاليف النقل من موقع إنتاج المحصول إلى موقع استخراج وتصنيع السكر.... أما في حالة البنجر فيأتي تعاقد الشركات مع المنتج، وفي مناطق زراعته، على أساس المساحة والإنتاج المتوقع من المحصول، ووفقاً للسعر المحدد من قبل هذه الشركات، والذي يغلب تحديده أيضاً بقرارات من الدولة، إلى جانب مواصفات الجودة المحددة من حيث نسب تركيز السكر، والشوائب في الكميات الموردة، ويحدد السعر تسليم موقع الإنتاج (المنزرعة) وتحمل الشركة المتعاقدة لتكلفة النقل إلى موقع مصانع السكر التابعة لها... ويغلب تحديد سعر التعاقد على أساس نسبة ١٦% لتركيز السكر في الكميات الموردة، ويضاف إليه علاوة إذا ما ازدادت هذه النسبة بقدر درجات الزيادة في نسبة السكر، وتخصم منه في حالة انخفاض نسبة التركيز عن ١٦%. وكذلك الحال أيضاً في حالة الشوائب.... ويضاف إلى ذلك أيضاً تقديم الشركات المتعاقدة لدعم البعض من مستلزمات الإنتاج، والتمويل العيني، والذي يتباين في قيمته من شركة إلى أخرى، حيث هناك من شركات القطاع الخاص التي تقوم بتقديم ما يلزم من مبيدات لمقاومة دودة الأوراق بالمجان في حالة العروة الأولى للزراعة دون غيرها، إلى جانب تقديمها للأسمدة الورقية بالمجان، وذلك فضلاً عن الدفع الآجل لقيمة بذور التقاوي التي تدفع خصماً من قيمة المحصول بعد التسليم، ويختلف الحال في حالة الشركات الحكومية المتعاقدة حيث الدفع الفوري لقيمة التقاوي المسلمة وقت التعاقد، وإن كانت تساهم بما نسبته من ٥٠% من قيمة المبيدات اللازمة لمقاومة دودة الورق، والأسمدة الورقية الموزعة.

٣-

تجري التعاقدات على زراعة القصب بغرض استخراج السكر في مناطق الوجه القبلي والتي تتركز في محافظات المنيا، وسوهاج، وقنا، وأسوان، والأقصر، وفي مجتمع من المنتجين الزراعيين بلغ تعدادهم نحو ٩٢٠,٥ ألف حائز وبمساحة تقرب من ١,٥٢٧ مليون فدان من الأراضي الزراعية، وبمتوسط يبلغ نحو ١,٦٦ فدان/ للحيازة خلال عام ٢٠٠٩/٢٠١٠. كما تجرى التعاقدات على زراعة البنجر بغرض استخراج السكر مع مجتمع المنتجين الزراعيين في مناطق الدلتا، ومصر الوسطي، والتي تنحصر زراعته في عدد (١٦) محافظة بها، والذي بلغ تعدادهم نحو ٣,٧١٧ مليون حائز زراعي ولمساحة تبلغ نحو ٧,٨٧٧ مليون فدان من الأراضي الزراعية، وبمتوسط يبلغ نحو ٢,١٢ فدان/ للحيازة، وعلى نحو ما هو مبين بالجدول رقم (١/١).

هذا ولقد بلغ إجمالي المساحات المنزرعة بمحصول القصب لغرض استخراج السكر في مناطق الوجه القبلي ما يقرب من ٣٢١,٨ ألف فدان موزعة بين المحافظات الخمس المشار إليها، وتمثل نحو ٩٨,١% من إجمالي المساحة المنزرعة بالقصب على مستوى الجمهورية وبالباقي نحو ٣٢٨,٠ ألف فدان عام ٢٠١٤/٢٠١٥. أما المساحات المنزرعة بمحصول البنجر بغرض استخراج السكر في الدلتا والوادي، وفي المحافظات المشار إليها فقد بلغت نحو ٥٥٤,٩ ألف فدان في نفس العام... ومع فرضية تماثل الهيكل الحيازي للأراضي المنزرعة بكلا المحصولين مع الهيكل الحيازي لإجمالي الأراضي المنزرعة، وبمعيار مساحة الحيازة الزراعية يمكن تقدير الحد الأدنى لعدد التعاقدات على زراعة كل من المحصولين بما يقرب من ١٦٧,٢١٣ ألف متعاقد في حالة محصول القصب، وبحوالى ٢٥٧,٩٠٤ ألف متعاقد في حالة محصول البنجر وذلك على النحو المبين بالجدول رقم (١/١). وإذا كانت هذه الفرضية تنطوي على فرضية زراعة المنتج الزراعي المتعاقد لكامل مساحة حيازته الزراعية بأي من المحصولين، فهي فرضية قد تنطوي أيضاً، وإلى حد ما، عن تباين الواقع الفعلي في حالة كثير من المتعاقدين والتي تنطوي قراراتهم الإنتاجية على زراعة ما يحوزونه من أراضي بأكثر من محصول خلال نفس الموسم الزراعي، وهو ما يجعل من التقديرات المشار إليها لعدد التعاقدات تمثل الحد الأدنى لأعدادها والتي تتواجد الاحتمالات الكبيرة لزيادتها عن ذلك تبعاً لنسبة تمثيل أعداد ومساحة الحيازات المتعاقدة والتي تزرع أكثر من محصول واحد في إجمالي هذه التعاقدات، وهو ما يمكن أن يستخلص منه توافر شرط المنافسة الكاملة من حيث كبر العدد، وغياب الصفة الاحتكارية على جانب العرض من كلا المحصولين.

جدول رقم (١-١) عدد ومساحة الحيازات الزراعية في مناطق زراعة القصب، والبنجر خلال عام ٢٠١٠/٢٠٠٩، والمساحات المنزرعة بكلا المحصولين خلال عام ٢٠١٥/٢٠١٤ والحد الأدنى لأعداد التعاقدات خلال عام ٢٠١٥/٢٠١٤

المحافظات	عدد مساحة الحيازات الزراعية (١)			المساحة المنزرعة (٢)		العدد التقديري للتعاقدات	
	عدد (ألف)	المساحة (ألف فدان)	متوسط مساحة الحيازة (فدان)	قصب (ألف فدان)	بنجر (ألف فدان)	قصب (ألف)	بنجر (ألف)
١- الاسكندرية	٣٦,١	١٨٩,٤	٥,٢٥	-	٧,٩١	-	١,٥٠٧
٢- بورسعيد	١٤,٥٥	١١٤,٦	٧,٩٠	-	٢٧,٣	-	٣,٤٥٥
٣- دمياط	٥٧,٩٩	١٥٧,١١	٢,٧١	-	٥,٩	-	٢,١٧٧
٤- الدقهلية	٤٤٠,٧	٧٤٣,٥	١,٦٩	-	٩٢,٥	-	٥٤,٧٣٤
٥- الشرقية	٥٠٨,٧	٩٥٢,١	١,٨٧	-	٦٦,٣	-	٣٥,٤٥٥
٦- القليوبية	١٧٩,١	١٩١,٧	١,٠٧	-	٠,٦	-	٠,٦٥٠
٧- كفر الشيخ	٢٧٥,٩	٦٢٤,٩١	٢,٢٦	-	١٥٥,٥	-	٦٨,٨٠٥
٨- الغربية	٣٠٤,٨	٣٩٧,٩	١,٣١	-	١٤,٩	-	١١,٣٧٤
٩- المنوفية	٣١٧,٦	٤٥٩,٦	١,٤٥	-	١,٢	-	٠,٨٢٧
١٠- البحيرة	٤٠٤,٤	١٧٠٤,٠	٤,٢١	-	٧٢,٩	-	١٧,٣١٦
١١- الإسماعيلية	٦٠,٤	٣١٨,٩	٥,٢٨	-	٧,١	-	١,٣٤٥
١٢- الجيزة	١١٣,٢	٣٦٩,٤	٣,٢٦	-	٣,١	-	٠,٩٥١
١٣- بنى سويف	٢١١,٧	٣٤٢,١	١,٦٢	-	٣٢,٤	-	٢٠,٠٠٠
١٤- الفيوم	٢٣٣,٧	٤١٢,٤	١,٧٦	-	٣٥,٩	-	٢٠,٣٩٧
١٥- المنيا	٣١٢,٧	٥٢٩,٤	١,٦٩	٣٦,١	٢٤,٥	٢١,٣٦١	١٤,٤٩٨
١٦- أسيوط	٢٤٥,٥	٣٧٠,٠	١,٥١	-	٦,٨	-	٤,٥٠٣
١٧- سوهاج	٢٩١,٨	٣٥١,٨	١,٢١	١٤,٢	-	١١,٧٣٦	-
١٨- قنا	١٦٩,٠	٢٦٨,٣	١,٥٩	١١٨,١	-	٧٤,٢٧٦	-
١٩- أسوان	٨٧,٩	٢٢٩,٨	٢,٦١	٨٦,١	-	٣٢,٩٨٨	-
٢٠- الأقصر	٥٩,١	١٤٨,١	٢,٥١	٦٧,٤	-	٢٦,٨٥٢	-
جملة	٤٣٢٤,٨	٨٨٧٥,٠	٢,٠٥	٣٢١,٩	٥٥٤,٨	١٦٧,٢١٣	٢٥٧,٩٠٤

المصدر:

(١) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، الكتاب الإحصائي السنوي، القاهرة، سبتمبر ٢٠١٧.
(٢) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لإحصاءات المساحة المحصولية والإنتاج النباتي، القاهرة، يناير ٢٠١٧.

٤-

يتم التعامل بين المنتج الزراعي، والشركة المتعاقدة على أساس الأسعار المحددة من قبل الدولة، والتي اتسمت في السنوات السابقة بالثبات لعامين أو أكثر، وتزداد تبعاً لطلبات وضغوط مجتمع المنتجين، وبمعدلات متواضعة تصل إلى ١٠%، وباستثناء العام الأخير ٢٠١٦/٢٠١٧، حيث رفعت الدولة سعر توريد قصب السكر بنسبة ٥٥% عنه في العام السابق ٢٠١٥/٢٠١٦، كما رفعت سعر توريد بنجر السكر بنسبة ٤٥%، والتي تعد من أعلى نسب الزيادة في التاريخ الطويل لزراعة كلا المحصولين ليصل سعر طن قصب السكر خلال عام ٢٠١٦/٢٠١٧ إلى نحو ٦٢٠ جنيه مقابل ٤٠٠ جنيه للطن في عام ٢٠١٥/٢٠١٦، كما ارتفع سعر توريد بنجر السكر ليصل إلى نحو ٤٠٠ جنيه/طن في عام ٢٠١٦/٢٠١٧ مقابل ٢٧٥ جنيه/طن في عام ٢٠١٥/٢٠١٦. وذلك فضلاً عن علاوة تبكير في زراعته تصل إلى ١٢٠ جنيه/الطن للكميات الموردة من العروة الأولى خلال الأسبوع الأول من الحصاد، وتتنخفض بنسبة ١٠% أسبوعياً حتى تتلاشى، وذلك إلى جانب علاوة ارتفاع نسبة تركيز السكر بالكميات الموردة عن ١٦%، حيث يمنح المنتج علاوة بقيمة ٢٥ جنيه/الطن لكل درجة أعلى من نسبة التركيز المشار إليها وهو ما وصل بالقيمة المدفوعة للطن إلى ما مجموعه ٥٤٥ جنيه/الطن^١

إن ما يمكن استخلاصه من سياسة تسعير كلا المحصولين بغرض الزراعة وبهدف استخراج السكر أنها تبتعد بآليات السوق الحرة عن طريق تحديد السعر بتفاعل آليات قوي العرض والطلب، وتخضع للموازنات الحكومية فيما بين الرغبة في تحفيز المنتج على الزراعة والتوريد، والرغبة في توفير الاحتياجات المحلية من السكر بأسعار ملائمة للمستهلك، مع توازنات تكلفة الصناعة المحلية وأسعار إنتاجية وتوزيعه في السوق المحلية مع أسعار الواردات منه، وحيث أصبحت الدولة بذلك هي الطرف البديل للمستهلك (المنشآت الصناعية) لكلا المحصولين وحيث تحدد الأسعار وفقاً للموازنات المشار إليها، وهو ما يمكن إيجازه بغياب آليات السوق الحرة في تحديد أسعار كلا المحصولين، وفي نفس الوقت غياب الصفة الاحتكارية للمنشآت المستهلكة لكلا المحصولين في صورتها الخام بالسوق. وقد تختلف هذه النظرة، وإلى حد ما، في حالة محصول البنجر إذ يمكن النظر إلى ما تقدمه المنشآت الصناعية من علاوات تبكير، وارتفاع النسبة السكرية بالكميات الموردة أو دعم لبعض عناصر تكاليف الإنتاج على أنها من عناصر المنافسة بين هذه المنشآت بغرض تدبير احتياجاتها من الحصول... ومع ذلك فقد تتلاشى هذه النظرة إذا ما تساوت هذه المنشآت في تقديم هذه العلاوات والخدمات، وخاصة مع بقاء السعر المحدد من قبل الدولة يمثل الوزن الأكبر في القيمة المدفوعة كسعر للكميات الموردة منه.

^١ - Mohamed Hamza, Egypt's government increases the supply price for cane and beets ceding to farmers, demands, USDA foreign agricultural service, Gain report No:4/18/2017.

(٢) سوق المنتج ومستوردى السكر:

يأتى استخراج وتجهيز السكر في المرحلة التالية لمرحلتى إنتاج ونقل كلا المحصولين، في صورتها الخام، إلى منشآت استخراج وتجهيز السكر في صورته الصالحة للاستهلاك النهائى. حيث ينقل إلى المصانع لإستخراجه كعصير ثم إنتاج السكر الخام، وحيث تنتهي عمليات تجهيزه بإنتاج السكر الأبيض الصالح للاستخدام الآدمي - ولهذه المرحلة أيضاً مقوماتها وسماتها التى يمكن إيجازها فيما يلى:

(٢-١) المنشآت المصنعة: وجود عدد (١٤) مصنع لاستخراج وتجهيز السكر تشمل عدد (٧) مصانع لاستخراج السكر من القصب موزعة في مناطق الوجه القبلى، وعدد (٦) مصانع لاستخراج وتجهيز السكر من البنجر، وموزعة على مناطق شمال وغرب الدلتا، ومصر الوسطى، بالإضافة إلى مصنع آخر لاستخراج السكر وتجهيزه من كلا المحصولين... وتقع السبعة مصانع الأولى، والمصنع الأخير تحت ملكية وإشراف الدولة ممثلة في الشركة القابضة للصناعات الغذائية التابعة لوزارة التموين.... أما مصانع إنتاج السكر من البنجر فيقع أربعة منها تحت ملكية وإدارة شركات استثمارية، وإن كانت تخضع لتوجيهات الدولة حيث تساهم مؤسساتها بالنصيب الأكبر في استثماراتها، بينما يقع المصنعين الآخرين تحت ملكية وإدارة القطاع الخاص. وتبلغ الطاقة الإنتاجية لمصانع استخراج السكر من القصب نحو ١٠,٢٠٠ مليون طن من القصب سنوياً، كما تبلغ الطاقة الإنتاجية لمصانع استخراج السكر من البنجر نحو ٩,٩١٩ مليون طن سنوياً، وذلك على نحو ما هو مبين بالجدول رقم (٢/١).... ولقد بلغ إنتاج هذه المصانع خلال عام ٢٠١٥/٢٠١٦ ما يقرب من ٩٣١,٣ ألف طن من سكر القصب، ونحو ١٤٩٠,٦ ألف طن من سكر البنجر بإجمالي قدره ٢٤٢١,٩ ألف طن، مع التباين بين هذه المصانع من حيث المساهمة النسبية في إنتاج هذه الكمية، وعلى النحو الوارد في نفس الجدول المذكور.

(٢-٢) مستوردى السكر: تتواجد المؤشرات التى تؤكد على عدم كفاية الإنتاج المحلى من السكر لإشباع إحتياجات السوق المحلية (ولغرض الإستهلاك المحلى والتصدير)، مما يجعل من الأسواق الخارجية مصدراً آخر من مصادر توفيره لهذا الغرض.... ومع وجود التباينات الملحوظة فيما بين تقديرات المصادر المختلفة (محلية، ودولية) لحجم الإستهلاك المحلى والواردات من السكر، وإذا ما أخذ بتقدير شبكة المعلومات الزراعية الدولية (Gain) لحجم الإستهلاك المحلى من السكر والبالغ نحو ٢٩٣٠ ألف طن في عام ٢٠١٥/٢٠١٦ لأمكن تقدير حجم الواردات منه خلال نفس العام بحوالى ٥٠٨,١ ألف طن، وبما نسبته ١٧,٣٤% من إجمالي الاستهلاك المحلى... ولسد الفجوة ما بين الاستهلاك والإنتاج المحلى من السكر تتولى وزارة التموين ممثلة في الشركة القابضة للصناعات الغذائية

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

جدول رقم (١-٢) مصانع إستخراج وتجهيز السكر من القصب والبنجر وطاقتها الإنتاجية، وإنتاجها من السكر في عام ٢٠١٥/ ٢٠١٦

(ألف طن)

المصنع	الطاقة الإنتاجية الكلية "محصول خام"	الكميات الموردة من المحصول الخام في عام ٢٠١٥/٢٠١٦	الإنتاج من السكر في عام ٢٠١٥/٢٠١٦	
			ألف طن	%
(أ) مصانع القصب:				
١- كوم أمبو	١٨٠٠	١٩٣٤,١	١٩٣,٠٦	٧,٩٧
٢- نجع حمادي	١٧٠٠	١٤٣٠,٥	١٤٣,٥٥	٥,٩٣
٣- قوص	١٦٠٠	١٥١٩,٣	١٥٨,٦٩	٦,٥٥
٤- أرمنت	١٣٠٠	١٣٠١,١	١٣٧,٩٢	٥,٧
٥- أدفو	١١٠٠	١٢٢٩,١	١٣٠,٦٢	٥,٤
٦- جرجا	١٠٠٠	٥٥٢,٦	٥٤,٦٠	٢,٢٥
٧- دشنا	١٠٠٠	٧٥٧,٤	٧٨,٤٠	٣,٢٤
٨- أبو قرقاص *	٧٠٠	٣٣٩,٤	٣٤,٤٥	١,٤٢
جملة القصب	١٠٢٠٠	٩٠٦٣,٥	٩٣١,٢٨	٣٨,٤٥
(ب) مصانع البنجر:				
١- كفر الشيخ	١٧٥٠	١٨٧٧,٢	٢٥٨,١٥	١٠,٦٦
٢- الدقهلية	١٧٥٠	٢٢٢٩,٤٨	٣١٣,٦١	١٢,٩٥
٣- الفيوم	١٢٥٠	١٢٦٤,٦٣	١٧٩,١١	٧,٤٠
٤- النوبارية	١٠٠٠	٩٩٥,٣٣	١٤٤,٨٥	٦,٠
٥- أبو قرقاص	٥٥٠	٥٩٢,٢٢	٧٣,٠٢	٣,٠
٦- النيل **	١٠٠٠	١٠٧٥,٣	١٥١,٥٠	٦,٢٥
٧- الأسكندرية **	١٠٠٠	١٠٥٦,٧	١٤٥,٣٥	٦,٠
سافولكس				
جملة البنجر	٨٣٠٠	٩٠٩٠,٨٦	١٢٦٥,٦	٦١,٥٥
الإجمالي			٢١٩٦,٨٨	١٠٠,٠٠

المصدر:

Mahomed Hamza, Egypt's government increases the supply price for sugar cane and beets, opcit, P5.

* مصنع إستخراج السكر من القصب والبنجر.
** شركات قطاع خاص.

وبمشاركة بعض الشركات الخاصة ، استيراد العجز فى الإنتاج المحلى منه، ومن أهم هذه الشركات، النوران، وكرجيل، والبيان، ويكالست، ويشاركهم فى ذلك أيضاً شركتى النيل، وصافولا، والمالكة لمصنعين لإنتاج السكر من البنجر... ويستخلص من هذه المؤشرات أن الكميات المتداولة من السكر فى السوق المحلية بلغت ما يقرب من ٢,٩٣٠ مليون طن فى عام ٢٠١٦/١٥، ساهم فى توريدها كل من الشركة القابضة للصناعات الغذائية، ونسبة بلغت نحو ٣٤,٣% منها، كما ساهمت الشركات الاستثمارية الأربع بما نسبته ٣٠,٦% منها، بينما ساهمت الشركات الستة المستوردة للسكر بنحو ٢٥,٠%، والشركات الخاصة بنسبة بلغت نحو ١٠,١% من إجمالى الكميات المتداولة، وعلى النحو المبين بالجدول رقم (٢/١).

(٣) التركيز، ومؤشرات التنافسية فى سوق المنتج وموردى السكر: فى ضوء أعداد شركات استخراج وتجهيز السكر، واستيراده من الخارج، ونصيب كل منها فى الإنتاج المحلى وما يورد منه إلى السوق المحلية، وعلى النحو المبين من قبل، يأتى التساؤل عن درجة تركيز هذه الصناعة، والشركات الموردة للسكر، بغرض استخلاص ما قد يتواجد من قوى احتكارية فى هذه السوق؟ ولحساب المؤشرات الدالة على ذلك قد يجوز للدراسة الحالية حسابها بغرض الكشف أولاً عن درجة تركيز المنشآت الصناعية القائمة على استخراج وتجهيز السكر فقط دون الشركات المستوردة له من السوق الخارجية، ثم حسابها ثانياً للكشف عن درجة تركيز المنشآت الصناعية والمستوردة معاً لاستخلاص درجة ما قد يوجد من قوى احتكارية بين موردى السكر إلى السوق المحلية معاً، وذلك على النحو الوارد فيما يلى:

(٣-١) يبدو أن مؤشر نصيب الشركات المستخرجة للسكر فى إجمالى الكميات المنتجة منه خلال العام المشار إليها يصنف السوق المحلية للسكر بوجود حالة احتكار القلة إن لم يكن الاحتكار التام، حيث تستحوذ الشركات الأربع الكبيرة الأولى الممثلة فى شركات القابضة للصناعات الغذائية، والدقهلية، والدلتا، والفيوم على ٨٠% من الإنتاج وبما يزيد عن المستوى الثالث للتركز (والمشار إليه من قبل بالفصل الأول من الدراسة)، كما أن السبع شركات المتواجدة فى سوق هذه الصناعة تستحوذ على كامل الإنتاج، وبما قد يعنيه ذلك من وجود حالة الاحتكار التام فى هذه السوق، وفقاً لدلالة هذا المؤشر (٣/١).

أما مؤشر هيرفندل/هيرشمان، الذى بلغ نحو ٢٦٣٤ بالنسبة لتركز المنشآت الصناعية، فأتى بهذه السوق إلى المستوى الرابع، والمشار إليه من قبل، حيث وجود التركيز العالى غير المرغوب، ومن ثم وجود النزعة الاحتكارية فى هذه الصناعة، وذلك على عكس ما تشير إليه دلالة معامل جينى، الذى بلغ نحو ٠,٣٩ (٣٩%) والتي تشير قيمته إلى وجود درجة من

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

المنافسة الفعالة في هذه الصناعة، بينما تعبر مستوياته الأعلى عن ٠,٤ عن وجود النزعات الاحتكارية بأى من مستوياتها وفقاً لمستوى قيمة هذا المعامل.

(٢-٣) وبالنسبة لدرجة التركيز فيما بين موردي السكر إلى السوق المحلية والممثلين في المنشآت الصناعية، وغيرها من المنشآت المستوردة للسكر، فإن نصيب المنشآت الأربع الأولى، والمتمثلة

جدول رقم (٣-١) نسب التركيز الصناعي في السوق المحلية للسكر لعام ٢٠١٦/٢٠١٥

مؤشرات التركيز						حصص الإنتاج		عدد الشركات		أسماء الشركات
مدخلات معامل جيني			التكرار التراكمي (%)		مؤشر هيرشمان	%	ألف طن	%	عدد	
مدخل الحساب	ك+ب١	ع-ع١٠	العدد	الانتاج						
٤٧,٢	٦,٦	١٤,٣	٦,٦	١٤,٣	٤٣,٦	٦,٦	١٤٤,٦	١٤,٣	١	١- النوبارية
١٤١,٦	١٩,٨	١٤,٣	١٣,٢	٢٨,٦	٤٣,٦	٦,٦	١٤٥,٦	١٤,٣	١	٢- الأسكندرية
٢٣٨,١	٣٣,٣	١٤,٣	٢٠,١	٤٢,٩	٤٧,٦	٦,٩	١٥١,١	١٤,٣	١	٣- النيل
٣٤٦,١	٤٨,٤	١٤,٣	٢٨,٣	٥٧,٢	٦٧,٢	٨,٢	١٧٩,١	١٤,٣	١	٤- الفيوم
٤٨٩,١	٦٨,٤	١٤,٣	٤٠,١	٧١,٥	١٣٩,٢	١١,٨	٢٥٨,٢	١٤,٣	١	٥- الدلتا
٦٧٥,٧	٩٤,٥	١٤,٣	٥٤,٤	٨٥,٨	٢٠٤,٢	١٤,٣	٣١٣,٦	١٤,٣	١	٦- الدقهلية
١١٠٤,٠	١٥٤,٤	١٤,٣	١٠٠,٠	١٠٠	٢٠٨٨,٥	٤٥,٧	١٠٠٤,٣	١٤,٣	١	٧- الشركة القابضة
٣٠٤١,٨					٢٦٣٤	١٠٠	٢١٩٦,٩	١٠٠	٧	جملة
$\%39.2 = 0.392 = 0.000 \div 1908.2 = (0.000) \div (3041.8 - 0.000) =$										معامل جيني

المصدر: جمعت وحسبت من الجدول رقم (٢).

جدول رقم (٤-١) نسب تركيز موردي السكر في السوق المحلية لعام ٢٠١٦/٢٠١٥

مؤشرات التركيز						حصص الإنتاج		عدد الشركات		أسماء الشركات
مدخلات معامل جيني			التكرار التراكمي (%)		مؤشر هيرشمان	%	ألف طن	%	عدد	
مدخل الحساب	ك+ب،	ع-ع،	حصص الإنتاج	عدد الشركات						
١٨,٩	٤,٩	٧,٧	٤,٩	٧,٧	٢٤,٠١	٤,٩	١٤٤,٦	٧,٧	١	١- النوبارية
٥٧,٠	١٤,٨	٧,٧	٩,٩	١٥,٤	٢٥,٠	٥,٠	١٤٥,٤	٧,٧	١	٢- الأسكندرية
٩٦,٣	٢٥,٠	٧,٧	١٥,١	٢٣,١	٢٧,٠٤	٥,٢	١٥١,١	٧,٧	١	٣- النيل
١٣٩,٨	٣٦,٣	٧,٧	٢١,٢	٣٠,٨	٣٧,٢١	٦,١	١٧٩,١	٧,٧	١	٤- الفيوم
١٩٧,١	٥١,٢	٧,٧	٣٠,٠	٣٨,٥	٧٧,٤٤	٨,٨	٢٥٨,٢	٧,٧	١	٥- الدلتا
٢٧٢,٢	٧٠,٧	٧,٧	٤٠,٧	٤٦,٢	١١٤,٤٩	١٠,٧	٣١٣,٦	٧,٧	١	٦- الدقهلية
٢٤٥٧,٨	١٠٦,٤	٤٦,٢	٦٥,٧	٩٢,٤	٦٢٥,٠	٢٥,٠	٧٣٣,١	٤٦,٢	١	٧- الشركات المستوردة
٦٣٧,٩	١٦٥,٧	٧,٧	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١١٧٦,٥	٣٤,٣	١٠٠٤,٣	٧,٧		٨- الشركات القابضة
٣٨٧٧					٢١٠٦,٩	١٠٠	٢١٩٦,٩	١٠٠	٧	جملة
$\%٢٢,٤٦ = ٠,٢٢٤٦ = ٥٠٠٠ \div ١١٢٣ = (٥٠٠٠) \div (٣٨٧٧ - ٥٠٠٠) =$										معامل جيني

المصدر: جمعت وحسبت من الجدول رقم (٢).

فى الشركات القابضة للصناعات الغذائية، وثلاث شركات من الشركات المستوردة للسكر تبلغ نحو ٤٧% من إجمالى الكميات الموردة إلى السوق، وهو ما يأتى بالسوق إلى المستوى الثالث من التركيز ومن ثم وجود حالة احتكار القلة، وكذلك الحال أيضاً بدلالة مؤشر نصيب الثمان شركات الأولى جدول رقم (٤-١) والبالغ نحو ٧٠% من إجمالى الكميات الموردة، وذلك عكس الحال بدلالة مؤشر هيرفيلد/هيرشمان، والذى يأتى بالسوق إلى المستوى الثالث من التركيز، ومن ثم وجودها فى حالة المنافسة الاحتكارية، حيث تبلغ قيمة هذا المؤشر نحو ٢١٠٧ (جدول رقم ٤/١) ... أما مؤشر جينى فدلالته وجود هذه السوق فى حالة منافسة فعالة قد تقترب من حالة المنافسة الكاملة حيث تبلغ قيمته نحو ٠,٢٢٤٦ (٢٢,٥%) كما هو مبين بالجدول المشار إليه.

هذا وعلى الرغم من تباين دلالات المؤشرات الثلاث لنسب التركيز فى هذه السوق بالنسبة لمستوى تواجد قوى السوق (الاحتكارية) بها، إلا أنه يمكن أن يستخلص منها أيضاً ارتفاع درجة تنافسية السوق مع وجود الشركات المستوردة والموردة للسكر فى السوق المحلية... ومع ذلك، وإذا ما أفترض وجود درجة ما من القوى الاحتكارية بالسوق فيبقى التساؤل عن ما إذا كان هناك من الممارسات الاحتكارية فى هذه السوق من عدمه؟ إن الإجابة على هذا التساؤل قد تأتى مع نهاية هذا الفصل من الدراسة.

(٤) التوزيع إلى أسواق الجملة والتجزئة ، ومؤشرات التنافسية بها:

(١) مع تعدد الشركاء (من منتجين محليين ومستوردين) فى توريد احتياجات السوق المحلية من السكر، ورغبة الدولة فى توفير احتياجات السكان بأسعار تتناسب مع مستوى دخول شرائح كبيرة من محدودى ومتوسطى الدخل إلى جانب رغبتها فى تحفيز الاستثمار فى الشركات المنتجة للسكر وتحقيق عائد مناسب على استثماراتها يأتى تدخلها وبمشاركة هذه الشركات فى تحديد أسعار إنتاجها وبالتوافق فيما بينهما، إلى جانب استخدام أدواتها المالية لتحقيق التوازن فيما بين أسعار الواردات من السكر، وأسعار الشركات المحلية المنتجة له، والمستويات المستهدفة لسعر المستهلك. ولهذا تتميز السوق المحلية للسكر بتواجد أكثر من سعر فضلاً عن تقلباته من وقت إلى آخر تبعاً للتغيرات فى حجم المخزون منه، أو أسعار الواردات منه، أو فى ما قد تفرضه الدولة من رسوم جمركية، بغرض حماية الصناعة المحلية من الإغراق ، أو تخفيض أو إلغاء ما قد يتواجد منها بغرض تخفيض الأسعار وحماية المستهلك .. ومن الأمثلة على ذلك تعدد أسعاره خلال الشهور الأخيرة من عام ٢٠١٦ بسبب الدعم والتدخلات الحكومية، حيث تراوح السعر، وعلى سبيل المثال ، ما بين ٨ جنية/ كجم فى منافذ التوزيع المخصصة للمستفيدين من دعم الغذاء، ١٠ جنية/ كجم للمستهلكين الآخرين، كما ساد السوق الحر آنذاك سعرين ، الأول منها يبلغ نحو ١١,٧٥ جنية/كجم بالنسبة للسكر المورد من شركات القطاع العام، أما السكر المورد

من شركات القطاع الخاص فتراوح سرعة ما بين ١٢-١٤ جنية/كجم... وفي مارس ٢٠١٧ وفي محاولة لوزارة التموين والتجارة الداخلية للوصول إلى حالة الاستقرار في سعر السكر بالسوق المحلية، أتخذت إجراءات لطباعة السعر المدعم على العبوات التي تباع في المنافذ التابعة لها، كما طالبت مصانع السكر ببيع إنتاجها بسعر ٩,٢٥ جنية/كجم بالنسبة للسكر المباع لغرض الإستهلاك المنزلي، وبسعر ١٠,٥ جنية /كجم للسكر المباع للأغراض الصناعية، وعلى أن يخصم من كل منها وعلى الترتيب نحو ١,٥٠، ١,٢٥ جنية/للطن للسكر المباع بغرض تمويل صندوق دعم الأسعار ولمساندة تمويل الواردات من السكر

هذا ومن الأمثلة أيضاً على تدخل الدولة في ضبط تنظيم الواردات أو الصادرات المصرية من السكر بغرض حماية الصناعة المحلية أو المستهلك، ما فرضته الدولة من رسوم جمركية مؤقتة ، في نوفمبر ٢٠١٢ ولمدة ٦ شهور ، بلغت نحو ١٧% على الواردات من السكر الخام، ٢٠% على الواردات من السكر الأبيض ، وذلك بغرض حماية الصناعة المحلية وتمكينها من تصريف المخزون المتواجد لديها آنذاك والذي بلغ نحو ٣٥٠ ألف طن . وفي أبريل من عام ٢٠١٥ فرضت الدولة أيضاً ٢٠% رسوم جمركية على الواردات من السكر الأبيض وبحد أدنى ٧٠٠ جنية/ للطن، وذلك بغرض حماية السوق المحلية من الإغراق.

إن ما سبق ذكره من أمثلة ومؤشرات إنما يعكس ضعف عمل السوق الحرة بألياتها الكاملة المعروفة في هذه الصناعة، وإنما في إطار من الضوابط والأدوات الحكومية، وبالتوافق مع المنشآت المتواجدة بها ، وبغرض تحقيق الأهداف المشار إليها من قبل، كما يمكن أن يستخلص أيضاً منه غياب الممارسات الاحتكارية من قبل المنشآت الصناعية المتواجدة في هذه السوق، حيث لا وجود للقصد الإحتكاري من قبل المنشآت الصناعية المتواجدة في هذه السوق، كذلك ليس هناك وجود للقصد الإحتكاري في نشاطها بالمواقع المتقدمة على المسار النهائي لتسويق السكر المنتج: وهنا قد يجدر الإشارة إلى ما حدث من ارتفاع في سعر الجملة للسكر بالسوق المحلية ونسبة بلغت نحو ٣١%، ١٠,٦% في شهري نوفمبر، وديسمبر من عام ٢٠١٦، وبما يرفع التساؤل عن الأسباب المسئول عن ذلك، وما إذا كانت القوي الاحتكارية بسوق الجملة مشاركة في ذلك من عدمه ؟ ... إن الإجابة على هذا التساؤل تكمن وفي أغلبها في تخفيض قيمة العملة المصرية، وبقرار تعويمها في ٣ نوفمبر ٢٠١٦، حيث انخفاض قيمة الجنيه مقابل الدولار ليصل إلى نحو ١٨ جنية مقابل ٨,٨ جنية من قبل، وبما يشير إلى انخفاض قيمة العملة المصرية بما يقرب من ٥٠% من قيمتها من قبل، وإذا ما كانت الواردات المصرية من السكر خلال هذا العام تمثل ما يقرب من ٢٥% من إجمالي الكميات المتداولة بالسوق، فإن في ذلك ما يعنى ارتفاع أسعار الجملة للكميات المتداولة بالنسبة المشار إليها، إذا ما أخذ في الحسبان التعريف

الجمركية السارية آنذاك والبالغة نحو ٢٠% على الواردات من السكر الأبيض، وهو ما قد ينفي مشاركة الممارسات الاحتكارية فى ارتفاع أسعار السكر خلال هذه الفترة.

(٢) تختلف مسارات تسويق الكميات الموردة من السكر إلى السوق باختلاف المنشآت الموردة فإنتاج المنشآت الصناعية الواقعة تحت ملكية أو إشراف الدولة تأخذ مسارها إلى الشركة القابضة للصناعات الغذائية بعد شرائها من هذه المنشآت، وحيث توجه حصص منها بعد ذلك إلى المنافذ التابعة لوزارة التموين من جمعيات تعاونية استهلاكية، وإلى تجار التجزئة المختارين لتوزيعها بالأسعار المدعومة على الكارت الذكي للمستهلك، وقد يوجه جانب آخر منها إلى السوق الحرة وبالأسعار المحددة سواء من خلال تاجر الجملة أو بشكل مباشر إلى تاجر التجزئة.... أما إنتاج المنشآت الصناعية الخاصة فتأخذ مسارها إلى أسواق التجزئة عبر تاجر الجملة وإلى منشآت الصناعات الغذائية المستهلكة للسكر بكميات كبيرة... وكذلك الحال أيضاً بالنسبة للكميات المستوردة عن طريق المنشآت الخاصة أو تلك المستوردة عن طريق الشركة القابضة للصناعات الغذائية. هذا ومع غياب الإحصاءات الخاصة بشركات وتجار الجملة المتعاملين فى شراء وبيع السكر وحصص كل منها فى الكميات المتداولة بالسوق فقد يتعذر على الدراسة الحالية قياس نسب التركيز، والقوى الاحتكارية (إن وجدت) لهذه المنشآت فى مجال تجارة الجملة.

أما بالنسبة لسوق التجزئة، وكما هو معلوم، فليست بسوق متخصصة فى التعامل فى هذه السلعة، بل يتم تداولها عبر المنشآت المتخصصة فى تجارة التجزئة للسلع الغذائية المتنوعة، والتي تشير الأعداد المتواجدة منها إلى غياب احتمالات وجود الصفة الاحتكارية فيما بينها، حيث بلغ تعداد المنشآت المتخصصة فى توزيع الأغذية بالقطاع الخاص خلال عام ٢٠١٦/١٥ نحو ٥٤٢,١ ألف منشأة وفرع، بالإضافة إلى ٣١,٩ ألف منشأة وفرع غير متخصص، ولكن يسود بها توزيع المنتجات الغذائية، وذلك فضلاً عن عدد (٥٥١) منشأة وفرع بالقطاع العام، وحيث تشير هذه المؤشرات إلى وجود التنافسية الفعالة فى تجارة التجزئة للسلع الغذائية متضمنة فى ذلك سلعة السكر.^١

(٥) الاستخلاصات :

يستخلص من العرض السابق غياب الصفة الاحتكارية فى أي من مواقع مسار تسويق السكر من المنتج إلى المستهلك النهائى حيث تدخل الدولة بأدواتها وبسياسة التوافق مع المنشآت المنتجة والموردة للسكر لتنظيم ممارسات هذه المنشآت، وقد يكون لمؤشر نفاذية التغيرات السعرية من سوق المنتج إلى سوق الجملة، ثم إلى سوق التجزئة دلالة على ذلك، حيث بلغت الزيادات التراكمية فى سعر المنتج على طول الفترة من أول يناير ٢٠١٤ وحتى ديسمبر ٢٠١٦ ما نسبته ٩٢,٤% مقابل زيادة تراكمية فى سعر

^١ - الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لتجارة الجملة والتجزئة، القاهرة، مارس ٢٠١٦.

الجملة خلال نفس الفترة بنسبة بلغت نحو ٩٦,٩%، وزيادة تراكمية في سعر التجزئة وعلى إمتداد نفس الفترة بنسبة بلغت نحو ٩٠,٣%، وبما يشير إلى نفاذ التغيرات السعرية في سوق المنتج إلى سوق الجملة بنسبة بلغت نحو ١٠٤,٩%، وإلى نفاذ التغيرات السعرية في سوق الجملة إلى سوق التجزئة بنسبة ٩٣,٢% وهى نسب قريبة من معدلات نفاذ مثل هذه التغيرات في حالة وجود التنافسية الكاملة، وبإستثناء نسبة هامشية محدودة قد ترجع لأسباب خارجة عن إطار عوامل التنافسية مثل إدارة المخزون^١. وإن بقيت هناك الصفة الاحتكارية لهذه المنشآت فى اتجاهها الخلفى نحو موردي المحاصيل السكرية، ومن المؤشرات الدالة على ذلك ارتفاع سعر المنتج للسكر فى الربع الثانى من عام ٢٠١٧ بنسبة تبلغ ٢٥٥% عنه فى عام ٢٠٠٥/٠٤، مقابل نسبة زيادة بلغت نحو ١٠٤% فى سعر المنتج للمحاصيل السكرية ... كما يستخلص أيضاً زيادة درجة التنافسية فى سوق هذه السلعة مع زيادة أعداد وموردي السكر إلى السوق.

(٦) التوصيات :

- (١) تضمين منتجى المحاصيل السكرية فى تدخل الدولة بأدواتها وسياستها التوافقية مع منشآت إنتاج السكر لتحقيق درجة أكبر من التوازن فى الاتجاهات السعرية للإنتاج من السكر المستخرج، والاتجاهات السعرية للإنتاج من المحاصيل السكرية.
- (٢) توسيع دائرة المشاركة لمستثمرين جدد فى صناعة السكر لإنشاء كيانات جديدة مستقلة عن المنشآت المتواجدة حالياً فى هذه الصناعة بغرض زيادة الأعداد التنافسية فى هذه الصناعة من خلال تخفيض نسب التركيز بها ومن ثم زيادة فعالية التنافسية فى السوق، كما يضاف إلى ذلك أيضاً توفير الفرص لانتشار الداخلين الجدد إلى مناطق زراعية جديدة تتواجد بها زراعات المحاصيل السكرية والموردة للمنشآت الصناعية القائمة، وهو ما يساعد على تخفيض تكاليف نقل المحاصيل السكرية الخام إلى المنشآت الصناعية، ومن ثم تخفيض التكلفة وزيادة درجة التنافسية .

^١ - حسبت من : الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات، أعداد مختلفة.

الفصل الثالث: " السوق المحلية لزيوت الطعام "

تعد الزيوت النباتية من المكونات الضرورية في تصنيع الكثير من المنتجات الغذائية وفي إعداد وتجهيز الطعام في المنشآت المتخصصة وفي المنازل وهو ما يجعل منها سلعة ضرورية في إنتاج وتجهيز الطعام للشرائح المختلفة من المستهلكين. وتبدأ المرحلة الأولى على مسار تسويق هذه الزيوت بإنتاج محاصيل البذور الزيتية باعتبارها المصدر الخام لإستخراج هذه الزيوت، والتي تعد العنصر الأساسي في تحديد تكلفة إنتاجها ودرجة توافرها بالأسواق.. ويلى هذه المرحلة نقل المنتج من بذور المحاصيل إلى مركز إستخراج الزيوت حيث وجود المنشآت الصناعية المتخصصة في ذلك وكمرحلة ثالثة، ثم يليها في ذلك مراحل تالية مختلفة لتسويق وتوزيع المنتج إلى المستهلك النهائي... ويتناول الفصل الحالي المقومات والسمات المميزة لكل من هذه المراحل وبغرض إستخلاص المؤشرات ذات الدلالة على وجود الصفة الإحتكارية من عدمه وفي أي من هذه المراحل على مسار تسويقها في السوق المحلية، وذلك على النحو الوارد فيما يلي:

(١) مصادر العرض من البذور الزيتية:

تتنوع البذور النباتية ذات المحتوي من الزيوت الصالحة للإستهلاك الآدمي، إلى جانب ما تحتويه من مكونات أخرى صالحة لتغذية الحيوانات والدواجن والأسماك. ففي قطاع الزراعة المصرية هناك بذور القطن، وفول الصويا، وعباد الشمس، والسمسم، والفول السوداني، والزيتون والتي تتباين فيما بينها من حيث نسبة ما تحتويه من الزيوت، حيث تأتي بذور عباد الشمس في المركز الأول وبنسبة تتراوح ما بين ٣٩%-٤٦%، وتقترب منها أو تماثلها بذور الزيتون وبنسبة تبلغ نحو ٤٠%. تم تليهما في ذلك بذرة السمسم وبنسبة تبلغ نحو ٢٤%، ثم بذرة فول الصويا وبنسبة تبلغ نحو ٢٠% ثم بذرة القطن وبنسبة تبلغ نحو ١٩,٥%... وهنا ومع إستخراج زيت الطعام من بذرة الأذرة أيضاً فقد يجدر الإشارة إلى أن ما تحتويه من الزيوت يأتي في مستوي أدنى وبكثير عنه في مجموعة البذور المشار إليها حيث تصل نسبة الزيوت بها نحو ٣% وكحد أقصى^١.

ويشكل الإنتاج المحلي من بذور المحاصيل الخمس المشار إليها وشاملة في ذلك بذور الفول السودانى ما يقرب من ٥٢,٤%، ٥٣,٤% من إجمالي المعروض منها في السوق المحلية خلال عامي ٢٠١٣، ٢٠١٤ وعلى الترتيب، وإن تباينت هذه النسبة من نوعية إلى أخرى من هذه البذور، وبما يعكس وجود فائض للتصدير من بذور الفول السودانى، وبذور الزيتون في كلا العامين وبنسبة بلغت نحو

^١ - Mona Bahaa ELE Din and Fatma Ahmeed, eurrent situation of edible vegetable oils and some propositions to curb the oil Gap in Egypt, Nature and science jarnal, 2010.

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

٢٢,٧٥%، ١٧,١٤% من المعروض بالسوق في كل من العام الأول، والثاني على الترتيب في حالة الفول السوداني، ونسبة بلغت نحو ١٠,١٦%، ٨,٢٢% في كلا العامين وعلى الترتيب في حالة بذور الزيتون، بينما تعكس هذه النسبة وجود الإكتفاء الذاتي في المعروض بالسوق المحلية من بذور القطن، والسهم في عام ٢٠١٤، كما تعكس وجود العجز الكبير في الإنتاج المحلي من بذرة فول الصويا، وبذرة عباد الشمس ونسبة تراوحت ما بين ٩٧,٣٦%، ٩٦,٤٣% من المعروض في السوق المحلي من بذور فول الصويا في كل من العام الأول والثاني على الترتيب، بينما تتراوح نسبة العجز في الإنتاج المحلي من بذور عباد الشمس ما بين ٧٥% من المعروض منها في السوق المحلية عام ٢٠١٣، ٧٠,٣١% من المعروض منها في عام ٢٠١٤ جدول رقم (١/٢).

جدول رقم (١-٢) مصادر العرض من البذور الزيتية في السوق المحلية في عامي ٢٠١٣، ٢٠١٤

البذور	السنوات	الإنتاج المحلي		الواردات		الصادرات		المعرض بالسوق المحلي	
		ألف طن	%	ألف طن	%	ألف طن	%	ألف طن	%
١- فول صويا	٢٠١٣	٢٦	٢,٦٤	٩٥٧	٩٧,٣٦	-	-	٩٨٣	١٠٠
	٢٠١٤	٣٣	٣,٥٧	٨٩٣	٩٦,٥٤	(١)	(١١,٠)	٩٢٥	١٠٠
٢- فول سوداني	٢٠١٣	٢٠٥	١٢٢,٧٥	٩	٥,٣٩	(٤٧)	(٢٨,١٤)	١٦٧	١٠٠
	٢٠١٤	٢٠٥	١١٧,١٤	٩	٥,١٤	(٣٩)	(٢٢,٢٩)	١٧٥	١٠٠
٣- عباد شمس	٢٠١٣	٢٠	٢٥,٠	٦٣	٧٨,٧٥	(٣)	(٣,٧٥)	٨٠	١٠٠
	٢٠١٤	١٩	٢٩,٦٩	٤٨	٧٥,٠	(٣)	(٤,٦٩)	٦٤	١٠٠
٤- بذرة قطن	٢٠١٣	٢١١	١٠٠,٠	-	-	-	-	٢١١	١٠٠
	٢٠١٤	١٣٤	١٠٠,٠	-	-	-	-	١٣٤	١٠٠
٥- بذرة السهم	٢٠١٣	٣٣	٧٣,٣٣	٣٠	٦٦,٦٧	(١٨)	(٤٠)	٤٥	١٠٠
	٢٠١٤	٣٣	١٠٠	٢١	٦٣,٦٤	(٢١)	(٦٣,٦٤)	٣٣	١٠٠
٦- بذرة زيتون	٢٠١٣	٥٤٢	١١٠,٣٦	١	٠,٢٠	(٥١)	(١٠,٣٦)	٤٩٢	١٠٠
	٢٠١٤	٥٦٦	١٠٨,٢٢	-	-	(٤٣)	(٨,٢٢)	٥٢٣	١٠٠
جملة	٢٠١٣	١٠٣٧	٥٢,٤	١٠٦٠	٥٣,٥٩	(١١٩)	(٦,٠٢)	١٩٧٨	١٠٠
	٢٠١٤	٩٩٠	٥٣,٤	٩٧١	٥٢,٣٧	(١٠٧)	(٥,٧٧)	١٨٥٤	١٠٠

المصدر: وزارة الزراعة، الميزان الغذائي لعامي ٢٠١٣، ٢٠١٤.

هذا وتقوم صناعة إستخراج زيوت الطعام النباتية في الصناعة المصرية على إستخدام كل من بذور فول الصويا، وعباد الشمس، والقطن بدرجة أساسية، إلى جانب إستخدام نسبة محدودة من المعروض من بذور الزيتون، وندرة أو إستبعاد إستخدام كل من بذور الفول السوداني، وبذور السهم في هذا الغرض، وهو ما قد يعزي إلى عدم تذوق المستهلك المصري للزيوت المستخرجة من بذور الفول السوداني، والسهم إلى جانب الإستهلاك الأدمي المباشر لبذور الفول السوداني (بغرض التسلية) أو في

صناعة بعض أنواع الحلوى إلى جانب تصدير البعض الآخر منها إلى الأسواق الخارجية، كما تستخدم بذور السمسم في صناعة الطحينة. أما إستخدامات الصناعة من بذور فول الصويا فقد بلغت ما نسبته ٨٧,١%، ٨٨,٩% من المعروض منها في السوق المحلية في عامي ٢٠١٣، ٢٠١٤ على الترتيب، كما بلغت نسبة المستخدم من بذور عباد الشمس نحو ٦٨,٨%، ٦٤,١% في كل من العام الأول والثاني على الترتيب، بينما بلغت هذه النسبة حوالي ٨٥,٦%، ٧٧,٦% في حالة بذرة القطن في كل من العام الأول، والثاني على الترتيب، كما تراوحت ما بين ٣,١% (في عام ٢٠١٤)، ٤,٩% (في عام ٢٠١٣) في حالة بذرة الزيتون وحيث تمثل النسبة الباقية المتبقى لغذاء الإنسان والكميات المستخدمة كتقايي، والفاقد منها جدول رقم (٢/٢)..... ومما سبق يمكن أن يستخلص النتائج التالية:

- أن المصادر الأساسية لإستخراج زيوت الطعام النباتية في الصناعة المصرية تتمثل في بذور كل من فول الصويا، وعباد الشمس، والقطن.
- إن الإستيراد من بذور فول الصويا وعباد الشمس يعد المصدر الرئيسي لتوفير إحتياجات الصناعة المصرية للزيوت النباتية منها، ومن ثم صغر مساهمة الإنتاج المحلي منها في هذا الغرض.

جدول رقم (٢-٢) إستخدامات المعروض من البذور الزيتية في السوق المحلية في عامي ٢٠١٣، ٢٠١٤

البذور	السنوات	الإنتاج المحلي		الواردات		الصادرات		المعروض بالسوق المحلي	
		ألف طن	%	ألف طن	%	ألف طن	%	ألف طن	%
١- فول صويا	٢٠١٣	٨٥٦	٨٧,٠٦	١	٠,١٠	٨٥	٨,٦٥	٤١	٤,١٧
	٢٠١٤	٨٢٢	٨٨,٨٦	١	٠,١١	٥٦	٦,٠٥	٤٦	٤,٩٧
٢- فول سوداني	٢٠١٣	-	-	٦	٣,٥٩	٢	١,٢٠	١٥٩	٩٥,٢١
	٢٠١٤	-	-	٦	٣,٤٣	١٤	٨,٠	١٥٥	٨٨,٥٧
٣- عباد شمس	٢٠١٣	٥٥	٦٨,٧٥	-	-	٥	٦,٢٥	٢٠	٢٥,٠٠
	٢٠١٤	٤١	٦٤,٠٦	-	-	٤	٦,٢٥	١٩	٢٩,٦٩
٤- بذرة قطن	٢٠١٣	١٨١	٨٥,٧٨	١٧	٨,٠٦	١٣	٦,١٦	-	-
	٢٠١٤	١٠٤	٧٧,٦١	٢٢	١٦,٤٢	٨	٥,٩٧	-	-
٥- السمسم	٢٠١٣	-	-	-	-	٣	٦,٦٧	٤٢,٠	٩٣,٣٣
	٢٠١٤	-	-	-	-	٢	٦,٠٦	٣١,٠	٩٣,٩٤
٦- الزيتون	٢٠١٣	٢٤	٤,٨٨	-	-	٧٤	١٥,٠٤	٣٩٤	٨٠,٠٨
	٢٠١٤	١٦	٣,٠٦	-	-	٧٨	١٤,٩١	٤٢٩	٨٢,٠٣
جملة	٢٠١٣	١١١٦	٥٦,٤٢	٢٤	١,٢١	١٨٢,٠	٩,٢٠	٦٥٦,٠	٣٣,١٦
	٢٠١٤	٩٨٣	٥٣,٠٢	٢٩	١,٥٦	١٦٢,٠	٨,٧٤	٦٨٠	٣٦,٦٨

المصدر: وزارة الزراعة، الميزان الغذائي لعام ٢٠١٣، ولعام ٢٠١٤.

وفي الزراعة المصرية، يزرع محصول فول الصويا مع بداية شهر مايو، وفي مساحة بلغت نحو ٣٤ ألف فدان في عام ٢٠١٤/٢٠١٥، وتتركز أغلبها في محافظة المنيا ونسبة ٧٣,٤% ثم في

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

محافظتى بنى سويف، وأسيوط وبنسبة بلغت نحو ١١,٥%، ٤,٦% في كل منهما على الترتيب بينما تزرع باقى المساحة في بعض المحافظات الأخرى وعلى نحو ما يشير إليه الجدول رقم (٣/٢) ... أما محصول عباد الشمس فيزرع في مناطق الدلتا في شهر مارس، كما يزرع في مناطق مصر الوسطى خلال شهري يونيو ويوليو وفي مساحة بلغت نحو ١٥,٨٣ ألف فدان في عام ٢٠١٤/٢٠١٥ ويتركز الجانب الأكبر منها في منطقة النوبارية وبنسبة بلغت نحو ٣٨,٧%، ثم في محافظة البحيرة وبنسبة ٢٠,٣%، ويليهما في ذلك كل من محافظة الجيزة، والمنيا، والفيوم وبنسبة بلغت نحو ١١,٨%، ١٠,٨%، ٩,٥% في كل منها وعلى الترتيب. وبمعيار المساحة المنزرعة من كلا المحصولين، ومتوسط مساحة الحيازة الزراعية في مناطق تركيز زراعتها (وعلى نحو مماثل لافتراضات حالة المحاصيل السكرية) يمكن تقدير الحد الأدنى لعدد منتجى كل من المحصولين في هذه المناطق، حيث يمكن تقدير هذا العدد في حالة محصول فول الصويا بنحو ١٤,٨ ألف منتج في محافظة المنيا، وبنحو ٢,٤ ألف منتج في محافظة بنى سويف ثم بحوالى ١,٠٢ ألف منتج في محافظة أسيوط. أما بالنسبة لحالة محصول عباد الشمس فيمكن تقدير الحد الأدنى لعدد المنتجين بحوالى ١,٥، ٠,٧٦، ٠,٥٧، ١,٠١، ٠,٨٥ ألف منتج زراعي في كل من مناطق النوبارية، والبحيرة، والجيزة، والمنيا، والفيوم على الترتيب.

جدول رقم (٢-٣) المساحة المنزرعة والإنتاج من محصولي فول الصويا، وعباد الشمس في عام ٢٠١٥/٢٠١٤

المحافظات	فول الصويا				عباد الشمس			
	المساحة		الإنتاج		المساحة		الإنتاج	
	فدان	%	فدان	%	فدان	%	فدان	%
١- الاسكندرية	-	-	-	-	٢٧٤	١,٧٣	٣٠٣	١,٣٥
٢- بورسعيد	-	-	-	-	٥	٠,٠٣	٣	٠,٠١
٣- الدقهلية	٤٢٩	١,٢٦	٥٥١	١,١٨	٦	٠,٠٤	٤	٠,٠١
٤- الشرقية	١٣٣	٠,٣٩	١٦٧	٠,٣٦	١٤٨	٠,٩٤	٢١٨	٠,٩٧
٥- القليوبية	١٣٢	٠,٣٩	٢٠٤	٠,٤٤	١٥	٠,٠٩	٢٦	٠,١٢
٦- كفر الشيخ	١٠٣١	٣,٠٣	٩٣٩	٢,٠٠	٩	٠,٠٦	٧	٠,٠٣
٧- الغربية	٢٨٦	٠,٨٤	٣٥٥	٠,٧٦	-	-	-	-
٨- البحيرة	٣٦٨	١,٠٨	٤٨٧	١,٠٤	٣٢٢٠	٢٠,٣٥	٣٣٦٩	١٥,٠١
٩- الاسماعيلية	٢	-	١٦	٠,٠٣	-	-	-	-
١٠- الجيزة	-	-	-	-	١٨٦٦	١١,٧٩	٤٧٨٧	٢١,٣٣
١١- بنى سويف	٣٨٩٢	١١,٤٦	٥٣٧٣	١١,٤٧	٥٤٨	٣,٤٦	٧٦٨	٣,٤٢
١٢- الفيوم	-	-	-	-	١٤٩٩	٩,٤٧	١٢٢٦	٥,٤٦
١٣- المنيا	٢٤٩٥٢	٧٣,٤٤	٣٤٨١٨	٧٤,٣٣	١٧٠٧	١٠,٧٩	١٧٣١	٧,٧١
١٤- أسيوط	١٥٤٧	٤,٥٥	٢٠٣٦	٤,٣٥	٣١٣	١,٩٨	٣٤٠	١,٥٢
١٥- سوهاج	١٥٦	٠,٤٦	٢١٨	٠,٤٧	١٢	٠,٠٨	١٨	٠,٠٨
١٦- الوادي الجديد	٦٢	٠,١٨	٣٠	٠,٠٦	٥١	٠,٣٢	٤١	٠,١٨
١٧- مطروح	-	-	-	-	٢	٠,٠١	٢	-
١٨- المنوفية	٣٤	٠,١	٨٢	٠,١٨	-	-	-	-
١٩- النوبارية	٩٥٠	٢,٨٠	١٥٦٧	٣,٣٥	٦١٥٠	٣٨,٨٦	٩٥٦٨	٤٢,٦٤
جملة	٣٣٩٧٤	١٠٠,٠٠	٤٦٨٤٣	١٠٠,٠٠	١٥٨٢٥	١٠٠,٠٠	٢٢٤٤١	١٠٠,٠٠

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لإحصاءات المساحة المحصولية والإنتاج النباتي، القاهرة، ٢٠١٧.

وبالنظر إلى تقديرات الحد الأدنى لعدد منتجي كلا المحصولين، والنطاق الجغرافي الضيق (السوق) لكل من مناطق تركيز زراعتها تأتي إفتراضات الدراسة بوجود المنافسة الكاملة بين منتجي كل من المحصولين لتصرف إنتاجهم إلى منافذ الإستهلاك النهائي (إستهلاك آدمي مباشر وصناعة) عبر التجار والوسطاء المحليين بأسواق الجملة والتجزئة أو بالإتصال المباشر بمنافذ الإستهلاك وحيث تحدد الأسعار وفقا لظروف العرض والطلب والمساومة بين البائع والمشتري... وأخيراً، وبغض النظر عن طبيعة الممارسة التجارية في كلا المحصولين بالسوق المحلية، فإن نتائج هذه الممارسات تكاد تنحصر كلية على الاستهلاك الأدمي المباشر منها، وخارج دائرة صناعة إستخراج الزيوت النباتية، حيث يقل الإنتاج المحلى منها عن إحتياجات السوق المحلية لأغراض الإستهلاك الأدمي المباشر، والتقاوي- فضلاً عن الفاقد منها- وإستناد الصناعة على إستيراد كامل إحتياجاتها من بذور هذه المحاصيل أو الزيوت الخام من الأسواق الخارجية (الجدول رقم (١/٢)، (٢/٢)).

(٢) صناعة إستخراج وتجهيز زيوت الطعام:

يأتى إستخراج وتجهيز زيوت الطعام في المرحلة التالية لمرحلتى تدبير الإحتياجات من البذور الزيتية أو الزيوت الخام ونقلها إلى منشآت إستخراج وتكرير الزيوت لصالح الإستهلاك الأدمي... ومن السمات المميزة لهذه الصناعة في هذه المرحلة ما يمكن ذكره وبإيجاز فيما يلي:

(١-٢) يتواجد في هذه الصناعة ما يقرب من ٣٣ منشأة فضلاً عن ما قد يوجد من معاصر صغيرة غير مسجلة. وتشمل هذه المنشآت عدد (١١) منشآت تحت ملكية قطاع الأعمال/القطاع العام، ونحو ٢٢ منشأة بالقطاع الخاص، كما يتواجد منها عدد (٢٦) منشأة في محافظات الدلتا، عدد (٧) منشآت في محافظات الوجه القبلى، وشمال سيناء. وتتباين هذه المنشآت فيما بينها من حيث السعة الإنتاجية، وفي تكنولوجيا الإنتاج، وفي المراحل الإنتاجية لتجهيز المنتج النهائي، وكذلك الأصناف المنتجة من هذه الزيوت، وعلاماتها التجارية، حيث هناك من المنشآت الكبيرة التى تستحوذ على نسبة كبيرة من السوق المحلية، ومنها، وعلى سبيل المثال، شركة عافية العالمية (والمسماة سابقا بشركة صافولا)، وشركة برج العرب، كما أن هناك من المنشآت ذات السعة الإنتاجية المتوسطة، والمحدودة. كذلك هناك من المنشآت التى تقوم على إستخراج وتجهيز الزيوت في صورتها الصالحة للإستهلاك النهائي وبالجودة المطلوبة عبر المراحل الإنتاجية المتتابعة واللازمة لهذا الغرض، بدءاً من عصر البذور الزيتية لإستخراج الزيوت الخام ثم المرور بمرحلة تكرير هذه الزيوت ثم التعبئة ثم التوزيع إلى أسواق الجملة والتجزئة، وفي المقابل هناك من المنشآت التى تقوم على تجهيز الزيوت بإستخدام الزيوت الخام بغرض تكريرها ثم التعبئة والتوزيع. كما أن هناك من المنشآت التى تقوم على تعبئة الزيوت المكررة ثم التوزيع على الأسواق... وكذلك أيضاً هناك من المنشآت التى تقوم على إستخراج أو تجهيز الزيوت من نوعية معينة من البذور الزيتية ويقابلها البعض الآخر من المنشآت التى تقوم على إستخراج أو تجهيز الزيوت من نوعيات مختلفة من البذور

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

الزيتية... ويتضمن الجدول رقم (٢-٤) بعضاً من نماذج هذه المنشآت، والممثلة في أسماء الشركات المالكة لها، والتي تشير ضمناً إلى التباينات المشار إليها.

جدول رقم (٢-٤) نماذج من المنشآت القائمة على إستخراج وتجهيز زيوت الطعام في الصناعة المصرية

الشركة	النشاط، ونوعية الإنتاج
١- شركة عافية الدولية:	إستخراج، وتكرير وتوزيع منتجات الزيوت النباتية (فول صويا، وعباد شمس، وأذرة)، وعلامتها التجارية "عافية"
٢- شركة برج العرب: في برج العرب/ الإسكندرية	إستخراج، وتكرير، وتعبئة، وتوزيع زيوت فول الصويا، وعباد الشمس، والأذرة منفردة بالإضافة إلى زيت خليط مكرر من زيوت فول الصويا، وزيت عباد الشمس، وزيت القطن وعلامة تجارية "أولية-oleh" للزيوت المنفردة، وعلامة تجارية (omry -) للزيت الخليط.
٣- شركة "إرما" ARMA	إنتاج السمن، والزيوت الطبيعية من الأذرة وعباد الشمس، ومن بينها الزيوت بالعلامة التجارية "كريستال" والسمن الذهبية بعلامة تجارية "السمن الذهبية- هانم-".
٤- شركة أويل تك:	إنتاج زيوت مكررة من فول الصويا، وعباد الشمس، والأذرة وعلامة تجارية "روبال".
٥- شركة إفكو مصر (IFFICO) في السويس	تكرير وتجهيز الزيوت والدهون النباتية، وعلاماتها التجارية: "صنى"، "أميرة"، "نور"، "الذهبية"، "ألفا".
٦- شركة القاهرة للزيوت والصابون: في مدينة دمياط.	إنتاج وتعبئة زيوت الطعام والسمن النباتي، وعلامات تجارية "كافنا" لزيوت عباد الشمس، والأذرة.
٧- شركة جرين إيجيبتي لتصنيع الزيوت النباتية: في محافظة المنيا.	إنتاج زيوت الطعام والسمن النباتي، من زيوت الأذرة، وعباد الشمس، والزيوت المخلوطة وعلامة تجارية "ربيتا" لزيت الطعام من عباد الشمس، وزيت الزيتون، وعلامة تجارية "البسمة" لزيت الأذرة، وعلامة تجارية "هيبا" للسمنة النباتي.
٨- شركة ألفا مصر للصناعة والإستثمار: مدينة العاشر من رمضان	إستخراج وتجهيز زيوت الطعام النباتية من أذرة، وفول صويا وعباد شمس، وتجهيزها وبالجودة الملائمة للإستهلاك، ثم التعبئة والتخزين، والتوزيع إلى الأسواق، ومن علاماتها التجارية: "قمرين"، "وشوق"، "برلنت".
٩- مجموعة أجوا للصناعات الغذائية	ومن أنشطتها تكرير وتعبئة الزيوت النباتية، وإنتاج وتعبئة السمن النباتي، وماركتها التجارية للزيوت "السندباد".
١٠- شركة الصفوة للزيوت النباتية:	تقوم الشركة باستيراد وإنتاج الزيوت، وبشكل رئيسي زيت النخيل، وعلاماتها التجارية للزيوت: "دورا"، "سيتي أويل"، "المهد".
١١- الشركة الدولية لإستخراج زيوت الطعام "أويلكس oilEx في مدينة السادات.	إنتاج زيت، وكسب فول الصويا.
١٢- الشركة المتحدة لتصنيع الزيوت النباتية: العاشر من رمضان.	تجهيز زيت الأذرة، وعلامة تجارية "شهد" وتصنيع زيت عباد الشمس وعلامة تجارية "حورس".
١٣- شركة أبو الهول المصرية للزيوت والمنظفات: "الإسكندرية".	إستخراج، وتكرير وتعبئة زيوت الطعام وعلامة تجارية "أبو الهول".
١٤- شركات تابعة للشركة القابضة للصناعات الغذائية (الإسكندرية للزيوت والصابون/ طنطا للزيوت والصابون/ النيل للزيوت والمنظفات.	ومن أنشطتها إنتاج مسلى نباتي بعلامات تجارية: "كهرماتة"، و"السبع"، زيت بذرة قطن، وخليط من زيت عباد الشمس وبذرة القطن بعلامة تجارية "زمزم"، وزيت ذرة بعلامات تجارية "نعب".

المصدر: المواقع الإلكترونية للشركات المذكورة بالجدول.

(٢-٢) وعلى الرغم مما يستورد من بذور فول الصويا، وعباد الشمس وما يستخدم منها بغرض إنتاج زيوت الطعام محلياً، وبالكميات المشار إليها من قبل في عامي ٢٠١٣، ٢٠١٤ فإن الفجوة ما بين الإنتاج المحلي، والإحتياجات منها تبقى قائمة وبوزن نسبى كبير، وبما يجعل من الواردات منها تمثل النسبة الأكبر في إجمالي المعروض منها في السوق المحلية، وعلى نحو ما يشار إليه، وعلى سبيل

المثال، بالجدول رقم (٢-٥)، حيث يمثل الإنتاج المحلي نحو ١٤,٣% في المتوسط من إجمالي المعروض منها في السوق المحلية خلال عامي ٢٠١٣، ٢٠١٤، بينما تمثل الواردات منها ما نسبته ٩١,٦%، ٩٤,٧% من إجمالي المعروض منها في السوق المحلية في كل من العام الأول، والثاني على الترتيب، وإن كان يقابل ذلك من جهة أخرى تصدير ما يمثل نحو ٥,٨%، ٩,٢% من المعروض في السوق المحلية، وبما يشير إلى أن صافي الواردات من زيوت الطعام يمثل ما نسبته ٨٥,٧% في المتوسط من المعروض منها خلال العامين الأول، والثاني... وتعد المنشآت المحلية المنتجة والمجهزة لزيوت الطعام هي المستوردة لزيوت الطعام، إما في صورتها الخام لغرض تكريرها ثم التعبئة والتوزيع أو في صورتها المكررة بغرض التعبئة والتوزيع أو إنتاج الزيوت المخلوطة، كما أنها تعد هي المورد والموزع للزيوت إلى أسواق الجملة والتجزئة.

جدول رقم (٢-٥) مصادر المعروض من زيوت الطعام في السوق المحلية في عامي ٢٠١٣، ٢٠١٤

البذور	السنوات	الإنتاج المحلي		الواردات		الصادرات		المعروض بالسوق المحلي	
		ألف طن	%	ألف طن	%	ألف طن	%	ألف طن	%
١- فول صويا	٢٠١٣	١٥٠	٥٠,٣٤	١٨٣	٦١,٤١	(٣٥)	(١١,٧٤)	٢٩٨	١٠٠
	٢٠١٤	١٤٤	٨٧,٢٧	١٠٢	٦١,٨٢	(٨١)	(٤٩,٠٩)	١٦٥	١٠٠
٢- بذرة قطن	٢٠١٣	٣٦	١٠٠	-	-	-	-	٣٦	١٠٠
	٢٠١٤	٢١	١٠٠	-	-	-	-	٢١	١٠٠
٣- عباد شمس	٢٠١٣	١٩	٣,٦٧	٥٣٨	١٠٣,٨٦	(٣٩)	(٧,٥٣)	٥١٨	١٠٠
	٢٠١٤	١٤	٣,١٢	٤٦٠	١٠٢,٤٥	(٢٥)	(٥,٥٧)	٤٤٩	١٠٠
٤- ذرة	٢٠١٣	٨	٢٤,٢٤	٢٩	٨٧,٨٨	(٤)	(١٢,١٢)	٣٣	١٠٠
	٢٠١٤	٩	٢٣,٦٨	٣٢	٨٤,٢١	(٣)	(٧,٨٩)	٣٨	١٠٠
٥- نخيل	٢٠١٣	-	-	٧٢٤	١٠١,١٢	(٨)	(١,١٢)	٧١٦	١٠٠
	٢٠١٤	-	-	٦٩٨	١٠١,٦	(١١)	(١,٦)	٦٨٧	١٠٠
٦- أخرى	٢٠١٣	١٥	١١٥,٣٨	٥	٣٨,٤٦	(٧)	(٥٣,٨٥)	١٣	١٠٠
	٢٠١٤	١١	٨٤,٦٢	٨	٦١,٥٤	(٦)	(٤٦,١٥)	١٣	١٠٠
جملة	٢٠١٣	٢٢٨	١٤,١٣	١٤٧٩	٩١,٦٤	(٩٣)	(٥,٧٦)	١٦١٤	١٠٠
	٢٠١٤	١٩٩	١٤,٤٩	١٣٠٠	٩٤,٦٨	(١٢٦)	(٩,١٨)	١٣٧٣	١٠٠

المصدر: وزارة الزراعة، الميزان الغذائي لعام ٢٠١٣، والميزان الغذائي لعام ٢٠١٤.

هذا وتشير تقديرات المعروض (والمتاح للإستهلاك) من هذه الزيوت في السوق المحلية خلال العامين المشار إليهما، وحسب الأصناف، إلى أن زيت النخيل يأتي في المركز الأول بين هذه الأصناف حيث يمثل المعروض المتاح للإستهلاك منها ما نسبته ٤٤,٤%، ٥٠,٠% من إجمالي المعروض منها في كل من العام الأول، والثاني على الترتيب، ثم يليه وفي المركز الثاني

زيت عباد الشمس، ونسبة بلغت نحو ٣٢,٤% في المتوسط خلال العامين، بينما يأتي المعروض المتاح للإستهلاك من زيت فول الصويا في المركز الثالث بين الأصناف المعروضة، ونسبة بلغت نحو ١٨,٥%، ١٢,٠% في كل من العام الأول، والثاني على التوالي.. أما الأصناف الأخرى من زيت الطعام (أذرة، بذرة قطن، أخرى) فيمثل المعروض المتاح للإستهلاك منها نسبة هامشية تتراوح ما بين ١%-٣% تقريباً، وعلى نحو ما يمكن إستخلاصه من الجدول رقم (٥/٢) المشار إليه من قبل.

(٢-٣) تنتج وتستهلك زيوت الطعام في السوق المصرية على ثلاث أشكال مختلفة ممثلة في الشكل السائل المهدرج، والسمن الصناعي، والزيوت التي تجمد عند درجة حرارة الحجرة- كما تنتج وتستهلك في صورة نقية منفردة لبذور محصول معين (فول صويا، أو عباد شمس، أو نخيل أو قطن... ألخ) أو في صورة خليط من مجموعة من هذه الزيوت معاً (مثل زيت فول الصويا+ زيت عباد الشمس+ زيت النخيل)، وهنا أيضاً قد تختلف نوعيات مكونات هذا الخليط، ونسب الخلط فيما بينها باختلاف المنشآت المنتجة. ومع تعدد المنشآت المنتجة لهذه الزيوت تتعدد أيضاً العلامات التجارية للإنتاج منها. ففي منشآت القطاع الخاص يتواجد حالياً (٢٠١٦/٢٠١٧) عدد (٢٢) علامة تجارية لإنتاجها من الزيت المخلوط (فول صويا+ عباد شمس + نخيل)، بالإضافة إلى عدد (١١) علامة تجارية لزيت عباد الشمس، وعدد (٣) علامة تجارية لزيت فول الصويا النقي. أما منشآت القطاع العام فيحمل إنتاجها من الزيت عدد (٤) علامات تجارية لزيت فول الصويا، وعدد (٦) علامة تجارية لإنتاجها من الزيت المخلوط.^١

(٣) التوزيع إلى أسواق الجملة والتجزئة:

١- تعمل منشآت القطاع الخاص المنتجة لزيوت الطعام وفقاً لمبادئ السوق الحر بالنسبة لمشترياتها من البذور الزيتية، والزيوت الخام، كما تعمل وفقاً لهذه المبادئ في تصريف إنتاجها إلى أسواق الجملة، والتجزئة... أما منشآت القطاع العام فتعمل أيضاً وفقاً لهذه المبادئ بالنسبة لمشترياتها من البذور الزيتية والزيوت الخام، إلا أنها تعمل في تصريف إنتاجها إلى السوق المحلية وفقاً لمبدأ دعم المستهلك، وفي إطار ما يعرف بنظام الكارت الذهبي، والذي يقوم على تحديد نوعية السلع، والسعر المدعم، والحصص المخصصة لعضو كل من الأسر المستحقة للدعم. ولقد سجل هذا النظام ومنذ نشأته عدة تعديلات انتهت إلى تحديد ٥٦ سلعة غذائية وغير غذائية يمكن للأسرة المستهدفة الشراء منها وبدعم يبلغ ٢١ جنيه/ للعضو، ثم جاء التعديل الأخير الصادر

¹ - Ahmed waly, oil seeds and products Amnual , Egypt USDA Foreign Agricultural services, Gain report No:4/14/2016.

بالقرار الوزاري رقم "٨" لسنة ٢٠١٧ (٢٠ مارس) ليلغى القائمة السابقة وإحلالها بقائمة جديدة تشمل ٢٠ سلعة من بينها الزيت المخلوط، والسكر، والأرز مع تخصيص ٠,٨ لتر من الزيت المخلوط، ١ كجم من السكر، ١ كجم من الأرز للعضو، وبسعر ١٢,٠، ٨,٠، ٦,٥ جنيه لكل منها وعلى الترتيب وخصما من قيمة الدعم المحدد بالكارت (٢١ جنيه)، ومن ثم دفع ٥,٥ جنيه/ للعضو.

٢- وفي إطار برنامج الدعم المذكور ومنذ نوفمبر ٢٠١٥ أصبحت كل من الشركة القابضة للصناعات الغذائية، وهيئة السلع التموينية هما المؤسستين الحكوميتين المسئولة عن استيراد زيوت الطعام الخام، والتي يتم شراءها عن طريق العطاءات المقدمة من القطاع الخاص، ويتم تكريرها إما عن طريق شركات الزيوت التابعة لها أو من خلال التعاقدات مع شركات القطاع الخاص الأخرى، وحيث تسلم الزيوت المكررة إلى الشركة المصرية لتجارة الجملة، وهي شركة تابعة للشركة القابضة للصناعات الغذائية، والتي تتولى بدورها توزيع هذه الزيوت على المجمعات الاستهلاكية التابعة للشركة القابضة للصناعات الغذائية والتي يبلغ تعدادها ٥٠٠٠ جمعية بغرض البيع إلى المستهلك النهائي بالإضافة إلى ما يقرب من ٢٧٠٠٠ بقال متعاقد معها بغرض تنفيذ برنامج الكارت الذهبي للدعم. أما شركات القطاع الخاص المنتجة لزيوت الطعام فتتولى تصريف إنتاجها إلى تجار الجملة، وبالتبعية إلى تجارة التجزئة، والتي تنتوع المنتجات الغذائية التي تتعامل في توزيعها إلى المستهلك النهائي، والتي تتماثل أعدادها مع الأعداد السابق ذكرها في حالة سلعة السكر.

٣- مع استناد الصناعة المحلية لزيوت الطعام على استيراد احتياجاتها من البذور الزيتية، وزيوت الطعام الخام من الخارج، ومع ما تستهدفه الدولة من توفير إحتياجات السوق المحلية من هذه الزيوت وبتكلفة تتناسب مع مستوي دخول غالبية المستهلكين جاء إعفاء الواردات من البذور الزيتية، وزيت النخيل، وزيت بذرة القطن من الرسوم الجمركية، مع فرض رسم جمركي محدود وعلى الواردات من الزيت الخام والمكرر لفول الصويا وعباد الشمس يبلغ ٢% من القيمة "سيف" في الفترة الأخيرة.. ومع ذلك فقد سجل العاميين الأخيرين تخفيض سعر العملة الوطنية بما لتلك من دلالات على إرتفاع تكلفة الواردات. حيث إنخفاض قيمة الجنيه مقابل الدولار من نحو ٧,٨٣ جنيه في الربع الأول من عام ٢٠١٥ لتصل إلى ما يقرب من ٨,٨، ١٨,٠ جنيه من شهر مارس من عامي ٢٠١٦، ٢٠١٧ على الترتيب وهو ما أنعكس وبالتبعية على أسعار زيوت الطعام في السوق المحلية. فمع إرتفاع قيمة الدولار بالنسبة للعملة الوطنية خلال شهر مارس من عام ٢٠١٦ وبنسبة بلغت نحو ١٢,٣٨% عنه في نفس الشهر من العام السابق، ثم بنسبة

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

بلغت نحو ١٠٤,٥٥% خلال شهر مارس من عام ٢٠١٧ عنه في نفس الشهر من عام ٢٠١٦،
تبع ذلك إرتفاع أسعار زيوت الطعام في السوق المحلية، وعلى نحو ما تشير إليه أسعار الزيوت
النقية لعباد الشمس، والزيوت المخلوطة لبعض العلامات التجارية منها خلال الربع الأول من
عامي ٢٠١٦، ٢٠١٧، وبما هو مبين بالجدول رقم (٦-٢).

جدول رقم (٦-٢) أسعار زيت عباد الشمس، والزيوت المخلوطة لبعض العلامات التجارية
في الربع الأول من عامي ٢٠١٦، ٢٠١٧ (جنيه / ٠,٨ لتر)

الزيوت	أسعار مدعمة					السوق الحر				
	٢٠١٥		٢٠١٦		٢٠١٧		٢٠١٦		٢٠١٧	
	جنيه	%	جنيه	%	جنيه	%	جنيه	%	جنيه	%
(١) زيت عباد شمس										
* علامة تجارية (١)	١٢,٥	٢,٠	١٢,٧٥	٣٩,٢	١٣,٠	٣٩,٢	١٣,٧٥	٥,٧٧	٢١,٧	٥٧,٨٢
* علامة تجارية (٢)	١٣,٠	٣,٨٤	١٣,٥٠	٣٨,٩	١٣,٧٥	٣٨,٩	١٤,٢٥	٣,٦٤	٢٢,٠	٥٤,٣٩
(٢) زيوت مخلوطة										
* علامة تجارية (١)	٨,٨٥	٩,٢٥	٩,٢٥	٤,٥٢	١٢,٠	٢٩,٧٣	١١,٧٥	١١,٩٠	١٥,٦	٣٢,٧٧
* علامة تجارية (٢)	٩,٠	٨,٣٣	٩,٧٥	١٢,٠	١١,٢٥	٢٣,٠٧	١٢,٢٥	٨,٨٩	١٦,٨	٣٧,١٤

المصدر:

Ahmed waly, oil seeds and products Annual, USDA, Foreign Agricultural services, Gain report No: 3/30/2017.

(٤) التركز وقوى السوق (الإحتكار) في السوق المحلية لزيوت الطعام:

تبدو مرحلتى إنتاج، وتجارة الجملة على المسار التسويقي لزيوت الطعام في السوق المحلية على
أنهما موضع التساؤل عن وجود القوي الإحتكارية بها من عدمه، حيث يخلص العرض السابق إلى تواجد
المنشآت القائمة على توزيع هذه الزيوت في سوق الجملة بالأعداد الكبيرة، ومن ثم توقع وجود حالة
المنافسة الحرة وبفاعلية في هذه السوق. وهنا يمكن الإجابة على هذا التساؤل على النحو الوارد فيما
يلى:

(١) في مرحلة الإنتاج: تتواجد في السوق المحلية ما يقرب من ٣٣ منشأة لإنتاج وتجهيز زيوت

الطعام موزعة على مواقع مختلفة داخل السوق، كما يشترك أغلبها في إنتاج غالبية الأصناف
المنتجة من هذه الزيوت، كما أن لكل من هذه المنشآت علاماتها التجارية المميزة لإنتاجها، وعلى
نحو ما سبق الإشارة إليه، ومع تميز هذه الزيوت بالقابلية للتخزين والنقل من موقع إلى آخر مما
يجعل من السوق المصرية بمواقعها سوقاً واحدة، فإن كل ذلك ما يجعل من وجود حالة
المنافسة الفاعلة أو المنافسة الاحتكارية فيما بين هذه المنشآت هي الأكثر احتمالاً ومع ذلك فإن

تحليل المؤشرات المرتبطة بذلك قد تنفي أو تؤكد هذه الاحتمالات، وهو ما يمكن تناوله وبإيجاز فيما يلي:

(١-١) تتواجد المنشآت المشار إليها في عدد (١٣) محافظة وبعدد يختلف من محافظة إلى أخرى، كما تختلف طاقتها الإنتاجية من منشأة إلى أخرى داخل نفس المحافظة، أو فيما بين هذه المحافظات. ولقد بلغ إنتاج هذه المنشآت من زيوت ودهون الطعام في عام ٢٠١٥/٢٠١٦، ما قيمته ٩,٨٨٢ مليار جنيه تقريباً، وبمتوسط يبلغ نحو ٢٩٩,٤٧ مليون جنيه للشركة، مع وجود التباينات الملحوظة فيما بينها حيث يصل هذا المتوسط أعلى حدوده في شركات القاهرة، والشرقية ليبلغ نحو ١١٣٢,٧ مليون جنيه في كل منهما وعلى الترتيب، ثم يليهما في ذلك شركات السويس، والمنوفية، وبمتوسط بلغ نحو ٧٥١,٠ مليون جنيه لشركات السويس، ونحو ٣٠٦,٥ مليون جنيه لشركات المنوفية. أما شركات المحافظات الأخرى فيتراوح متوسط إنتاجيتها ما بين ٠,٤ مليون جنيه عند حده الأدنى في محافظة شمال سيناء، ١٨٧ مليون جنيه عند حده الأعلى في محافظة سوهاج، وذلك على نحو ما هو مبين بالجدول رقم (٧/٢)، وحيث تشير هذه المؤشرات إلى تواجد الشركات الكبيرة في محافظات القاهرة، والشرقية، والسويس والمنوفية.

وبمعيار متوسط إنتاج هذه الشركات ومن ثم نصيب كل منها في السوق، تأتي شركات القاهرة، والشرقية، والسويس، والمنوفية، وعلى الترتيب في المراكز الأولى، حيث تستحوذ الشركة على نصيب يبلغ نحو ١١,٤٥%، ٧,٧%، ٧,٦%، ٣,١% من السوق، بينما تستحوذ أي من الشركات الأخرى خارج هذه المحافظات على نصيب يتراوح ما بين ٠,٠٠٤%، ١,٨٩% من السوق، وعلى نحو ما هو مبين بالجدول رقم (٧/٢) ... وفي ضوء هذه المؤشرات قد يجوز القول بوجود التركيز في هذه السوق عند المستوى الثانى المنخفض، وفقاً لمعيار نصيب الأربع شركات، ومن ثم تراوح ممارسات الشركات به ما بين المنافسة الكاملة، والمنافسة الاحتكارية، حيث يبلغ نصيب شركتى القاهرة مع شركتين من محافظة الشرقية ما يبلغ نحو ٢٦,٩% من السوق. كما قد يجوز القول بنفس النتيجة مع معيار نصيب الشركات الثمان، حيث يبلغ نصيب الثمان شركات في محافظتى القاهرة والشرقية نحو ٦٩,٢% من السوق، وليفصل مستوى التركيز إلى حده الأعلى عند المستوي الثالث من التركيز، وعلى نحو ما سبق ذكره بالفصل الأول من الدراسة.

جدول رقم (٢-٧) أعداد وإنتاج الشركات المنتجة لزيت ودهون الطعام في عام ٢٠١٦/٢٠١٥

المحافظة	عدد الشركات		الإنتاج		متوسط انتاجية الشركة (مليون جنيه)	حصة الشركة في الإنتاج (%)
	عدد	%	مليون جنيه	%		
١- شمال سيناء	١	٣,٠٣	٠,٤٠	٠,٠٠٤	٠,٤٠	٠,٠٠٤
٢- دمياط	١	٣,٠٣	٣,٠	٠,٠٣٠	٣,٠	٠,٠٣٠
٣- الجيزة	٤	١٢,١٢	٧٠,٠٠٠	٠,٧١	١٧,٥٠	٠,١٧٧
٤- القليوبية	٤	١٢,١٢	١٠٣,٠	١,٠٤	٢٥,٧٥	٠,٢٦١
٥- الدقهلية	١	٣,٠٣	٤٠,٠	٠,٤٠	٤٠,٠٠	٠,٤٠٥
٦- الأسكندرية	٧	٢١,٢١	٨٠٢,٠	٨,١٢	١١٤,٦	١,١٦٠
٧- الغربية	٢	٦,٠٦	٣١٠,٠	٣,١٤	١٥٥,٠	١,٥٦٨
٨- أسيوط	١	٣,٠٣	١٦٣,٠	١,٦٥	١٦٣,٠	١,٦٤٩
٩- سوهاج	١	٣,٠٣	١٨٧,٠	١,٨٩	١٨٧,٠	١,٨٩٢
١٠- المنوفية	٢	٦,٠٦	٦١٣,٠	٦,٢٠	٣٠٦,٥	٣,١٠١
١١- السويس	١	٣,٠٣	٧٥١,٠	٧,٦٠	٧٥١,٠	٧,٥٩٩
١٢- الشرقية	٦	١٨,١٨	٤٥٧٦,٠	٤٦,٣	٧٦٢,٧	٧,٧١٨
١٣- القاهرة	٢	٦,٠٦	٢٢٦٤,٠	٢٢,٩١	١١٣٢,٠	١١,٤٥٥
جملة	٣٣	١٠٠,٠٠	٩٨٨٢,٤	١٠٠,٠٠	٢٩٩,٤٧	١٠٠,٠٠

المصدر:

- (١) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لإحصاءات الإنتاج الصناعي في منشآت القطاع الخاص، القاهرة، سبتمبر ٢٠١٧.
- (٢) الجهاز المركزي لتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لإحصاءات الإنتاج الصناعي في منشآت القطاع العام/ والأعمال العام، القاهرة، سبتمبر ٢٠١٧.

(٢-١) وبمقياس هرفندل/ هيرشمان فيمكن إستخلاص وجود حالة المنافسة الكاملة في هذه السوق، حيث تبلغ قيمة هذا المقياس نحو ٧١٨,٠١٤، ومن ثم وجوده في منتصف المستوي الأول للتركز (أنظر الفصل الأول)، جدول رقم (٨/٢).

(٣-١) وبمقياس جيني للتركز فقد تبدو درجة التركيز مرتفعة مع مقارنة الأوزان النسبية لكل من فئات السعة الإنتاجية لهذه الشركات في إجمالي عدد الشركات، مع الأوزان المقابلة لكل منها من حيث حصتها في السوقية، حيث يستحوذ، وعلى سبيل المثال، نحو ٥٤,٥% من الشركات على ما يقرب من ١٠,٣% من السوق، كما يستحوذ نحو ٧٦% من هذه الشركات على ما يقرب من ٣١% من السوق (جدول رقم ٨/٢)، إلا أن مقياس معامل جيني والذي يقاس على أساس نسب التركيز لجميع فئات الشركات المنتجة معاً، والذي بلغ نحو ٠,٥٩ (٥٩%) فيأتى ليصنف التركيز في هذه الصناعة عند المستوي الذي يجعل منها تتراوح ما بين حالة المنافسة الاحتكارية وحالة احتكار القلة.

(٤-١) يمكن أن يستخلص من المؤشرات السابقة تراوح حالة المنافسة في هذه المرحلة ما بين حالة المنافسة الكاملة والمنافسة الاحتكارية بين الشركات، وهنا أيضاً قد يأتي التساؤل عن ما إذا كان لهذه الشركات ممارسات احتكارية تؤثر على أسعار المستهلك النهائي لزيوت الطعام؟ ... إن الإجابة على هذا التساؤل تكمن في دراسة الاتجاهات السعرية لهذه الزيوت عبر فترات زمنية معينة... وفي هذا الإطار تأتي دراسة هذه الاتجاهات في السوق المصرية، وعبر فترة زمنية تمتد إلى ٥٤ شهراً من بداية عام ٢٠١٣ وإلى نهاية يوليو ٢٠١٧ لتعكس غياب هذه الممارسات، حيث تميزت هذه الفترة، وبإستثناء الربع الأخير من عام ٢٠١٦، والربع الأول من عام ٢٠١٧، بوجود حالة الإتجاهات السعرية المألوفة في الأسواق التنافسية، حيث وجود التقلبات السعرية المحدودة بين الزيادة والنقص خلال الفترة من يناير ٢٠١٣ إلى يونيو ٢٠١٦، إذ ازدادت أسعار المنتج لزيوت ودهون الطعام بنسبة ٧,٨% تقريباً مع شهر أبريل من عام ٢٠١٣ أعتبها موجات من التقلبات ما بين الإنخفاض والإرتفاع المحدود لتتخفz الزيادات التراكمية في أسعارها من ٧,٨% في الشهر والعام المذكور إلى ما يقرب من ٢,٩% في نهاية عام ٢٠١٤ إلى مارس ٢٠١٥، ولترتفع إلى ٣,٥% ابتداء من شهر أبريل من نفس العام، إلى مارس من عام ٢٠١٦، وتتنخفض إلى ٣,٢٠% خلال الثلاث شهور التالية من نفس العام جدول رقم (٢-٩-١) ولتعاود الإرتفاع إلى ما يقرب من ٦,١% خلال الربع الثالث من هذا العام وإن ظلت عند مستوي أقل عنه في عام ٢٠١٣.

هذا ومع بداية الربع الأخير من عام ٢٠١٦، ازدادت أسعار المنتج لزيوت الطعام بنسبة ٢٧,٥% عنه في الشهر السابق، ثم بنسبة ٢٢,٢١% مع بداية الربع الأول من عام ٢٠١٧ لتصل بالزيادات التراكمية في أسعار المنتج إلى نحو ٣٥,٣%، ثم إلى ٦٥,٣% خلال هذه التوقيتات وعلى الترتيب ... وهنا أيضاً قد يأتي التساؤل عن الأسباب المسؤولة عن ذلك؟ وعن ما إذا كان للممارسات الاحتكارية دور في ذلك؟ وهنا تأتي الإجابة على ذلك فيما أستخلصته الدراسة من قبل من إستناد الصناعة المصرية في إنتاجها من هذه الزيوت على إستيراد إحتياجاتها من البذور الزيتية والزيوت الخام من الأسواق الخارجية إلى جانب تخفيض قيمة العملة الوطنية، وبالتبعية إرتفاع قيمة العملة الأجنبية وزيادة تكلفة الواردات، حيث أرتفع سعر الدولار من نحو ٧,٧٤ جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٦ ليصل إلى نحو ٨,٨٠ جنيه في الشهور التالية إلى شهر أكتوبر من نفس العام ثم إلى ١٤,١ جنيه في المتوسط خلال شهر نوفمبر، ويزداد ليصل إلى نحو ١٨,٧ جنيه في المتوسط في شهر ديسمبر من عام ٢٠١٦، والنصف الأول من عام ٢٠١٧^١، وهو ما يشير إلى إرتفاع تكلفة الواردات خلال الفترة من أبريل إلى

^١ - وزارة المالية، مصلحة الضرائب العقارية، أسعار صرف العملات الأجنبية، الموقع الإلكتروني للمصلحة.

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

أكتوبر من عام ٢٠١٦ عنه في الربع الأول من نفس العام بنسبة تبلغ نحو ١٣,٧%، كما تزداد في شهر نوفمبر من نفس العام عنه في الشهر السابق بنسبة ٦٠,٢%، ثم بنسبة ٣٢,٦% خلال شهر ديسمبر من عام ٢٠١٦ وحتى الشهور الأولى من عام ٢٠١٧. وعليه،

جدول رقم (٢-٨) مقياس هرقندل/ هيرشمان، ومقياس جيني للتركز في السوق المصرية
لزيوت ودهون الطعام في عام ٢٠١٥/٢٠١٦

المحافظات	مقياس هرقندل هيرشمان	مقياس جيني*			
		الأوزان التراكمية		مقياس جيني	
		لعدد الشركات	للإنتاج	شركات	إنتاج
١- شمال سيناء	٠,٠٠٠٠	٣,٠٣	٠,٠٠٤	٣,٠٣	٠,٠٠٤
٢- دمياط	٠,٠٠٠٩	٦,٠٦	٠,٠٣٤	٣,٠٣	٠,٠٣٨
٣- الجيزة	٠,١٢٥٣	١٨,١٨	٠,٧٧٤	١٢,١٢	٠,٧٧٨
٤- القليوبية	٠,٢٧٢٥	٣٠,٣٠	١,٧٨٤	١٢,١٢	٢,٥٢٨
٥- الدقهلية	٠,١٦٤٠	٣٣,٣٣	٢,١٨٤	٣,٠٣	٣,٩٦٨
٦- الأسكندرية	٩,٤١٩٢	٥٤,٥٤	١٠,٣٠٤	٢١,٢١	١٢,٤٨٨
٧- الغربية	٤,٩١٧٢	٦٠,٦	١٣,٤٤٤	٦,٠٦	٢٣,٧٤٨
٨- أسيوط	٢,٧١٩٢	٦٣,٦٣	١٥,٠٩٤	٣,٠٣	٢٨,٥٣٨
٩- سوهاج	٣,٥٧٩٧	٦٦,٦٦	١٦,٩٨٤	٣,٠٣	٣٢,٠٧٨
١٠- المنوفية	١٩,٢٣٢٤	٧٢,٧٢	٢٣,١٨٤	٦,٠٦	٤٠,١٦٨
١١- السويس	٥٧,٧٤٤٨	٧٥,٧٥	٣٠,٧٨٤	٣,٠٣	٥٣,٩٦٨
١٢- الشرقية	٣٥٧,٤٠٥١	٩٣,٩٣	٧٧,٠٨٤	١٨,١٨	١٠٧,٨٦٨
١٣- القاهرة	٢٦٢,٤٣٤١	١٠٠,٠٠	١٠٠,٠٠	٦,٠٦	١٧٧,٠٨٤
جملة	٧١٨,٠١٤	-	-	-	-

المصدر: حسب من الجدول رقم (٧/٢).

• معامل جيني = $(٢٠٤٢,٩ - ٥٠٠٠) \div ٢٩٥٧,١ = ٥٠٠٠ \div ٢٩٥٧,١ = ٠,٥٩١ = (٠,٥٩١) \%$

ومع تقدير قيمة المواد الأولية المستوردة (والممثلة في الواردات من البذور الزيتية والزيوت الخام) والمستخدم في هذه الصناعة بما نسبته ٤٢,٧٢% من قيمة الإنتاج التام وبسعر البيع في عام ٢٠١٦/٢٠١٥ يمكن تقدير الزيادات المتوقعة في قيمة المنتج من هذه الزيوت، مع تغيرات سعر الصرف المشار إليها بما نسبته ٥,٨٥% خلال الفترة من أبريل إلى أكتوبر من عام ٢٠١٦،

سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم (٢٩٨) - معهد التخطيط القومي

جدول رقم (٢-٩-١) التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار منتج الزيوت ودهون الطعام خلال السنوات ٢٠١٧-٢٠١٣ (%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦		٢٠١٧	
	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري
يناير	٠,٠	٠,٠	٠,٠	(١,٧٣)	٥,٧٣	٠,٠	٢,٨٩	٠,٠	٣,٤٦	٢٢,٢١
فبراير	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٥,٧٣	٠,٠	٢,٨٩	٠,٠	٣,٤٦	٠,٠
مارس	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٥,٧٣	٠,٠	٢,٨٩	٠,٠	٣,٤٦	٤,٤
أبريل	٧,٧٧	٧,٧٧	٠,٠٨	٠,٠٨	٥,٨١	٠,٥٦	٣,٤٦	(٠,٢٦)	٣,٢٠	٠,٠
مايو	٠,٠	٧,٧٧	٠,٠	٠,٠	٥,٨١	٠,٠	٣,٤٦	٠,٠	٣,٢٠	٠,٠٥
يونيو	٠,٠	٧,٧٧	٠,٠	٠,٠	٥,٨١	٠,٠	٣,٤٦	٠,٠	٣,٢٠	٠,٠
يوليو	٠,٠	٧,٧٧	(٢,٧٧)	٢,٨٩	٠,٠	٣,٤٦	٢,٨	٦,٠٨	-	-
أغسطس	(٠,٠٨)	٧,٦٨	٠,٠	٢,٨٩	٠,٠	٣,٤٦	٠,٠	٦,٠٨	-	-
سبتمبر	٠,٠	٧,٦٨	٠,٠	٢,٨٩	٠,٠	٣,٤٦	٠,٠	٦,٠٨	-	-
أكتوبر	(٠,٠٨)	٧,٥٩	٠,٠	٢,٨٩	٠,٠	٣,٤٦	٢٧,٥٣	٣٥,٢٩	-	-
نوفمبر	٠,٠	٧,٥٩	٠,٠	٢,٨٩	٠,٠	٣,٤٦	٠,٠	٣٥,٢٩	-	-
ديسمبر	٠,٠	٧,٥٩	٠,٠	٢,٨٩	٠,٠	٣,٤٦	٠,٠	٣٥,٢٩	-	-

المصدر: جمعت وحسبت من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، الأرقام القياسية لأسعار المنتج، القاهرة، أعداد مختلفة.

جدول رقم (٢-٩-٢) التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار المستهلك لزيوت ودهون الطعام خلال السنوات (٢٠١٧-٢٠١٣) (%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦		٢٠١٧	
	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري
يناير	٠,٠	-	١٠,٥٢	٢,٤٦	٠,٠	٠,٠	١٦,٥٥	١١,٨٧	٨٩,٩٦	٠,٠
فبراير	٢,١٧	٢,١٧	١٠,٨٤	٠,٢٩	١٢,٢١	٢,٩٥	١٨,٨٠	١,١	٩٢,٠٥	٠,٠
مارس	٠,٠	٢,٦٥	١١,٠٠	٠,١٤	١٤,٤٦	٢,٠	٢٠,٠٨	٠,٠	٩٢,٠٥	٠,٠
أبريل	٠,٥٥	٣,٢١	٩,٨٨	(١,٠١)	١٤,٣٨	(٠,٠٧)	٢٤,٣٤	(٠,٩٦)	٩٠,٢	٠,٠
مايو	٠,٧٨	٤,٠٢	١٠,٣٦	٠,٤٤	١٤,٤٦	٠,٠٧	٢٧,٧١	٠,٢١	٩٠,٦	٠,٠
يونيو	٠,٤٦	٤,٥٠	١٠,٣٦	٠,٠	١٤,٤٦	٠,٠	٢٧,٧١	٠,٠	٩٢,٦٩	٠,٠
يوليو	٠,٠	٤,٥٠	٨,٩٢	(١,٣١)	١٤,٤٦	٠,٠	٢٧,٧١	٠,٠	٩٥,٦٦	٠,٠
أغسطس	٠,٦٩	٥,٢٢	٨,٧٦	(٠,١٥)	١٤,٦٧	٠,٢١	٣٠,٧٦	١,٨٥	٩٩,٢٨	٠,٠
سبتمبر	٠,٠	٥,٢٢	٩,١٦	٠,٣٧	١٤,٧٨	٠,٠٧	٣٧,٨٣	٠,٠	٩٩,٢٨	٠,٠
أكتوبر	٠,٢٣	٥,٤٦	٩,٢٤	٠,٠٧	١٥,١٠	٠,٢٨	٤٦,٧٥	٠,٤٤	١٠٠,١٦	٠,٠
نوفمبر	٠,٣٠	٥,٧٨	٩,١٦	(٠,٠٧)	١٥,١٠	٠,٠	٥٩,٢٠	٠,٢٠	١٠٠,٥٦	٠,٠
ديسمبر	١,٩٧	٧,٨٧	٩,٠	(٠,١٥)	١٥,٠٢	(٠,٠٧)	٦٩,٨٠	٠,٣٢	١٠١,٢٠	٠,٠

المصدر: جمعت وحسبت من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، الأرقام القياسية لأسعار المستهلك، القاهرة، أعداد مختلفة.

وبما نسبته ٢٥,٧٢% خلال شهر نوفمبر من عام ٢٠١٦، ونسبة تبلغ نحو ١٣,٩٣% خلال شهر ديسمبر من نفس العام وحتى الشهور الأولى من عام ٢٠١٧. وهى تقديرات تقترب من نسب الزيادة في أسعار المنتج خلال الشهور المشار إليها، وإن كان من الملاحظ ضعف التوازن الزمنى فيما بينهما، وهو ما قد يمكن تفسيره ببطء إستجابة الصناعة للتغيرات في سعر الصرف (في تحديد أسعار المنتج) لوجود المخزون من المواد الأولية المستوردة، أو لغياب الملائمة في تقدير وتوقيت أسعار المنتج من قبل مصدر البيانات.^١

هذا وإذا كان في المؤشرات السابقة ما يمكن أن يستخلص معه عدم أو ضعف القوي الإحتكارية في مرحلة الإنتاج، إلا أنها تلفت الأنظار أيضاً إلى أهمية توافر المعلومات ومتابعة حجم المخزون من البذور الزيتية والزيوت الخام المستخدمة في هذه الصناعة بغرض متابعة وتقييم حالات الإحتكار، مع وجود التغيرات الطارئة في أسعارها وتحديد أدوات وسياسات مواجهتها.

(٢) في مرحلة تجارة الجملة: مع إنتفاء حالة الإحتكار في مرحلة إنتاج زيوت الطعام يأتى

التساؤل عن إحتتمالات وجود هذه الحالة من عدمه في مرحلة تجارة الجملة؟ إن الإجابة على هذا التساؤل، ومن قبل الدراسة الحالية، وإستناداً على مؤشرات التركز المشار إليها من قبل، يعد أمراً متعذراً لغياب المعلومات حول أعداد تجار الجملة ونصيب كل منهم في السوق في هذا النشاط. ومع ذلك فقد يكون للاتجاهات السعرية في هذه المرحلة (الجملة) وبالقيااس إلى الإتجاهات السعرية في مرحلة الإنتاج المؤشرات التى تشير إلى وجود أو نفي هذه الاحتمالات في مرحلة تجارة الجملة.. ومع ذلك أيضاً فإن عدم توافر المعلومات عن أسعار الجملة على المستوي الكلي لمجموعة زيوت ودهون الطعام، وبما يتعذر معه دراسة الإتجاهات السعرية على هذا المستوي أيضاً، إلا أنه بإمكان الدراسة إستخلاص هذه الإحتتمالات من دراسة الإتجاهات السعرية في مرحلة الإنتاج، وتجارة الجملة لأهم أنواع الزيوت المنتجة، وذات الوزن الكبير في حجم التعاملات في زيوت الطعام في السوق المصرية (حيث توافر المعلومات السعرية) والممثلة في كل من زيوت القطن المخلوطة، وزيت عباد الشمس، وزيت الأذرة، وحيث يمكن بيان الاتجاهات السعرية واستخلاص النتائج بالنسبة لكل منها فيما يلى:

^١ - الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لإحصاءات الإنتاج الصناعي في منشآت القطاع الخاص، وفي منشآت القطاع العام/الأعمال العام، القاهرة، سبتمبر ٢٠١٧.

(١-٢) تسجل أسعار المنتج لزيت عباد الشمس خلال الفترة يناير/٢٠١٣ - ديسمبر/٢٠١٦ حالة الإستقرار في الربع الأول من عام ٢٠١٣، ثم ازدادت بنسبة ٨,٨٦% في أبريل من نفس العام مع إستقرارها عند هذا المستوي في الشهور التالية وحتى شهر سبتمبر من عام ٢٠١٦ حيث أزدادت في شهر أكتوبر من العام الأخير عنه في الشهر السابق بنسبة ٣٠% تقريباً، وسجله بذلك زيادة تراكمية في أسعار المنتج خلال الفترة المذكورة بلغت ما نسبته ٤١,٥١% في شهر ديسمبر من عام ٢٠١٦. أما الإتجاهات السعرية في سوق الجملة فتسجل زيادة شهرية في الفترة من فبراير إلى يونيو من العام الأول بنسبة ٢,٣% في المتوسط تم إستقرارها في الأشهر التالية من نفس العام لتسجل بذلك زيادة تراكمية بلغت ما نسبته ١١,٢٩% مع نهاية هذا العام، وما نسبته ٦,٥١% خلال الفترة من أبريل إلى نهاية نفس العام (الفترة المقابلة للتغيرات في سعر المنتج لنفس العام) (جداول رقم ١٠/٢، ١١/٢)، ولهذا الإتجاهات دلالتها بالنسبة لسوق الجملة في هذا العام والتي يمكن إيجازها في النقاط التالية:

- أن درجة نفاذ سعر المنتج إلى سوق الجملة خلال هذا العام تبلغ نحو ٧٣,٥% $(٨,٨٦ \div ٦,٥١)$.
- إن سرعة (فترة) نفاذ سعر المنتج إلى سوق الجملة خلال هذا العام تبلغ ٣ شهور.

هذا وفي إطار مؤشرى النقاط المشار إليها يمكن أن يستخلص تواجد الهامش التسويقي لتجارة الجملة والكافى لإستيعاب ما يقرب من ٢٦,٥% من الزيادة في أسعار المنتج دون تحميلها لسعر الجملة، وهو ما قد ينفي وجود حالة الإحتكار داخل سوق الجملة خلال هذا العام، ويمكن استخلاص نفس النتيجة خلال عام ٢٠١٤ حيث سجلت الإتجاهات السعرية داخل هذه السوق إنخفاض السعر خلال أشهر يناير، ويونيو، ويوليو من هذا العام، والعودة إلى نفس المستوي السعري داخل السوق فيما قبل زيادة سعر المنتج (أبريل ٢٠١٣)، ومن ثم إستيعاب الزيادات التراكمية في أسعار الجملة والتي حدثت في الأشهر التالية من عامي ٢٠١٣، ٢٠١٤، وتناقصها من ١١,٢٩% من يونيو عام ٢٠١٣ لتعمل إلى ما يقرب من ٤,٥٢% مع شهر يوليو من عام ٢٠١٤، بينما جاءت الإتجاهات السعرية داخل السوق خلال عامي ٢٠١٥، ٢٠١٦ لتسجل زيادة السعر في توقيتات زمنية متتابعة حيث أزداد السعر في شهر فبراير تم في شهر مارس من عام ٢٠١٥ مع إستقراره عند نفس المستوي في الأشهر التالية وحتى يناير من عام ٢٠١٦، حيث أزداد في شهر فبراير من هذا العام ثم في كل من أبريل، ومايو، وأغسطس، وسبتمبر ليسجل بذلك إرتفاع الزيادات التراكمية في السعر لتصل إلى ما يقرب من ٣٤,٤٩% في شهر سبتمبر من العام الأخير مقابل نسبة بلغت نحو ٤,٥٢% في يناير

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

جدول رقم (٢-١٠) التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار المنتج
لزيوت عباد الشمس خلال السنوات (٢٠١٣-٢٠١٧) (%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤, ٢٠١٥		٢٠١٦		٢٠١٧	
	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى
يناير	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٨,٨٦	١٩,٦٥	٦٩,٣٥
فبراير	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٦٩,٣٥
مارس	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٦٩,٣٥
ابريل	٨,٨٦	٨,٨٦	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٦٩,٣٥
مايو	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٦٩,٣٥
يونيو	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٦٩,٣٥
يوليو	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٦٩,٣٥
اغسطس	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٨,٨٦	-	-
سبتمبر	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٨,٨٦	-	-
اكتوبر	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٨,٨٦	٣٠,٠٠	٤١,٥١	-	-
نوفمبر	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٤١,٥١	-	-
ديسمبر	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٨,٨٦	٠,٠	٤١,٥١	-	-

المصدر: جمعت وحسبت من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء، الأرقام القياسية لأسعار المنتج، القاهرة، أعداد مختلفة.

جدول رقم (٢-١١) التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار الجملة لزيوت عباد الشمس خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠١٦) (%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦	
	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى
يناير	-	-	(٠,١٦)	١١,١٢	٠,٠	٤,٥٢	٠,٠	١١,٠٣
فبراير	٢,١٧	٢,١٧	٠,٠	١١,١٢	٢,٠٨	٦,٦٩	٧,٨٢	١٩,٧٢
مارس	٢,٥٥	٤,٧٨	٠,٠	١١,١٢	٤,٠٧	١١,٠٣	٠,٠	١٩,٧٢
ابريل	٢,٠٧	٦,٩٥	٠,٠	١١,١٢	٠,٠	١١,٠٣	٣,٢٧	٢٣,٦٣
مايو	٢,٠٣	٩,١٢	٠,٠	١١,١٢	٠,٠	١١,٠٣	٣,٥١	٢٧,٩٨
يونيو	٢,٠٠	١١,٢٩	(١,٩٥)	٨,٩٥	٠,٠	١١,٠٣	٠,٠	٢٧,٩٨
يوليو	٠,٠	١١,٢٩	(٤,٠٧)	٤,٥٢	٠,٠	١١,٠٣	٠,٠	٢٧,٩٨
اغسطس	٠,٠	١١,٢٩	٠,٠	٤,٥٢	٠,٠	١١,٠٣	٣,٣٩	٣٢,٣٢
سبتمبر	٠,٠	١١,٢٩	٠,٠	٤,٥٢	٠,٠	١١,٠٣	١,٦٤	٣٤,٤٩
اكتوبر	٠,٠	١١,٢٩	٠,٠	٤,٥٢	٠,٠	١١,٠٣	٨,٠٧	٤٥,٣٥
نوفمبر	٠,٠	١١,٢٩	٠,٠	٤,٥٢	٠,٠	١١,٠٣	٧,٤٧	٥٦,٢١
ديسمبر	٠,٠	١١,٢٩	٠,٠	٤,٥٢	٠,٠	١١,٠٣	١١,١٢	٧٣,٥٩

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات، القاهرة، أعداد مختلفة.

من عام ٢٠١٥، وبرصيد يبلغ نحو ٢٩,٩٧% (٣٤,٤٩-٤,٥٢)، وذلك مقابل زيادة سعر المنتج بالنسبة المستقرة المشار إليها من قبل والتي بلغت نحو ٨,٨٦% على إمتداد الفترة من أبريل ٢٠١٣ إلى سبتمبر من العام الأخير. إن في هذه المؤشرات ما يشير إلى أن درجة نفاذ سعر المنتج إلى سوق الجملة خلال الفترة المشار إليها في العامين الأخيرين بلغت ما يقرب من ٣٣,٨% (٢٩,٩٧ ÷ ٨,٨%) وبما يعكس تواجد الممارسة الإحتكارية داخل هذه السوق خلال هذه الفترة.

أما فترة الربع الأخير من عام ٢٠١٦ والتي سجلت إرتفاع سعر المنتج وفي شهر سبتمبر بنسبة ٣٠% عنه في الشهر السابق، فقد سجلت أيضاً إرتفاع سعر الجملة خلال الأشهر الثلاث ومسجلة بذلك إرتفاع الزيادات التراكمية برصيد صافى بلغ نحو ٣٩,١% (٣٤,٤٩-٧٣,٥٩) وذلك مقابل إرتفاع الزيادات التراكمية في سعر المنتج برصيد صافى يبلغ نحو ٣٢,٦٥% (٨,٨٦-٤١,٥) خلال نفس الفترة، وبما يعكس نفاذ سعر المنتج إلى سوق الجملة بدرجة تبلغ نحو ١١٩,٧% (٣٩,١ ÷ ٣٢,٦٥)، ومن ثم وجود الممارسة الإحتكارية بدرجة أقل عنه في الفترة السابقة من العامين الأخيرين.

إن غياب الممارسة الإحتكارية في سوق الجملة، خلال العام الأول، والثانى من الفترة المشار إليها مع تواجدها خلال العامين الأخيرين من هذه الفترة، إنما يعد أمراً طبيعياً تحكمه ظروف ودرجة استقرار السوق والتي قد تختلف من وقت إلى آخر، ومع ذلك، وعلى المستوي الكلي لطول هذه الفترة، فإن سمة تواجد الممارسة الإحتكارية داخل هذه السوق تعد قائمة مع تقدير درجة نفاذية سعر المنتج بدرجة ١٧٧,٣% (٧٣,٥٩ ÷ ٤١,٥١).

(٢-٢) وبالنسبة لحالة سوق الجملة لزيت الأذرة فيمكن إستخلاص نتائج مماثلة لحالة سوق زيت عباد الشمس من حيث وجود الممارسة الإحتكارية في سوق الجملة مع التباينات في درجات الممارسة، وتوقعاتها، وفقاً لمؤشرات الإتجاهات السعرية في سوق المنتج وفي سوق الجملة والمعبر عنها بالجداول رقم (١٣/٢)، (١٤/٢). حيث تسجل إتجاهات سعر المنتج لهذا الزيت خلال الفترة ٢٠١٣-٢٠١٧، زيادتها في كل من شهري فبراير، وأبريل من العام الأول ثم إستقرارها حتى شهر سبتمبر من نفس العام، ثم تلى ذلك إنخفاضها في شهر أكتوبر من نفس العام ومسجلة بذلك زيادات تراكمية عن شه يناير من عام ٢٠١٣ بلغت نحو ٨,٠٩% في نفس الشهر ثم إستقرارها في الفترات التالية وحتى شهر سبتمبر من عام ٢٠١٦، ثم أعقبها زيادة السعر في شهر أكتوبر من نفس العام وبنسبة ٢٨,٨% عنه في شهر سبتمبر وهو ما تبعه إرتفاع مستوي الزيادات التراكمية للسعر إلى ما نسبته ٣٩,١٩ خلال شهر أكتوبر وبرصيد إضافى يبلغ نحو ٣١,١% عنه في شهر سبتمبر.

أما اتجاهات سعر الجملة فتسجل زيادة شهرية خلال الفترة من فبراير إلى يونيو من العام الأول متضمنة زيادات تراكمية بلغت ما نسبته ٩,٧% في شهر يونيو من هذا العام حيث استقرت عند هذا المستوى في الفترات التالية وحتى شهر مايو من العام الثاني (٢٠١٤) والذي سجل انخفاض السعر في شهري يونيو، ويوليو من هذا العام ليستوعب الزيادات التراكمية في الأشهر السابقة والعودة إلى مستوى السعر في يناير من العام السابق (٢٠١٣). ثم استقراره عند هذا المستوى في الفترات التالية حتى شهر يناير من عام ٢٠١٥ والذي يسجل أيضاً زيادات سعرية في شهرى فبراير ومارس مع زيادات تراكمية بلغت نحو ٦,٠% ثم الاستقرار في الفترات التالية وحتى شهر يناير من العام الأخير (٢٠١٦)، والذي سجل أيضاً زيادات شهرية في فبراير، وأبريل، مايو، وأغسطس، وسبتمبر ليرتفع مستوى الزيادات التراكمية خلال هذا الشهر إلى ما نسبته ٢٧,٤%، بينما يأتى الربع الأخير من هذا العام ليسجل أيضاً زيادات شهرية وبنسب أكبر عنه في الأشهر السابقة وليرتفع بذلك مستوى الزيادات التراكمية مع نهاية الفترة المشار إليها إلى ما نسبته ٧٩,٤%، وعلى نحو ما هو مبين بالجدول رقم (٢-١٤).

إن الإتجاهات السعرية لهذا الزيت خلال الفترة المشار إليها فيها ما يمكن أن يستخلص معه النتائج التالية.

- (١) نفاذ سعر المنتج إلى سوق الجملة خلال العام الأول، وبدرجة تبلغ نحو ١١٩,٩% وبما يشير إلى وجود الممارسة الاحتكارية خلال هذا العام.
- (٢) تراجع سعر الجملة مع منتصف العام الثانى إلى ما كان عليه في يناير من العام السابق وبما يعكس غياب الممارسة الاحتكارية خلال النصف الأخير من العام الثانى.
- (٣) زيادة سعر الجملة مع عدم تغير سعر المنتج خلال عامي ٢٠١٥، ٢٠١٦ ونفاذ سعر المنتج إلى سوق الجملة بدرجة بلغت نحو ٢٠٢,٦% مع ديسمبر من العام الأخير (٣٩,١٩ ÷ ٧٩,٤)، لتشير إلى وجود السمة الاحتكارية بدرجة كبيرة، وحيث يمكن إيجاز النتائج الثلاث المشار إليها إلى وجود السمة الاحتكارية في هذه السوق على طول الفترة ٢٠١٣-٢٠١٧ وبإستثناء النصف الثانى من عام ٢٠١٤.

(٣-٢) وبالنسبة لحالة سوق الجملة لزيت بذرة القطن المخلوط فهى قد تختلف وبدرجة كبيرة عنه في حالة كل من زيت عباد الشمس، وزيت الأذرة، حيث ينتقى بها وجود السمة الاحتكارية خلال الأعوام الثلاث الأولى من الفترة ٢٠١٣-٢٠١٧، حيث تشير الاتجاهات السعرية في أسواق كل من المنتج والجملة إلى زيادة سعر المنتج من شهر أبريل من عام ٢٠١٣، وبنسبة ١٦,٤% عنه في شهر يناير من نفس العام وإستقرارها في الفترات التالية وحتى شهر سبتمبر من عام ٢٠١٦،

وفي المقابل سجلت الإتجاهات السعريّة لسوق الجملة زيادة في كل من شهري فبراير، ومايو من العام الأول ومتضمنه في ذلك تحقيق زيادة تراكمية بلغت ما نسبته ٥,٢٥% مع الشهر الأخير ثم أستقرارها في الشهور التالية وحتى ديسمبر من العام الثاني (٢٠١٤)، كما أنطوي عام ٢٠١٥ على وجود زيادة في كل من شهري يناير، وفبراير والتي رفعت من مستوي الزيادات التراكمية إلى ما نسبته ١٥,٦٤% في فبراير من نفس العام والتي أستقرت عند هذا المستوي إلى ديسمبر من نفس العام. الجدول أرقام (١٦-٢)، (١٧-٢).

وفي ضوء هذه المؤشرات يمكن أن يستخلص نفاذ التغيرات السعريّة لسوق المنتج إلى سوق الجملة بدرجات تقرب من ٣٣,٦ (١٦,٤% ÷ ٥,٥١%) في كل من عامي ٢٠١٣، ٢٠١٤، أما في عام ٢٠١٥، والذي أزداد خلاله مستوي الزيادات التراكمية لسعر الجملة برصيد صافى بلغ نحو ١٠,١٣% (١٥,٦٤% - ٥,٥١%) فيقدر نفاذ سعر المنتج إلى سوق الجملة بدرجة ٦١,٨% (١٠,١٣% ÷ ١٦,٤%). أما عام ٢٠١٦ والذي سجل زيادات شهرية متتابة في كل من فبر اير، وأبريل، وسبتمبر إلى ديسمبر فقد أنتهى بارتفاع مستوي الزيادات السعريّة في سوق الجملة إلى ٨٧,٧%، وبرصيد صافى يبلغ نحو ٧٢,٠٦% خلال هذا العام، مقابل زيادة مستوي الزيادات التراكمية السعريّة في سوق المنتج برصيد صافى يبلغ نحو ٣٢,٥٦% (١٦,٤% - ٤٨,٩٦%) خلال نفس العام، ومن ثم تقدير معدل نفاذية التغيرات السعريّة في سوق المنتج إلى سوق الجملة بحوالى ٢٢١,٣% (٧٢,٠٦% ÷ ٣٢,٥٦%)، وبما يسير إلى وجود السمة الاحتكارية في سوق الجملة خلال هذا العام.

إن وجود التباينات فيما بين حالة سوق الجملة لزيت بذرة القطن المخلوط، وحالتى سوق الجملة لزيت عباد الشمس، والأذرة، يمكن أن يعزى إلى أن زيت بذرة القطن ينتج عن طريق شركات القطاع العام، دون غيرها من شركات القطاع الخاص، كما توزع النسبة الغالبة منه عن طريق الشركة المصرية لتجارة الجملة التابعة للقطاع العام والتي تستهدف دعم المستهلك من خلال برنامج الكارت الذهبى للدعم، ومن ثم غياب السمة الاحتكارية في سوق الجملة لهذه النوعية من الزيوت، وإن كان يستثنى من ذلك عام ٢٠١٦، والذي يمكن توصيف حالة أسواق الزيوت خلاله بضعف الإستقرار، ووجود الأحداث الطارئة وخاصة تغيرات سعر الصرف، والتي يمكن أن تساعد على وجود بعض الممارسات الاحتكارية في هذه السوق.

(٣) في مرحلة تجارة التجزئة: إن توزيع زيوت الطعام عبر مئات الآلاف من منافذ البيع

بالتجزئة قد ينقى عن هذه المرحلة سمة الاحتكارية. ومن الطبيعى أن تنتقل التغيرات السعريّة في سوق الجملة أو جانب منها إلى سوق المستهلك، وهو ما قد يرفع التساؤل عن وجود السمة

الاحتكارية في هذه السوق أيضا من عدمه؟... وهو ما يمكن الإجابة عليه عبر المقابلة فيما بين التغيرات السعرية واتجاهاتها بالسوق الأخيرة مقابل التغيرات السعرية في سوق الجملة واتجاهاتها... وإذا كانت المعلومات المتاحة، لدي الدراسة الحالية، لا تسمح بالإجابة على هذا التساؤل، وبصفة عامة على المستوي الكلي لنوعيات هذه الزيوت، وعلى نحو ما سبق ذكره في حالة سوق الجملة، إلا أن تتبع هذه التغيرات في أسعار كل من زيوت عباد الشمس، والأذرة، وزيت بذرة القطن المخلوط في كل من سوق الجملة والتجزئة قد يعطى الإجابة على هذا التساؤل، وذلك على النحو الوارد فيما يلي:

(١-٣) إن تتبع التغيرات السعرية واتجاهاتها لزيت عباد الشمس في كلا من سوق الجملة، والمستهلك خلال الفترة ٢٠١٣-٢٠١٦ تشير إلى انتقال التغيرات الشهرية الموجبة، والسالبة في سوق الجملة إلى سوق المستهلك في نفس الشهر، ولكن بمعدلات أصغر عنه في حالة سوق الجملة، ومن ثم وجود الزيادات التراكمية في أسعار المستهلك بنسبة أقل بلغت نحو ٦٥,٢٦% في نهاية هذه الفترة، مقابل زيادة تراكمية في أسعار الجملة بنسبة بلغت نحو ٧٣,٥٩%، وهو ما يشير إلى انتقال التغيرات السعرية في سعر الجملة إلى سوق المستهلك بمعدل يبلغ نحو ٨٨,٦٨% في المتوسط (٦٥,٢٦% ÷ ٧٣,٥٩%) خلال هذه الفترة، مع وجود بعض التباينات من عام إلى آخر وفقا لحجم واتجاه التغيرات وعلى نحو ما يمكن إستخلاصه من الجداول رقم (١١-٢)، (١٢-٢)، وهو ما ينفي سمة الإحتكار في سوق التجزئة بالنسبة لهذه النوعية من زيوت الطعام.

(٢-٣) يمكن إستخلاص نفس النتيجة السابقة بالنسبة لحالة زيت الأذرة حيث إنتقال التغيرات الشهرية الموجبة والسالبة في سوق الجملة إلى سوق المستهلك ولكن بمعدلات أصغر عنه في حالة سوق الجملة خلال نفس الفترة المشار إليها حيث بلغت الزيادات التراكمية في أسعار المستهلك مع نهاية هذه الفترة إلى ما نسبته ٧١,٣٢%، مقابل زيادة تراكمية في أسعار الجملة لنفس الزيت والفترة بلغت ما نسبته ٧٩,٤%، وبما يعكس إنتقال التغيرات السعرية في سوق الجملة إلى سوق المستهلك بمعدل بلغ نحو ٨٩,٨٢% (٧١,٣٢% ÷ ٧٩,٤%) في المتوسط على طول هذه الفترة، وبما ينتفى سمة الاحتكارية لسوق التجزئة لهذه النوعية من الزيوت، (جداول رقم (١٤-٢)، (١٥-٢)).

(٣-٣) وكذلك الحال أيضاً بالنسبة لإنتقال التغيرات السعرية لزيت بذرة القطن المخلوط من سوق الجملة إل سوق التجزئة، حيث إنتقالها بمعدلات أصغر عنه في في حالة سوق الجملة، ومن ثم صغر حجم الزيادات التراكمية السعرية في سوق المستهلك عنه في حالة الزيادات التراكمية في سوق الجملة، إذ بلغت الأولي نحو ٨٣,٦%، بينما بلغت الثانية ما نسبته ٨٧,٧% مع نهاية

الفترة المشار إليها، وبما يعكس انتقال التغيرات السعرية في سوق الجملة إلى سوق المستهلك بمعدل بلغ نحو ٩٥,٣٢% في المتوسط على طول هذه الفترة، وهو ما ينفي أيضاً سمة الإحتكارية لسوق التجزئة بالنسبة لهذه النوعية من الزيوت، جداول رقم (٢-١٧) ، (٢-١٨).

(٥) الاستخلاصات:

يمكن أن يستخلص من العرض السابق النتائج التالية:

- تراوح حالة المنافسة في مرحلة إنتاج زيوت الطعام ما بين المنافسة الكاملة والمنافسة الاحتكارية بين الشركات المنتجة في ضوء مؤشرات التركيز في السوق، وضعف القوي الاحتكارية، وتأثيراتها على الاتجاهات السعرية في سوق المنتج، حيث وجود الاتجاهات السعرية المألوفة في حالة المنافسة الكاملة مع وجود التقلبات السعرية المحدودة بين الزيادة والنقص خلال الفترة ٢٠١٣-٢٠١٧، ولنعكس غياب الممارسات الاحتكارية، وأن ما حدث من زيادات كبيرة في أسعارها خلال الربع الأخير من عام ٢٠١٦، ويناير من عام ٢٠١٧ مرجعة تخفيض قيمة العملة الوطنية، ومن ثم إرتفاع سعر الدولار، وتكلفة استيراد مستلزمات إنتاج هذه الصناعة من بذور زيتية وزيت خام. وإن كان من الملاحظ ضعف التوازن الزمني ما بين التغيرات في سعر العملة الوطنية والتغيرات في سعر المنتج من الزيوت، وهو ما قد يمكن تفسيره ببطء استجابة الصناعة للتغيرات في سعر الصرف أو لوجود المخزون من المواد الأولية المستوردة، وهو ما يلفت الأنظار إلى أهمية توافر المعلومات ومتابعة حجم المخزون من مستلزمات الإنتاج المستوردة بغرض متابعة وتقييم حالات الاحتكار في حالة وجود التغيرات الطارئة في أسعار المنتج من الزيوت، وتحديد أدوات وسياسات مواجهتها.
- وفي مرحلة تجارة الجملة لزيوت الطعام، وبدلالة معدل نفاذ التغيرات السعرية في سوق المنتج إلى سوق الجملة لزيوت عباد الشمس، والأذرة، وزيت بذرة القطن المخلوط خلال الفترة ٢٠١٣-٢٠١٦، فيستخلص وجود الحالة الاحتكارية في سوق الجملة حيث بلغ معدل نفاذ التغيرات السعرية في سوق المنتج إلى سوق الجملة لكل من هذه الزيوت. وعلى طول هذه الفترة ما يقرب من ١٧٧,٣%، ٢٠٢,٦%، ١٧٩,١% في المتوسط وعلى الترتيب طوال هذه الفترة، وهو ما يستلزم وبالتبعية البحث في تنظيم وإدارة هذه السوق بالأدوات التي تواجه حالة الاحتكارية.
- وبالنسبة لتجارة التجزئة في زيوت الطعام، بدلالة معدل نفاذ التغيرات السعرية في سوق الجملة إلى هذه السوق في كل من حالات الأنواع الثلاث من زيوت الطعام المشار إليها وخلال نفس الفترة السابق ذكرها، فيمكن أن يستخلص غياب سمة الاحتكار في سوق التجزئة للزيوت إذ بلغ معدل نفاذ التغيرات السعرية في سوق الجملة إلى سوق المستهلك ما يقرب من ٨٨,٧%، ٨٩,٨، ٩٥,٣٢% بالنسبة لكل من زيت عباد الشمس، والأذرة، وزيت بذرة القطن على الترتيب.

٦- التوصيات:

وأخيراً تأتي توصيات الدراسة بما يلي:

- عدم منح تصاريح جديدة للمنشآت الكبيرة المشغلة بإستخراج زيوت الطعام إلا بعد العرض على جهاز حماية المنافسة تجنباً لخلق كيانات كبيرة ومن ثم التركيز والإحتكار داخل هذه الصناعة.
- توفير المعلومات وبشفافية عن السوق، ومتابعة حجم المخزون من مستلزمات الإنتاج المستورد بغرض متابعة وتقييم حالات الإحتكار في حالة وجود التغيرات الطارئة في أسعار المنتج.

جدول (٢-١٢) التغيرات الشهرية والتراكمية لاسعار المستهلك لزيوت عباد الشمس خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧) %

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦		٢٠١٧	
	تراكمى	شهري	تراكمى	شهري	تراكمى	شهري	تراكمى	شهري	تراكمى	شهري
يناير	-	-	١٠,٠	٠,٠	٤,١٥	٠,٠	٩,٩٢	٠,٠	٩,٣٠	٨٠,٦
فبراير	١,٩٢	١,٩٢	١٠,٠	٠,٠	٦,٠٧	١,٨٥	١٧,٦٠	٧,٠٠	٠,٠	٨٠,٦
مارس	٢,٢٦	٤,٢٣	١٠,٠	٠,٠	٩,٩٢	٣,٦٢	١٧,٦٠	٠,٠	٠,٠	٨٠,٦
ابريل	١,٨٤	٦,١٥	١٠,٠	٠,٠	٩,٩٢	٠,٠	٢١,٠٦	٢,٩٤	٠,٠	٨٠,٦
مايو	١,٨١	٨,٠٧	١٠,٠	٠,٠	٩,٩٢	٠,٠	٢٤,٩	٣,١٧	٠,٠	٨٠,٦
يونيو	١,٧٨	١٠,٠	٨,٠٧	(١,٧٥)	٩,٩٢	٠,٠	٢٤,٩	٠,٠	٠,٠	٨٠,٦
يوليو	٠,٠	١٠,٠	٤,١٥	(٣,٦٣)	٩,٩٢	٠,٠	٢٤,٩	٠,٠	٠,٠	٨٠,٦
اغسطس	٠,٠	١٠,٠	٤,١٥	٠,٠	٩,٩٢	٠,٠	٢٨,٧٥	٣,٠٨	٠,٠	٨٠,٦
سبتمبر	٠,٠	١٠,٠	٤,١٥	٠,٠	٩,٩٢	٠,٠	٣٠,٦٧	١,٤٩	٠,٠	٨٠,٦
اكتوبر	٠,٠	١٠,٠	٤,١٥	٠,٠	٩,٩٢	٠,٠	٤٠,٢٨	١٠,٢٩	-	-
نوفمبر	٠,٠	١٠,٠	٤,١٥	٠,٠	٩,٩٢	٠,٠	٤٩,٨٨	٦,٨٥	-	-
ديسمبر	٠,٠	١٠,٠	٤,١٥	٠,٠	٩,٩٢	٠,٠	٦٥,٢٦	١٠,٢٧	-	-

المصدر: جمعت وحسبت من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء،، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات، القاهرة، أعداد مختلفة.

جدول (٢-١٣) التغيرات الشهرية والتراكمية لاسعار المنتج لزيوت الذرة في السنوات (٢٠١٣-٢٠١٧) (%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦		٢٠١٧	
	تراكمى	شهري	تراكمى	شهري	تراكمى	شهري	تراكمى	شهري	تراكمى	شهري
يناير	-	-	٨,٠٩	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٨,٠٩	٠,٠	١٨,٦٦	٦٥,١٥
فبراير	١,١٦	١,١٦	٨,٠٩	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٨,٠٩	٠,٠	٠,٠	٦٥,١٥
مارس	٧,٦٣	٨,٩	٨,٠٩	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٨,٠٩	٠,٠	٠,٠	٦٥,١٥
ابريل	٠,٠	٨,٩	٨,٠٩	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٨,٠٩	٠,٠	٠,٠	٦٥,١٥
مايو	٠,٠	٨,٩	٨,٠٩	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٨,٠٩	٠,٠	٠,٠	٦٥,١٥
يونيو	٠,٠	٨,٩	٨,٠٩	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٨,٠٩	٠,٠	٠,٠	٦٥,١٥
يوليو	٠,٠	٨,٩	٨,٠٩	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٨,٠٩	٠,٠	٠,٠	٦٥,١٥
اغسطس	٠,٠	٨,٩	٨,٠٩	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٨,٠٩	٠,٠	٠,٠	٦٥,١٥
سبتمبر	٠,٠	٨,٩	٨,٠٩	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٨,٠٩	٠,٠	٠,٠	٦٥,١٥
اكتوبر	(٠,٧٣)	٨,٠٩	٨,٠٩	٠,٠	٠,٠	٢٨,٨	٣٩,١٩	٠,٠	٠,٠	٦٥,١٥
نوفمبر	٠,٠	٨,٠٩	٨,٠٩	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٣٩,١٩	٠,٠	٠,٠	٦٥,١٥
ديسمبر	٠,٠	٨,٠٩	٨,٠٩	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٣٩,١٩	٠,٠	٠,٠	٦٥,١٥

المصدر: جمعت وحسبت من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، الأرقام القياسية لأسعار المنتج، القاهرة، أعداد مختلفة.

سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم (٢٩٨) - معهد التخطيط القومي

جدول رقم (٢-١٤) التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار الجملة لزيت الذرة في السنوات (٢٠١٣-٢٠١٦) (%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦	
	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى
يناير	-	-	٠,٠	٩,٧	٠,٠	٠,٣	٠,٠	٦,٠
فبراير	١,٩	١,٩	٠,٠	٩,٧	١,٩	٢,٢	٧,١٦	١٣,٦
مارس	٢,٢	٤,١٧	٠,٠	٩,٧	٣,٧	٦,٠	٠,٠	١٣,٦
ابريل	١,٨	٦,٠٧	٠,٠	٩,٧	٠,٠	٦,٠	٢,١٤	١٦,٠
مايو	١,٨	٧,٧	٠,٠	٩,٧	٠,٠	٦,٠	٣,٢٧	١٩,٨
يونيو	١,٨	٩,٧	(٣,٤٦)	٥,٩٩	٠,٠	٦,٠	٠,٠	١٩,٨
يوليو	٠,٠	٩,٧	(٥,٣٦)	٠,٣٠	٠,٠	٦,٠	٠,٠	١٩,٨
اغسطس	٠,٠	٩,٧	٠,٠	٠,٣	٠,٠	٦,٠	٣,١٧	٢٣,٦
سبتمبر	٠,٠	٩,٧	٠,٠	٠,٣	٠,٠	٦,٠	٣,٠٧	٢٧,٤
اكتوبر	٠,٠	٩,٧	٠,٠	٠,٣	٠,٠	٦,٠	١١,٩١	٤٢,٦
نوفمبر	٠,٠	٩,٧	٠,٠	٠,٣	٠,٠	٦,٠	١٦,٠	٦٥,٣
ديسمبر	٠,٠	٩,٧	٠,٠	٠,٣	٠,٠	٦,٠	٨,٥	٧٩,٤

المصدر: جمعت وحسبت من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات، القاهرة، أعداد مختلفة.

جدول رقم (٢-١٥) التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار المستهلك لزيت الذرة في السنوات (٢٠١٣-٢٠١٧) (%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦		٢٠١٧	
	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى
يناير	-	-	٠,٠	٨,٩	٠,٠	٠,٣٤	٠,٠	٥,٤٥	٧,٩٥	٨٤,٩٥
فبراير	١,٧	١,٧	٠,٠	٨,٩	١,٧	٢,٠٤	٦,٥	١٢,٣	٠,٠	٨٤,٩٥
مارس	٢,٠	٣,٧٥	٠,٠	٨,٩	٣,٣٣	٥,٤٥	٠,٠	١٢,٣	٠,٠	
ابريل	١,٦٤	٥,٤٥	٠,٠	٨,٩	٠,٠	٥,٤٥	١,٩٤	١٤,٤٤	٠,٠	
مايو	١,٦١	٧,١٥	٠,٠	٨,٩	٠,٠	٥,٤٥	٣,٠	١٧,٨	٠,٠	
يونيو	١,٩٥	٨,٩	(٣,١٣)	٥,٤٥	٠,٠	٥,٤٥	٠,٠	١٧,٨	٠,٠	
يوليو	٠,٠	٨,٩	(٤,٨٤)	٠,٣٤	٠,٠	٥,٤٥	٠,٠	١٧,٨	٠,٠	
اغسطس	٠,٠	٨,٩	٠,٠	٠,٣٤	٠,٠	٥,٤٥	٢,٩	٢١,٣	٠,٠	
سبتمبر	٠,٠	٨,٩	٠,٠	٠,٣٤	٠,٠	٥,٤٥	٢,٨	٢٤,٦٦	٠,٠	
اكتوبر	٠,٠	٨,٩	٠,٠	٠,٣٤	٠,٠	٥,٤٥	١٠,٩	٣٨,٣		
نوفمبر	٠,٠	٨,٩	٠,٠	٠,٣٤	٠,٠	٥,٤٥	١٤,٨	٥٨,٧		
ديسمبر	٠,٠	٨,٩	٠,٠	٠,٣٤	٠,٠	٥,٤٥	٧,٩٤	٧١,٣٢		

المصدر: جمعت وحسبت من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية، القاهرة، أعداد مختلفة.

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

جدول رقم (٢-١٦) التغيرات الشهرية والتراكمية لسعر المنتج لزيت بذرة القطن المخلوط للفترة (٢٠١٣-٢٠١٧) (%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦		٢٠١٧	
	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى
يناير	٠,٠	٠,٠	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٢١,٩	٨١,٥
فبراير	٠,٠	٠,٠	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	٨١,٥
مارس	٠,٠	٠,٠	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	٨١,٥
ابريل	١٦,٤	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٢٠,٤٩	١١٨,٨
مايو	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١١٨,٨
يونيو	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١١٨,٨
يوليو	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	١٧,٠٤	١٥٦,٠
اغسطس	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤		
سبتمبر	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤		
اكتوبر	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٢٨,٠	٤٨,٩٦		
نوفمبر	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	٤٨,٩٦		
ديسمبر	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	١٦,٤	٠,٠	٤٨,٩٦		

المصدر: جمعت وحسبت من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية ، القاهرة، أعداد مختلفة.

جدول رقم (٢-١٧) التغيرات الشهرية والتراكمية لسعر الجملة لزيت بذرة القطن المخلوط خلال لفترة (٢٠١٣-٢٠١٦) (%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦	
	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى
يناير	-	-	٠,٠	٥,٥١	١,٨٩	٧,٣٨	(١,٧١)	١٣,٦٦
فبراير	٢,٧٥	٢,٧٥	٠,٠	٥,٥١	٧,٦٩	١٥,٦٤	٤,٨٤	١٩,١٧
مارس	٠,٠	٢,٧٥	٠,٠	٥,٥١	٠,٠	١٥,٦٤	٠,٠	١٩,١٧
ابريل	٠,٠	٢,٧٥	٠,٠	٥,٥١	٠,٠	١٥,٦٤	٦,٩٣	٢٧,٤٢
مايو	٢,٦٨	٥,٥١	٠,٠	٥,٥١	٠,٠	١٥,٦٤	٠,٠	٢٧,٤٢
يونيو	٠,٠	٥,٥١	٠,٠	٥,٥١	٠,٠	١٥,٦٤	٠,٠	٢٧,٤٢
يوليو	٠,٠	٥,٥١	٠,٠	٥,٥١	٠,٠	١٥,٦٤	٠,٠	٢٧,٤٢
اغسطس	٠,٠	٥,٥١	٠,٠	٥,٥١	٠,٠	١٥,٦٤	٠,٠	٢٧,٤٢
سبتمبر	٠,٠	٥,٥١	٠,٠	٥,٥١	٠,٠	١٥,٦٤	٤,٣٢	٣٢,٩
اكتوبر	٠,٠	٥,٥١	٠,٠	٥,٥١	٠,٠	١٥,٦٤	١٠,٣٦	٤٦,٧
نوفمبر	٠,٠	٥,٥١	٠,٠	٥,٥١	٠,٠	١٥,٦٤	١٥,٠٢	٦٨,٧
ديسمبر	٠,٠	٥,٥١	٠,٠	٥,٥١	٠,٠	١٥,٦٤	١١,٢٣	٨٧,٧

المصدر: جمعت وحسبت من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات، القاهرة، أعداد مختلفة.

سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم (٢٩٨) - معهد التخطيط القومى

جدول رقم (٢-١٨) التغيرات الشهرية والتراكمية لسعر المستهلك لزيت بذرة القطن المخلوط خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧) (%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦		٢٠١٧	
	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى
يناير	-	-	٠,٠	٥,٢٥	٠,٠	٥,٢٥	٠,٠	٧,٨٧	١٧,١٤	١١٥,١
فبراير	٢,٦٢	٢,٦٢	٠,٠	٥,٢٥	٢,٤٩	٧,٨٧	٤,٦٤	١٨,٣٦	٠,٠	١١٥,١
مارس	٠,٠	٢,٦٢	٠,٠	٥,٢٥	٤,٨٦	٧,٨٧	٠,٠	١٨,٣٦	٠,٠	١١٥,١
ابريل	٠,٠	٢,٦٢	٠,٠	٥,٢٥	٠,٠	٧,٨٧	٦,٦٥	٢٦,٢٣	٠,٠	١١٥,١
مايو	٢,٥٦	٥,٢٥	٠,٠	٥,٢٥	٠,٠	٧,٨٧	٠,٠	٢٦,٢٣	٠,٠	١١٥,١
يونيو	٠,٠	٥,٢٥	٠,٠	٥,٢٥	٠,٠	٧,٨٧	٠,٠	٢٦,٢٣	٠,٠	١١٥,١
يوليو	٠,٠	٥,٢٥	٠,٠	٥,٢٥	٠,٠	٧,٨٧	٠,٠	٢٦,٢٣	٠,٠	١١٥,١
اغسطس	٠,٠	٥,٢٥	٠,٠	٥,٢٥	٠,٠	٧,٨٧	٠,٠	٢٦,٢٣	٠,٠	١١٥,١
سبتمبر	٠,٠	٥,٢٥	٠,٠	٥,٢٥	٠,٠	٧,٨٧	٤,١٦	٣١,٤٨	٠,٠	١١٥,١
اكتوبر	٠,٠	٥,٢٥	٠,٠	٥,٢٥	٠,٠	٧,٨٧	١٠,٠	٤٤,٦٠		
نوفمبر	٠,٠	٥,٢٥	٠,٠	٥,٢٥	٠,٠	٧,٨٧	١٤,٥١	٦٥,٦		
ديسمبر	٠,٠	٥,٢٥	٠,٠	٥,٢٥	٠,٠	٧,٨٧	١٠,٩	٨٣,٦		

المصدر: جمعت وحسبت من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات، القاهرة، أعداد مختلفة.

الفصل الرابع: السوق المحلية للحوم

تقديم

تختلف سوق اللحوم عن كثيراً من غيرها من أسواق السلع الغذائية الفردية الأخرى حيث تعدد أنواع اللحوم، والتي تعد في حكم البدائل لبعضها البعض، فضلاً عن كثرة أعداد المنتجين.. فهناك مجموعة اللحوم الحمراء والتي تضم لحوم الأبقار والجاموس، والجمال، والأغنام، والماعز، كما أن هناك مجموعة اللحوم البيضاء والتي تشمل لحوم الدواجن، والبط، والأوز، والحمام، والأرانب، كما أن هناك تعدد المجموعات المنتجة للحوم وكثرة أعداد أفرادها، حيث هناك المزارع التقليدية (والتي تجمع ما بين الإنتاج النباتي والحيواني) المنتجة للحوم، كما أن هناك المزارع المتخصصة في إنتاجها إلى جانب الرعاة. كذلك هناك منتجي اللحوم البيضاء الممثلين في القطاع المنزلي، خاصة الريفي، إلى جانب المزارع المتخصصة في إنتاجها، وقد يضاف إلى ذلك، وفي بعض الحالات مستوردى اللحوم من الخارج. كذلك أيضاً هناك مجموعة الأسماك والتي تعد في حكم البديل للحوم بأنواعها المختلفة... وأضف إلى ذلك أيضاً إشتراك القواعد الخلفية لكل من مجموعات منتجي اللحوم الحمراء، والبيضاء في توفير مدخلاتها من أعلاف على قطاع كبير من منتجي المحاصيل النباتية (حيث كثرة أعدادهم) فضلاً عن ما قد يتاح من مراعى طبيعية ومخلفات محاصيل زراعية.

ومع كل سمات أسواق اللحوم المشار إليها، قد يستخلص البعض استبعاد سمة الاحتكار في هذه الأسواق، والقول بأن ما قد يحدث من تغيرات سعرية في هذه الأسواق مرجعه ظروف الطلب والعرض في منافسة حرة، بينما قد يستخلص البعض الآخر وجود هذه السمة في البعض من هذه الأسواق أو في بعض المواقع على المسار التسويقي للحوم. ومع ذلك يتناول الفصل الحالي دراسة وجود هذه السمة من عدمه في الأسواق المحلية للحوم البيضاء، والحمراء كل على حدة، وعلى نحو ما هو وارد فيما يلي:

أولاً: السوق المحلية للحوم البيضاء

تشكل اللحوم البيضاء نسبة كبيرة من إجمالي المعروض من اللحوم بالأسواق المحلية حيث تراوحت هذه النسبة ما بين ٤٥% - ٥١% تقريباً خلال السنوات (٢٠١١-٢٠١٥)، بينما يمثل المعروض من اللحوم الحمراء النسبة الباقية. كما يمثل الإنتاج المحلي منها نسبة أكبر متنامية في إجمالي الإنتاج المحلي من اللحوم حيث بلغ الإنتاج المحلي منها نحو مليون طن في عام ٢٠١١ وبما نسبته ٥٠,٣% من إجمالي الإنتاج المحلي من اللحوم خلال هذا العام، وازداد ليصل إلى نحو ١,٢٩٣ مليون طن، وما نسبته ٥٧,٠% من إجمالي الإنتاج من اللحوم في عام ٢٠١٥. وكذلك أيضاً يبلغ الإنتاج

المحلى من اللحوم البيضاء المصدر الأساسى للمعروض منها فى الأسواق المحلية، ونسبة تراوحت ما بين ٩٣% - ٩٧,١% خلال نفس الفترة سابقة الذكر، بينما تراوحت نسبة الكميات المستوردة منها ما بين ٣% - ٧% فى إجمالى المعروض منها. أما بالنسبة لحالة اللحوم الحمراء فتمثل الواردات من إجمالى المعروض منها، وخلال نفس الفترة سابقة الذكر نسبة أكبر متنامية تراوحت ما بين ١٧,٧% فى عام ٢٠١١ إلى ٤٢,٥% فى عام ٢٠١٥ (جدول رقم ١/٣). إن تقارب نسبة تمثيل كل من اللحوم البيضاء، واللحوم الحمراء فى إجمالى المعروض من اللحوم بالسوق المحلية، وباعتبار كل منهما بديلاً للآخر، لأمر يتوقع معه أن يكون للاتجاهات السعرية (أو الاحتكار) لأى منهما تأثيره على الآخر. كذلك أيضاً فإن كبر نسبة تمثيل الواردات من اللحوم الحمراء فى إجمالى المعروض منها يجعل من توقعات تأثير الاتجاهات السعرية للواردات منها تأثيره الملموس أيضاً على الاتجاهات السعرية للمعروض منها بالسوق المحلية.

يبدأ المسار التسويقي للحوم البيضاء من مرحلة ما قبل الإنتاج، حيث تدبير ما يلزم من مستلزمات الإنتاج من أعلاف وكتاكيت الطيور، والمستلزمات البيطرية وغيرها ثم مرحلة التربية والإنتاج، ثم مراحل التجهيز، والتوزيع إلى أسواق الجملة والتجزئة عبر التجار والوسطاء... ويتناول الفصل الحالى دراسة المقومات والسمات المميزة لكل من هذه المراحل، وبغرض استخلاص المؤشرات ذات الدلالة على وجود السمة الاحتكارية من عدمه فى أى من هذه المراحل وذلك على النحو الوارد فيما يلى:

١ - مرحلة ما قبل التربية والإنتاج :

تتضمن هذه المرحلة إنتاج، وتوفير ما يلزم لنشاط إنتاج اللحوم البيضاء من مستلزمات إنتاج، من كتاكيت للتربية والإنتاج، وأعلاف، ومستلزمات بيطرية، وغيرها من مستلزمات سلعية أخرى وخدمات أخرى... ويأتى فى مقدمة هذه المستلزمات سواء من حيث الأهمية، والحجم، والتكلفة المدخلات الأساسية لعمليات الإنتاج من كتاكيت التربية والتسمين والأعلاف، والمستلزمات البيطرية، والتي يقوم على إنتاجها وتوفيرها بالأسواق مجموعات من المنشآت المتخصصة، والتي تعمل فى نظام آليات السوق الحرة سواء فى تعاملاتها مع موردي ما يلزمها من مدخلات خاصة بإنتاجها أو تعاملاتها مع المنشآت المشتري لإنتاجها من مزارع قائمة على تربية الطيور وإنتاج اللحوم البيضاء وغيرها من المنتجات الداجنة الأخرى. ويمكن بيان نوعية، واعداد هذه المنشآت، وطاقاتها الإنتاجية فيما يلى:

(١-١) مزارع إنتاج البيض اللازم لإنتاج الكتاكيت: وهى مجموعة من المزارع المتخصصة فى إنتاج

البيض اللازم لإنتاج سلالات معينة من كتاكيت التربية والتسمين بغرض إنتاج اللحوم البيضاء، وهى ما تعرف بمزارع أمهات التسمين، والتي يقوم نشاطها على تربية الطيور بغرض إنتاج البيض اللازم من السلالات المختارة لإنتاج اللحوم... ويتواجد من بين هذه المزارع مجموعة متخصصة فى إنتاج بيض

دجاج التسمين والذي بلغت أعدادها (٣١٠) مزرعة في عام ٢٠١٥ وتحتوى على ٢٥٧٦ عنبر إنتاجها ما يعمل منها خلال هذا العام ٢٥٠٩ عنبر (وبنسبة ٩٧,٤%) وبسعة كلية تبلغ نحو ١٠,٠٣٧ دجاجة، وسعة فعلية بلغت نحو ٨,٦١٣ مليون دجاجة (وبنسبة ٨٥,٨% من السعة الكاملة). وتقدر الطاقة الإنتاجية الكلية لهذه المزارع من البيض خلال هذا العام بما يقرب من ١٨٤٨,٤ مليون بيضة، بينما بلغت الطاقة الإنتاجية الفعلية نحو ١١٩٤,٢ مليون بيضة، وبما يمثل نحو ٦٤,٦١% من الطاقة الإنتاجية الكاملة من البيض، وبما يشير إلى انخفاض الإنتاجية الفعلية لأعداد الدواجن المنتجة عن الإنتاجية المتوقعة. ويتوزع هذا العدد من المزارع ما بين ١٣ محافظة بالدلتا وبعدد بلغ ١٦٣ مزرعة (وبنسبة ٥٢,٦%)، بالإضافة إلى محافظتى الجيزة، والقليوبية فى مصر الوسطى وبعدد ٢٦ مزرعة (وبنسبة ٨,٤%)، ومحافظتى سوهاج وقنا فى مصر العليا وبعدد ٢ مزرعة (وبنسبة ٠,٦%)، ثم محافظتى مطروح، وشمال سيناء، والنوبارية خارج الوادى وبعدد ١١٩ مزرعة (وبنسبة ٣٨,٤%).^(١)

هذا وتتباين مجموعات المزارع الموزعة فيما بين المحافظات المشار إليها من حيث متوسط إنتاجية المزرعة فى كل منها وبمدى يتراوح ما بين مليون بيضة عند الحد الأدنى، ١٤,٣ مليون بيضة عند الحد الأعلى، وباستثناء مزرعة واحدة عند مستوى أقل عن الحد الأدنى، وبمتوسط بلغ ٠,٢٤ مليون بيضة. ويمكن تصنيف هذه المزارع إلى سبعة مجموعات وفقاً لمتوسط إنتاجية المزرعة بكل منها ومرتبته ترتيباً تصاعدياً ومتضمنة فى ذلك أعداد المزارع بكل مجموعة، وإنتاجها الإجمالى من البيض خلال هذا العام، وذلك على النحو الوارد بالجدول رقم (٢/٣). ويقدر متوسط إنتاجية المزرعة بحوالى ٣,٨٥ مليون بيضة على المستوى الإجمالى مع التباين بين هذه المجموعات وعلى مدى يتراوح ما بين ٠,٢٤ مليون بيضة عند الحد الأدنى، ١٢,٦٤ مليون بيضة عند الحد الأعلى.

(٢/١) **معامل تفريخ البيض لإنتاج كتاكيت التسمين:** ويعد البيض المنتج بمزارع الأمهات هو المدخل الأساسى لنشاط هذه المعامل، حيث تفريخه وإنتاج الكتاكيت، والتي تعد بدورها المدخل الأساسى لإنتاج اللحوم البيضاء بمزارع التسمين... ويتواجد بالقطاع الداجنى نوعان من هذه المعامل الأول منها ما يعرف بمعامل التفريخ الصناعية، والآخر ما يعرف بمعامل التفريخ البلدية، والتي بلغ مجموع المعامل العاملة منها فى عام ٢٠١٥ نحو ٩٠٩ معمل تمثل المعامل الصناعية منها ما نسبته ٣٩,٦%، بينما تمثل المعامل البلدية النسبة الغالبة (٦٠,٤%)، إلا أن الطاقة الإنتاجية للمعامل الأولى تقاس بما نسبته ٩٠,٢% من إجمالى الطاقة الإنتاجية الكلية لهذه المعامل، بينما تمثل الطاقة الإنتاجية للمعامل البلدية ما نسبته ٩,٨% منها.

(١) الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء، نشرة إحصاءات الثروة الداجنة، القاهرة، أغسطس ٢٠١٦.

جدول رقم (٣-١) مصادر وكمية المعروض من اللحوم في السوق المحلية في السنوات (٢٠١١-٢٠١٥)

البيان	٢٠١١		٢٠١٢		٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥	
	ألف طن	%	ألف طن	%	ألف طن	%	ألف طن	%	ألف طن	%
(أ) لحوم حمراء:										
١- إنتاج	٩٨٩	٨٢,٢	٩٩٠	٨٥,٧	٩٦٥	٧٤,٣	٩٤١	٧١,٩	٩٧٥	٥٧,٥
٢- واردات	٢١٣	١٧,٧	٢٠٨	١٨,٠	٣٠٧	٢٣,٧	٣٥١	٢٦,٨	٧٢٠	٤٢,٥
٣- تغيير في المخزون	١-	٠,١	٤٣+	(٣,٧)	٢٦-	٢,٠	١٦-	١,٢	-	-
٤- صادرات	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
٥- المعروض	١٢٠٣	١٠٠	١١٥٥	١٠٠	١٢٩٨	١٠٠	١٣٠٨	١٠٠	١٦٩٥	١٠٠
(ب) لحوم دواجن وطيور:										
١- إنتاج	١٠٠٠	٩٧,١	١٠٣٧	٩٦,٦	١١٨٧	٩٤,١	١٢٨٧	٩٤,٨	١٢٩٣	٩٣,٠
٢- واردات	٣٥	٣,٤	٦١	٥,٧	٤٨	٣,٨	٦٩	٥,١	٩٨	٧,٠
٣- تغيير في المخزون	٣+	(٠,٣)	٢٣+	(٢,١)	٢٦-	٢,١	٣-	٠,٢	-	-
٤- صادرات	٢	(٠,٢)	١	(٠,١)	-	-	١	(٠,١)	-	-
٥- المعروض	١٠٣٠	١٠٠	١٠٧٤	١٠٠	١٢٦١	١٠٠	١٣٥٨	١٠٠	١٣٩١	١٠٠
(ج) الإجمالي										
١- إنتاج	١٩٨٩	٨٩,١	٢٠٢٧	٩٠,٩	٢١٥٢	٨٤,١	٢٢٢٨	٨٣,٦	٢٢٦٨	٧٣,٥
٢- واردات	٢٤٨	١١,١	٢٦٩	١٢,١	٣٥٥	١٣,٩	٤٢٠	١٥,٨	٨١٨	٢٦,٥
٣- تغيير في المخزون	٢+	(٠,١)	٦٦	٣,٠	٥٢-	٢,٠	١٩-	٠,٧	-	-
٤- صادرات	٢	(٠,١)	١	٠,٠	-	-	١	٠,٠	-	-
٥- المعروض	٢٢٣٣	١٠٠	٢٢٢٩	١٠٠	٢٥٥٩	١٠٠	٢٦٦٦	١٠٠	٣٠٨٦	١٠٠
(د) هيكل العرض : (%)										
٥- لحوم حمراء	٥٣,٩		٥١,٨		٥٠,٧		٤٩,١		٥٤,٩	
٥- لحوم دواجن وطيور	٤٦,١		٤٨,٢		٤٩,٣		٥٠,٩		٤٥,١	

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لحركة الإنتاج والتجارة الخارجية والمتاح للاستهلاك من السلع الزراعية، القاهرة، يناير ٢٠١٧.

جدول رقم (٣-٢) عدد مزارع أمهات دجاج التسمين وإنتاجها من البيض في عام ٢٠١٥

مسلسل	الطاقة الإنتاجية (مليون بيضة)	عدد المزارع		الإنتاج		متوسط إنتاجية المزرعة (مليون بيضة)	حصة المزرعة في السوق (%)
		عدد	%	مليون بيضة	%		
١	أقل من ١ مليون	١	٠,٣	٠,٢٤	٠,٠٢	٠,٢٤	٠,٠٢
٢	١ - ٢	١١٤	٣٦,٨	١٧٧,٥	١٤,٩	١,٥٦	٠,١٣
٣	٢ - ٣	٣٨	١٢,٣	١٠٢,٥	٨,٦	٢,٧٠	٠,٢٣
٤	٣ - ٤	٢٠	٦,٥	٧٥,٢	٦,٣	٣,٧٦	٠,٣١
٥	٤ - ٥	١١١	٣٥,٨	٥١٧,٦	٤٣,٣	٤,٦٦	٠,٣٩
٦	٥ - ٦	١	٠,٣	٥,١	٠,٤	٥,١٠	٠,٤٣
٧	٦ فأكثر	٢٥	٨,٠	٣١٦,١	٢٦,٥	١٢,٦٤	١,٠٦
جملة		٣١٠	١٠٠	١١٩٤,٢٤	١٠٠,٠	٣,٨٥	٠,٣٢

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، نشرة إحصاءات الثروة الداجنة، القاهرة، أغسطس ٢٠١٦.

ولقد بلغ البيض الموضوع في هذه المعامل بغرض التفريخ في نفس العام نحو ١,٦٦٣ مليار بيضة تمثل ما نسبته ٦٥,٨٤% من إجمالي الطاقة الكاملة لهذه المعامل والتي تبلغ نحو ٢,٥٢٥ مليار بيضة (جدول رقم ٣-٣).

ويقوم نشاط هذه المعامل على تفريخ البيض بغرض إنتاج كتاكيت الدواجن اللازمة لكل من مزارع إنتاج اللحوم، وإنتاج البيض. ولقد بلغ ما خصص لغرض إنتاج اللحوم من البيض الموضوع خلال العام المشار إليه ما يقرب من ٩٦% منه، تركز تخصيصها لغرض إنتاج كتاكيت الدواجن من سلالات

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

التسمين، والبلدى المحسن حيث اختصت هذه السلالات بما نسبته ٩٣,٢٣% تقريباً من إجمالي البيض الموضوع لغرض التفريخ، بينما خصص ما يقرب من ٢,٧١% منه لغرض إنتاج كتاكيت طيور البط، والرومي. أما ما خصص لإنتاج كتاكيت الدجاج البياض فبلغ ما نسبته ٤,٠% تقريباً من إجمالي البيض الموضوع في العام المشار إليه. ولقد بلغ إنتاج الكتاكيت في هذا العام ما يقرب من ١,٣١٩ مليار، تمثل ما نسبته ٧٩,٣% من إجمالي البيض الموضوع على المستوى الكلي لمعامل التفريخ، وإن كان يلاحظ الارتفاع النسبي لهذه النسبة في حالة المعامل الصناعية عنه في حالة المعامل البلدية حيث تبلغ في الأولى نحو ٧٩,٦%، مقابل ٧٥,٦% في حالة المعامل البلدية، وعلى نحو ما يمكن استخلاصه من الجدول رقم (٣). كما تقدر إنتاجية المعمل الصناعي خلال هذا العام بحوالى ٣,٤٦ مليون كتكوت، مقابل ٠,١٣٢ مليون كتكوت للمعمل البلدى... وتوزع المعامل الصناعية على عدد (٢٢) محافظة تشمل (١١) محافظة بالوجه البحرى، (٤) محافظات في مصر الوسطى ومثيلها في مصر العليا بالإضافة إلى عدد (٣) محافظات خارج الوادى، أما المعامل البلدية فتوزع على عدد (١٧) محافظة تشمل عدد (٩) محافظات بالوجه البحرى، وعدد (٤) محافظة في مصر الوسطى، ومثيلها في مصر العليا.

جدول رقم (٣-٣) عدد معامل تفريخ البيض، وسعتها الإنتاجية والفعلية في عام ٢٠١٥
ووفقاً لنوعية المنتج من الكتاكيت

البيان	معامل صناعية		معامل بلدية		جملة	
	عدد	%	عدد	%	عدد	%
١- عدد المعامل	٣٦٠	٣٩,٦	٥٤٩	٦٠,٤	٩٠٩	١٠٠
٢- الطاقة الكلية (مليون بيضة)	٢٢٧٨,٩	٩٠,٢	٢٤٧,٠٣	٩,٨	٢٥٢٥,٩٣	١٠٠
٣- البيض الموضوع (مليون بيضة)	١٥٦٧,٤	١٠٠	٩٥,٦٤	١٠٠	١٦٦٣,٠٤	١٠٠
٠ تسمين	١٠١١,٥٤	٦٤,٥٤	٧٠,٠٤	٧٣,٢٣	١٠٨١,٥٨	٦٥,٠٤
٠ بلدى محسن	٤٤٣,٨٢	٢٨,٣٢	٢٥,١٣	٢٦,١٥	٤٦٨,٨٣	٢٨,١٩
٠ جملة	١٤٥٥,٣٦	٩٢,٨٥	٩٥,٥٣	٩٩,٣٨	١٥٥٠,٤١٣	٩٣,٢٣
٠ بياض	٦٧,٥٧	٤,٣١	-	-	٦٧,٥٧	٤,٠٦
٠ بط	٤٤,٣٦	٢,٨٣	٠,٥٨	٠,٦	٤٤,٩٤	٢,٧٠
٠ رومى	٠,١٦٢	٠,٠١	-	-	٠,١٦٢	٠,٠١
٤- كتاكيت ناتجة : (مليون)	١٢٤٧,١	١٠٠	٧٢,٢٦	١٠٠	١٣١٩,٣٦	١٠٠
٠ تسمين	٨٢٩	٦٦,٤٧	٥٤,٧٩	٧٥,٨٢	٨٨٣,٧٩	٦٧,٠
٠ بلدى محسن	٣٣٥,٨٣	٢٦,٩٣	١٧,٠٩	٢٣,٦٥	٣٥٢,٩٢	٢٦,٧
٠ جملة	١١٦٤,٨٣	٩٣,٤	٧١,٨٨	٩٩,٤٧	١٢٣٦,٧١	٩٣,٧
٠ بياض	٥٥,٣٥	٤,٤٤	-	-	٥٥,٣٥	٤,٢٠
٠ بط	٢٦,٨٢	٢,١٥	٠,٣٨	٠,٥٣	٢٧,٢	٢,٠٦
٠ رومى	٠,١١٦	٠,٠١	-	-	٠,١١٦	-
٥- إنتاجية المعمل (مليون)	٣,٤٦٤		٠,١٣٢		١,٤٥١	
٠ تسمين	٢,٣٠٣		٠,١٠٠		٠,٩٧٢	
٠ بلدى محسن	٠,٩٣٣		٠,٠٣١		٠,٣٨٨	
٠ جملة	٣,٢٣٦		٠,١٣١		١,٣٦٠	
٠ بياض	٠,١٥٤		-		٠,٠٦١	
٠ بط	٠,٠٧٥		-		٠,٠٣٠	
٠ رومى	٠,٠٠٣		-		٠,٠	

المصدر: الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء، نشرة إحصاءات الثروة الداجنة، القاهرة، أغسطس ٢٠١٦.

إن المؤشرات السابقة، والواردة بالجدول رقم (٣-٣) تكشف عن سيادة المعامل الصناعية فى نشاط التفريخ من منظور مساهمتها النسبية فى إنتاج هذا النشاط حيث تمثل السعة الإنتاجية لها نحو ٩٠,٢% من إجمالى السعة الإنتاجية، كما يمثل إنتاجها من الكتاكيت ما يقرب من ٩٤,٥% من إجمالى الإنتاج منها فى هذا النشاط ، ومن ثم فهى تعد المصدر الأساسى لتوفير إحتياجات نشاط مزارع إنتاج اللحوم الداجنية، لتفوق سعتها الإنتاجية وإنتاجيتها عنه فى حالة المعامل البلدية... ومع ذلك فإن هناك سمة تباين ملحوظ فيما بين المعامل الصناعية من حيث متوسط إنتاجية المعمل خلال العام المشار إليه، حيث يقدر المتوسط العام لإنتاجية المعمل بحوالى ٣,٤٦٤ مليون كتكوت، بينما يتراوح هذا المتوسط، وتبعاً لسعة وإنتاجية المعمل، ما بين ٠,٦٤٣ مليون كتكوت عند الحد الأدنى لمتوسط الإنتاجية بالفئة الإنتاجية الأقل من مليون كتكوت، ١٥,٧١ مليون كتكوت عند حدها الأعلى بالفئة الإنتاجية ١١ مليون كتكوت فأكثر، وعلى النحو المبين بالجدول رقم (٣-٤).

جدول رقم (٣-٤) عدد معامل التفريخ الصناعية، وإنتاجها من الكتاكيت فى عام ٢٠١٥

مسلسل	الطاقة الإنتاجية الفعلية (مليون كتكوت)	عدد المعامل		إنتاج الكتاكيت		متوسط إنتاجية المعمل (مليون كتكوت)	حصة المعمل فى السوق (%)
		عدد	%	مليون كتكوت	%		
١	أقل من ١ مليون	٤٠	١١,١	٢٥,٧٠	٢,١	٠,٦٤٣	٠,٠٥
٢	١ > ٢	١٠٧	٢٩,٧	١٩٠,٨٧	١٥,٣	١,٧٨٤	٠,١٤
٣	٢ > ٣	٣١	٨,٦	٦٤,٩٥	٥,٢	٢,٠٩٥	٠,١٧
٤	٣ > ٤	١٠٦	٢٩,٤	٣٤٥,٤٧	٢٧,٧	٣,٢٥٩	٠,٢٦
٥	٤ > ٥	٢٣	٦,٤	٩٤,١٦	٧,٦	٤,٠٩٤	٠,٣٣
٦	٥ > ٦	٢٠	٥,٦	١٠١,٩٤	٨,٢	٥,٠٩٧	٠,٤١
٧	١٠ > ١١	٢٠	٥,٦	٢١٩,٨٤	١٧,٦	١٠,٩٩٢	٠,٨٨
٨	١١ فأكثر	١٣	٣,٦	٢٠٤,٢٠	١٦,٣	١٥,٧٠٨	١,٢٦
جملة		٣٦٠	١٠٠	١٢٤٧,١	١٠٠	٣,٤٦٤	٠,٢٨

المصدر: الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء، نشرة إحصاءات الثروة الداجنة، القاهرة، أغسطس ٢٠١٦.

(٣-١) **صناعة أعلاف الدواجن** : ويقوم على هذا النشاط عدد (٢٣٦) مصنع من المصانع العاملة فى عام ٢٠١٥، وبطاقة كلية تبلغ نحو ٤,١٣٦ مليون طن، لإنتاج الأعلاف اللازمة لأغراض تسمين الدجاج، وتربية الدجاج البياض، وتربية وإنتاج لحوم البط ، والرومى، والأسماك، ومركزات الأعلاف، إلا أن طاقة الإنتاج الفعلى لهذه المصانع تقدر بحوالى ١,١٢٤ مليون طن وبما نسبته ٢٧,٢% من الطاقة الكلية لهذه المصانع خلال نفس العام، كما بلغ إنتاجها من الأعلاف لأغراض التسمين ما يقرب من ٧٩٨ ألف طن تمثل نحو ٧١,٠% من إجمالى الإنتاج، بالإضافة إلى حوالى ٢٠٣ ألف طن من أعلاف الدواجن البياض، وبما يمثل ١٨,١% من إجمالى إنتاجها من الأعلاف. أما الإنتاج من الأعلاف الأخرى لغرض إنتاج لحوم الرومى، والبط، والأسماك فبلغت نحو ٩٩,٦ ألف طن وبما نسبته ٨,٩% من إجمالى الإنتاج، بينما بلغ إنتاج المركزات نحو ٢٢,٨ ألف طن وبنسبة ٢% من إجمالى الإنتاج.

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

هذا وتتواجد هذه المصانع في عدد (٢٢) محافظة ومنطقة تشمل ١٢ محافظة في الوجه البحرى وبعده ١٨٠ مصنع، ٤ محافظات في مصر الوسطى وبعده ٣١ مصنع ومحافظتين في مصر العليا وبعده ١٠ مصانع، إلى جانب محافظتى مطروح، وشمال سيناء، ومناطق النوبارية والوادي الجديد وبعده (١٥) مصنع^(١). ولقد بلغ متوسط الإنتاج الفعلى للمصنع خلال هذا العام نحو ٤,٧٦١ ألف طن على المستوى الإجمالى لهذه المصانع، إلا أن هناك التباينات الكبيرة فيما بينها، حيث بلغ متوسط إنتاج المصنع عند الحد الأدنى لمتوسط الإنتاجية بالفئة الإنتاجية الأقل من ألف طن، نحو ٠,٤٥٦ طن، بينما بلغ هذا المتوسط عند الحد الأعلى لمتوسط الإنتاجية بالفئة ٨٤ طن فأكثر نحو ٨٤,١ طن/للمصنع، وذلك على نحو ما هو مبين بالجدول رقم (٣-٥).

جدول رقم (٣-٥) عدد مصانع أعلاف الدواجن، وإنتاجها من الأعلاف وفقاً للطاقة الإنتاجية الفعلية في عام ٢٠١٥

مسلسل	الطاقة الإنتاجية الفعلية (ألف طن)	عدد المصانع		الإنتاج		متوسط إنتاجية المصنع (ألف طن)	حصة المصنع فى السوق
		عدد	%	مليون كتكات	%		
١	أقل من ألف طن	٢٣	٩,٧	١٠,٥	٠,٩	٠,٤٥٦	٠,٠٤
٢	١ - > ٢	١٠٥	٤٤,٥	١٤,١	١١,٩	١,٢٧٧	٠,١١
٣	٢ - > ٣	٣٤	١٤,٤	٨٧,٧	٧,٨	٢,٥٧٩	٠,٢٣
٤	٣ - > ٤	١	٠,٤	٣,٨	٠,٣	٣,٨	٠,٣٣
٥	٤ - > ٥	٦	٢,٥	٢٩,٦	٢,٦	٤,٩	٠,٤٤
٦	٥ - > ٦	٢٥	١٠,٦	١٣٤,٣	١٢,٠	٥,٣٧٢	٠,٤٨
٧	٦ - > ٧	٧	٣,٠	٤٦,٨	٤,٢	٦,٦٩	٠,٦٠
٨	٧ - > ١١	١٥	٦,٤	١٧٠,٠	١٥,١	١١,٣٣	١,٠٠
٩	١١ - > ١٤	٨	٣,٤	١١٥,٣	١٠,٣	١٤,٤١٢	١,٢٨
١٠	١٤ - > ١٦	٣	١,٣	٥٠,١	٤,٥	١٦,٧	١,٤٩
١١	١٦ - > ٣٣	٨	٣,٤	٢٥٧,٤	٢,٩	٣٢,١٧٥	٢,٨٦
١٢	٣٣ - > ٨٤ فأكثر	١	٠,٤	٨٤,١	٧,٥	٨٤,١	٧,٤٨
	جملة	٢٣٦	١٠٠	١١٢٣,٦	١٠٠	٤,٧٦١	٠,٤٢

المصدر: جمعت وحسبت من: الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء، نشرة الإحصاءات الداجنة، مرجع سابق.

(١-٤) **مؤشرات التركيز والإحتكار فى هذه المرحلة:** تكشف الأعداد المتواجدة من المنشآت المشار إليها من كل من الأنشطة الثلاث سابقة الذكر عن غياب مستويات التركيز التى تمكن مثل هذه المنشآت من ممارسة الأعمال الاحتكارية، حيث كثرة أعدادها بالقياس إلى السعة الاستيعابية لأسواق مخرجاتها، وقد يشير إلى ذلك قياس مؤشرات نسبة التركيز، ومقياس هيرشمان، ومعامل جينى للتركز. ولغرض قياس هذه المؤشرات، ومع تعذر وجود البيانات الخاصة بالإنتاج على المستوى الفردى للمنشآت المشتغلة فى الأنشطة الثلاث، فقد استندت الدراسة فى ذلك على بيانات الإنتاج المتاحة على مستوى مجموعات مختلفة من هذه المنشآت وفى مختلف مناطق النشاط (ومصدرها الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء)،

(١) الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء، نشرة إحصاءات الثروة الداجنة، القاهرة، أغسطس ٢٠١٦.

وبعد تصنيف هذه المنشآت من قبل الدراسة إلى فئات إنتاجية، ووفقاً لمتوسط إنتاجية المنشأة داخل كل مجموعة، وبمدى يتناسب مع أعداد وحجم إنتاج وطبيعة كل من هذه الأنشطة، ثم ترتيب هذه الفئات ترتيباً تصاعدياً من الفئة الأقل إنتاجية إلى الفئة الأكبر منها إنتاجية، وذلك على النحو الوارد بالجدول أرقام (٣-٢، ٣-٤، ٣-٥). ولقد جاءت نتائج قياس هذه المؤشرات، وبما لها من دلالات على ما يمكن ذكره فيما يلي:

(١-٤-١) نسبة التركيز: في إطار التنويه إلى ما خلصت إليه غالبية نتائج دراسات التركيز وقوة السوق

في صناعة الأحتكار، من أنه إذا ما بلغ نصيب الأربع منشآت الأكبر ٥٠% من حجم التعاملات في السوق أو إذا ما بلغ نصيب الثمان منشآت الأكبر ٧٠% من حجم هذه التعاملات كان ذلك مؤشراً على وجود تركيز غير مرغوب فيه حيث وجود القوة السوقية ومن ثم الإحتكار في السوق.... ومع تقدير الدراسة للوزن النسبي لكل من أعداد المنشآت المتواجدة في كل فئة من المجموعات الإنتاجية في إجمالي عدد المنشآت بالنشاط، مقابل الوزن النسبي لإنتاج كل من هذه الفئات في إجمالي الإنتاج بالنشاط، وعلى نحو ما هو وارد بالجدول الثلاث سابقة الذكر، والجدول رقم (٣-٦، ٣-٧، ٣-٨) بالدراسة، يمكن إستخلاص مستوي هذه النسبة في كل من الأنشطة الثلاث فيما يلي:

- بالنسبة لنشاط إنتاج البيض في مزارع الأمهات يتواجد ٢٥ مزرعة بالفئة الانتاجية " ٦ مليون بيضة فأكثر " بلغ نصيبها في إجمالي إنتاج هذه المزارع ما نسبته ٢٦,٥%، كما يتواجد ١٣٧ مزرعة بالفئات " ٤ مليون بيضة فأكثر " والتي بلغ نصيبها ٤٤,١% من إجمالي الإنتاج، وحيث لم يصل نصيب أي من المجموعتين، وبأعداد المزارع المتواجدة بها إلى مستوي التركيز غير المرغوب وبالنسب المشار إليها (٥٠%، ٧٠%) وهو ما ينتفى معه وجود القوة السوقية، ومن ثم الإحتكار في هذا النشاط، وفقاً لهذا المؤشر.

- كذلك الحال أيضاً في حالة نشاط معامل التفريخ، حيث يتواجد عدد (١٣) معمل صناعي بالفئة الإنتاجية " ١١ مليون كتكوت فأكثر " ساهمت بما نسبته ١٦,٣% من إجمالي إنتاج هذا النشاط، كما يتواجد بالفئات " ٤ مليون كتكوت فأكثر " عدد (٧٦) معمل صناعي بلغ نصيبها من إجمالي إنتاج هذا النشاط ما نسبته ٤٩,٧%، ومن ثم فلم يصل أي من المجموعتين بما تشتمل عليه من أعداد إلى نسب التركيز غير المرغوب، وبما ينتفى معه أيضاً وجود القوة السوقية والإحتكار في هذا النشاط في إطار هذا المؤشر.

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

- وبالنسبة لنشاط صناعة الأعلاف أيضاً فيمكن إستخلاص نفس النتيجة حيث إنتفاء حالة القوة السوقية والإحتكار في هذا النشاط مع وجود عدد (٩) مصانع بالفئات الإنتاجية " ٣٢ ألف طن فأكثر " والتي بلغ نصيبها من إجمالي الإنتاج من الأعلاف ما نسبته ٣٠,٤%، كما أن هناك عدد (٣٥) مصنع بالفئات الإنتاجية " ١١ ألف طن فأكثر " بلغ نصيبها ما نسبته ٦٠,٣% من إجمالي الإنتاج، ومن ثم عدم وصول كلا المجموعتين وبالأعداد التي تتضمنها من المصانع إلى نسب التركيز غير المرغوب.

جدول رقم (٣-٦) مقياس هرفندل/ هيرشمان، ومعامل جيني للتركز في مزارع تسمين الدجاج لعام ٢٠١٥

مسلسل	الفئات الإنتاجية " مليون بيضة "	مقياس هيرشمان	التركز التراكمي		الوزن النسبي لعدد فئات المزارع (%)	التركز التراكمي الزوجي للإنتاج (%)	مدخل معامل جيني
			عدد المزارع (%)	للإنتاج (%)			
١	أقل من ١ مليون	٠,٠٠٠٤	٠,٣	٠,٠٢	٠,٣	٠,٠٢	٠,٠٠٥
٢	١ - ٢	١,٩٢٧	٣٧,١	١٤,٩٢	٣٦,٨	١٤,٩٤	٢٧٤,٩٠
٣	٢ - ٣	٢,٠١٠	٤٩,٤	٢٣,٥٢	١٢,٣	٣٨,٤٤	٢٣٦,٤١
٤	٣ - ٤	١,٩٢٢	٥٥,٩	٢٩,٨٢	٦,٥	٥٣,٣٤	١٧٣,٣٦
٥	٤ - ٥	١٦,٨٣٣	٩١,٧	٧٣,١٢	٣٥,٨	١٠٢,٩٤	١٨٤٢,٦٥
٦	٥ - ٦	٠,١٨٥	٩٢,٠	٧٣,٥٢	٠,٣	١٤٦,٦٤	٢٢,٠٠٠
٧	٦ مليون فأكثر	٢٨,٠٩٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	٨,٠	١٧٣,٥٢	٦٩٤,٠٨
	جملة	٥٠,٩٧			١٠٠		٣٢٤٣,٤

$$\text{معامل جيني} = \frac{(٣٢٤٣,٤ - ٥٠٠٠) \div (٥٠٠٠)}{١٧٥٦,٦} = ٠,٣٥١٣ = ٣٥,١٣\%$$

المصدر: (١) حسب من الجدول رقم (٣-٢).

جدول رقم (٣-٧) مقياس هرفندل/ هيرشمان، ومعامل جيني للتركز لمعامل التفريخ لعام ٢٠١٥

مسلسل	الفئات الإنتاجية (مليون كتكوت)	مقياس هيرشمان	التركز التراكمي		الوزن النسبي لعدد المفرخات (%)	التركز التراكمي الزوجي للإنتاج (%)	مدخل معامل جيني
			عدد المفرخات (%)	للإنتاج (%)			
١	أقل من (١) مليون	٢,٠٠٠	١١,١	٢,١	١١,١	٢,١	١١,٦٦
٢	١ - ٢	٢,٠٩٧	٤٠,٨	١٧,٤	٢٩,٧	١٩,٥	٢٨٩,٥٨
٣	٢ - ٣	٠,٨٩٦	٤٩,٤	٢٢,٦	٨,٦	٤٠,٠	١٧٢,٠٠
٤	٣ - ٤	٧,١٦٦	٧٨,٨	٥٠,٣	٢٩,٤	٧٢,٩٠	١٠٧١,٦٣
٥	٤ - ٥	٢,٥٠٥	٨٥,٢	٥٧,٩	٦,٤	١٠٨,٢	٣٤٦,٢٤
٦	٥ - ٦	٣,٣٦٢	٩٠,٨	٦٦,١	٥,٦	١٢٤,٠	٣٤٧,٢
٧	٦ - ١١	١٥,٤٨٨	٩٦,٤	٨٣,٧	٥,٦	١٤٩,٨	٤١٩,٤٤
٨	١١ فأكثر	٢٠,٦٣٩	١٠٠,٠	١٠٠,٠	٣,٦	١٨٣,٧	٣٣٠,٦٦
	جملة	٥٤,١٥٣			١٠٠		٢٩٨٨,٤

$$\text{معامل جيني} = \frac{(٢٩٨٨,٤ - ٥٠٠٠) \div (٥٠٠٠)}{٢٠١١,٦} = ٠,٤٠٢٣ = ٤٠,٢٣\%$$

المصدر: (١) حسب من الجدول رقم (٣-٤).

جدول رقم (٣-٨) مقياس هيرفندل/ هيرشمان ومعامل جيني للتركز لمصانع أعلاف الدواجن ولعام ٢٠١٥

مسل	الفئات الإنتاجية " ألف طن "	مقياس هيرشمان	التكرار التراكمي %		التكرار التراكمي الزوجي للإنتاج	الوزن النسبي لعدد فئات المصانع	مدخل معامل جيني
			عدد المصانع (١)	للإنتاج (٢)			
١	أقل من ألف طن	٠,٠٣٧	٩,٧	٠,٩	٠,٩	٩,٧	٤,٣٧
٢	١ > - ٢	١,٢٧١	٥٤,٢	١٢,٨	١٣,٧	٤٤,٥	٣٠٤,٨٢
٣	٢ > - ٣	١,٧٩٩	٦٨,٦	٢٠,٦	٣٣,٤	١٤,٤٠	٢٤٠,٤٨
٤	٣ > - ٤	٠,١٠٩	٦٩,٠	٢٠,٩	٤١,٥	٠,٤	٨,٣
٥	٤ > - ٥	١,١٦٢	٧١,٥٠	٢٣,٥	٤٤,٤	٢,٥	٥٥,٥
٦	٥ > - ٦	٥,٧٦٠	٨٢,١	٣٥,٥	٥٩,٠	١٠,٦	٣١٢,٧
٧	٦ > - ٧	٢,٥٢٠	٨٥,١	٣٩,٧	٧٥,٢	٣,٠	١١٢,٨
٨	٧ > - ٨	١٥,٠٠	٩١,٥	٥٤,٨	٩٤,٥	٦,٤	٣٠٢,٤
٩	٨ > - ٩	١٣,١٠٧	٩٤,٩	٦٥,١	١١٩,٩	٣,٤	٢٠٣,٨٣
١٠	٩ > - ١٠	٦,٦٦٠	٩٦,٢	٦٩,٦	١٣٤,٧	١,٣	٨٧,٥٦
١١	١٠ > - ١١	٦٥,٤٣٧	٩٩,٦	٩٢,٥	١٦٢,١	٣,٤٠	٢٧٥,٥٧
١٢	١١ > - ١٢	٥٥,٩٥٠	١٠٠,٠	١٠٠	١٩٢,٥	٠,٤	٣٨,٥٠
	جملة	١٦٨,٨١٢				١٠٠	١٩٤٦,٨٣
معامل جيني $\frac{1946,8 - 0,00}{0,00} \div 3023,2 = 0,61 = 61\%$							

المصدر: حسب من الجدول رقم (٣-٥).

(٢-٤) **مقياس هيرفندل/هيرشمان:** إذا كان المؤشر السابق ينظر إليه بأنه مؤشر تقريبي للتركز، ويفضل عنه مقياس هيرفندل/هيرشمان، فإن حسابات هذا المؤشر يمكن أن يستخلص من نتائجها أيضاً إنتفاء حالة القوة السوقية والإحتكار في الأنشطة الثلاث. فمع إنخفاض نصيب المنشأة الفردية من إجمالي الإنتاج بالنشاط (مع كبر أعداد هذه المنشآت) تأتي تقديرات قيمة هذا المؤشر بحوالي ٥١، ٥٤,١، ١٦٨,٨ في كل من أنشطة إنتاج البيض، والتفريخ، وصناعة الأعلاف وعلى الترتيب. وهى تقديرات تقترب من الصفر، ومن ثم الإشارة إلى وجود حالة المنافسة الكاملة في الأنشطة الثلاث (الجدول ٣-٦، ٣-٧، ٣-٨).

(٣-٤-١) **معامل جيني للتركز:** إن حسابات معامل جيني للتركز للأنشطة الثلاث تقدر نتائجها بما قيمته ٠,٣٥، ٠,٤٠، ٠,٦١ في حالة كل من نشاط إنتاج البيض، ونشاط التفريخ ثم نشاط صناعة الأعلاف وعلى الترتيب، وهو ما يمكن معه إستخلاص وجود حالة المنافسة الكاملة في كل من النشاط الأول، والثانى على الترتيب إذا ما أخذ بنتائج دراسات التركيز بالأسواق والتي تري في غالبيتها أن

معامل جيني بقيمة ٠,٤ وأدنى منه يعد كافياً للدلالة على وجود المنافسة الفاعلة في السوق، أما القيمة الأعلى من ذلك فلها دلالتها على وجود احتكار القلة أو المنافسة الاحتكارية، وهو ما يمكن معه اعتبار النشاط الثالث (تصنيع الأعلاف) ووفقاً لهذا المؤشر خارج إطار المنافسة الكاملة، مع وجود التركيز الذي يسمح بوجود احتكار القلة أو المنافسة الاحتكارية، وهو ما يتنافى مع النتائج المستخلصة في إطار كلا المؤشرين السابقين.

وأخيراً يجدر التنويه إلى أن وجود الطاقة العاطلة في كل من نشاطي إنتاج البيض ومعامل التفريخ يمكن النظر إليه، على أنه يمثل مؤشراً آخر لوجود التنافسية فيما بين المنشآت المشتغلة في كل منها، كما أن وجود الطاقة العاطلة في نشاط تصنيع الأعلاف وبما نسبته ٧٢,٨% من إجمالي الطاقة الكاملة للمصانع القائمة في العام المشار إليه، قد ينفي عن هذا النشاط وجود الحالة الاحتكارية به ما لم تتواجد أسباب اقتصادية مسئولة عن ضعف التشغيل ووجود الطاقة العاطلة بهذا النشاط.

٢ - مرحلة الإنتاج:

يتشكل الإنتاج من اللحوم البيضاء من لحوم نوعيات مختلفة من الطيور، ويأتي في مقدمتها الانتاج من لحوم دواجن المزارع المتخصصة، والذي يشكل ما نسبته ٧٦% تقريباً من إجمالي إنتاج هذه اللحوم في السنوات ٢٠١١-٢٠١٥، ثم يليها في ذلك الإنتاج من لحوم البط، والحمام المنزلي، والأرانب، ثم الدجاج المنزلي والأوز، والرومي وبالنسب المبين بالجدول رقم (٩/٣)، حيث يشير هيكل الإنتاج من هذه اللحوم خلال هذه السنوات أن لحوم دواجن المزارع المتخصصة تعد هي المصدر الأساسي لتوفير اللحوم البيضاء بالسوق المحلية، ومن ثم فإن ما يحدث من تغيرات في إنتاجها يعد المصدر الأساسي لإتجاهات التغير في مؤشرات السوق المحلية للحوم البيضاء.

(٢-١) مزارع الإنتاج: تتشكل المزارع المتخصصة في إنتاج لحوم الدواجن من مجموعتين من المزارع

الأولي منها متخصصة في تربية وإنتاج لحوم بداري التسمين، والأخرى متخصصة في تربية وإنتاج لحوم الدجاج البلدي المحسن، ولقد بلغ المجموع الكلي لكلا المجموعتين في عام ٢٠١٥ نحو ٢٤,٧ ألف مزرعة وبسعة كلية تبلغ نحو ١٠٤٢,٧٤٢ مليون طائر، وبطاقة فعلية خلال هذا العام بلغت نحو ٦٨٢,٨٠٠ مليون طائر ونسبة بلغت نحو ٦٥,٤٨% من الطاقة الكلية لهذه المزارع. وتتوزع هذه المزارع على مختلف محافظات الجمهورية وبواقع ١٥,٣٣٧، ٣,٠٣٢، ١,٤١٣، ١,٥١٥ مزرعة من مزارع بداري التسمين في كل من محافظات الدلتا، ومصر الوسطي، ومصر العليا، وخارج الوادي وعلى الترتيب، بالإضافة إلى ٢,٩٧٦، ٠,٣٩٧، ٠,٢٠٦،

جدول رقم (٩-٣) تقديرات الإنتاج من اللحوم البيضاء في السنوات ٢٠١١-٢٠١٥

٢٠١٥		٢٠١٤		٢٠١٣		٢٠١٢		٢٠١١		البيان
%	ألف طن	%	ألف طن	%	ألف طن	%	ألف طن	%	ألف طن	
٧٦,١	٩٨٤	٧٦,٩	٩٩٠	٧٦,٦	٩٠٩	٧٦,٢	٧٩٠	٧٤,٥	٧٤٥	١- دجاج مزارع متخصصة
٣,٣	٤٣	٣,٥	٤٥	٣,٧	٤٤	٣,١	٣٢	٥,١	٥١	٢- دجاج منزلى
١,٣	١٧	٠,٩	١٢	٠,٨	١٠	٠,٩	٩	٠,٨	٨	٣- رومي
٦,٥	٨٤	٦,٢	٨٠	٦,٢	٧٤	٦,٨	٧١	٦,٣	٦٣	٤- بط
٢,٠	٢٦	١,٩	٢٥	١,٩	٢٣	٢,٠	٢١	٢,١	٢١	٥- أوز
٥,٧	٧٤	٥,٤	٧٠	٥,٦	٦٦	٥,٨	٦٠	٥,٩	٥٩	٦- حمام منزلى
٥,٠	٦٥	٥,١	٦٥	٥,١	٦١	٥,٢	٥٤	٥,٣	٥٣	٧- أرانب
١٠٠	١٢٩٣	١٠٠	١٢٨٧	١٠٠	١١٨٧	١٠٠	١٠٣٧	١٠٠	١٠٠٠	جملة

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لإحصاءات الثروة الحيوانية عام ٢٠١٥، القاهرة، مارس ٢٠١٧.

٠,٠٢٥ ألف مزرعة لتربية وإنتاج لحوم الدجاج البلدي المحسن في كل من المناطق الأربع وعلى الترتيب^١. ويبلغ المتوسط العام للسعة الفعلية لهذه المزارع خلال هذا العام نحو ٢٧,٦٤ ألف طائر/ للمزرعة، مع وجود التباينات الملحوظة فيما بينها وعلى نحو ما هو مبين بالجدول رقم (١٠/٣)، وبعد تصنيف هذه المزارع وفقا للسعة، ويمدي يبلغ ١٠,٠ آلاف طائر. حيث تشكل، وعلى سبيل المثال، المزارع ذات السعة الأقل من ١٠ آلاف طائر/ للمزرعة ما نسبته ١٤,٦% من إجمالي عدد هذه المزارع، وبمتوسط يبلغ نحو ٨,٥١ ألف طائر للمزرعة، كما تمثل أعداد المزارع بالفئة (٢٠- أقل من ٣٠ ألف طائر) نحو ٤٣,٥% من إجمالي عدد هذه المزارع، وبمتوسط يبلغ نحو ٢٣,٢٠ ألف طائر/ للمزرعة، وتتنخفض درجة تمثيل المزارع ذات السعة الأكبر إلى أقل من ١% في غالبية هذه الفئات، وإن ارتفعت لتصل إلى ما نسبته ٣,٣٠% بالنسبة للمزارع ذات السعة ١٠٠ ألف طائر فأكثر، وبمتوسط بلغ نحو ٢١١,٣ ألف طائر/ للمزرعة، وعلى نحو ما يشير إليه الجدول سابق الذكر.

(٢-٢) **مؤشرات التركيز والاحتكار في مرحلة الإنتاج:** إن في العدد الكبير للمزارع المتخصصة في إنتاج لحوم الدواجن، وانتشارها على اتساع السوق المحلية، ومع وجود فائض في طاقتها الإنتاجية الكلية خلال عام ٢٠١٥، قد يكون من المؤشرات التي تنفي حالة التركيز غير المرغوب ومن ثم الإحتكار في هذه المرحلة، وقد يعبر عن ذلك المؤشرات ذات الصلة والتي يأتي قياسها بالنتائج والدلالات التالية:

^١ - الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، نشرة إحصاءات الثروة الداجنة لعام ٢٠١٥، القاهرة، أغسطس ٢٠١٦.

(١-٢-٢) **نسبة التركيز:** مع قياس الأوزان النسبية لأعداد الفئات المختلفة من هذه المزارع مقابل الأوزان النسبية لنصيب كل منها في الإنتاج يلاحظ وجود ما يقرب من ١١٩٦ مزرعة بالفئة الإنتاجية ذات السعة الأعلى ٧٠ ألف طائر فأكثر تساهم بما نسبته ٢٩,٦٧% من إجمالي الإنتاج، ومن ثم لم تصل هذه الفئة بما تشتمل عليه من أعداد إلى مستوى النسبة غير المرغوبة (٥٠%) للتركز في حالة الأربع منشآت، كما أن مستوى النسبة غير المرغوبة من التركيز في حالة الثمان منشآت قد تستوعب ما يقرب من ١١,٢ ألف مزرعة، وهو ما ينفي تواجد النسبة غير المرغوبة من التركيز، وبالتبعية حالة الإحتكار في إطار هذا المؤشر.

(٢-٢-٢) **مقياس هرفندل/هيرشمان:** كذلك أيضا يأتي نفى حالة التركيز ومن ثم الإحتكار في هذه المرحلة مع نتائج قياس هذا المؤشر والتي بلغت قيمته ما يقرب من ٠,٩٩٢ حيث صغر نصيب كل من المزارع الفردية في الإنتاج (جدول رقم ٣-١١).

(٣-٢-٢) **معامل جيني للتركز:** كما يمكن إستخلاص نفس النتيجة السابقة مع قياس معامل جيني للتركز والذي يقدر بحوالي ٠,٣٩٩٦ والذي يشير إلى حالة وجود المنافسة الفعالة بين المزارع المنتجة.

٣- **التغيرات السعرية، ومؤشرات التنافسية في تجارة الجملة والتجزئة:**

(١-٣) **التغيرات السعرية وإتجاهاتها:** إذا كانت مؤشرات التركيز المشار إليها تتفى الوصول إلى المستويات غير المرغوبة للتركز بين المزارع المنتجة للحوم، ومن ثم إنتفاء سمة الإحتكار في مرحلة الإنتاج، فقد يأتي التساؤل عن مدي درجة توافق التغيرات السعرية وإتجاهاتها خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠١٣) مع هذه السمة؟ ... وتأتي الاجابة على ذلك من خلال تقدير هذه التغيرات، والتي تعكس وجود سمة التغيرات الكبيرة نسبياً (بالقياس إلى غيرها من أسعار المنتج لسلع غذائية أخرى) ما بين الزيادة، والإستقرار ثم الإنخفاض خلال الفترة المشار إليها (٤٨ شهراً)، حيث سجل العام الأول زيادة سعر المنتج خلال شهر يوليو بنسبة ٢٠% عنه في الشهر السابق، ثم الزيادة في شهر أكتوبر من نفس العام بنسبة ٦,٣% عنه في شهر سبتمبر، ويسجل بذلك زيادة تراكمية بلغت ما نسبته ٢٧,٦٩% مع نهاية هذا العام. كما يبدأ العام الثاني (٢٠١٤) بزيادة سعر المنتج بنسبة ٦,٤٦% في شهر يناير ثم بنسبة ٣,٦٧% في شهر أبريل، ثم الإنخفاض في شهر يوليو بنسبة ١٦,١% عنه في الشهر السابق، حيث استقراره عند هذا المستوى في الشهور التالية من نفس العام، ولتنخفض بذلك الزيادات التراكمية في السعر مع نهاية هذا العام إلى ما نسبته ١٨,٢٣%، وبما يشير ضمناً إلى زيادة أسعار المنتج خلال هذا العام بحوالي ٩,٤٦% (٢٧,٦٩-١٨,٢٣)، وبمستوي أقل عنه في العام الأول (جدول رقم ١٢).

هذا وتبدو التغيرات الشهرية لسعر المنتج خلال العامين الأخيرين (٢٠١٥-٢٠١٦) أكبر نسبياً حيث نشأ عنها زيادة تراكمية خلال عام ٢٠١٥ بلغت ما نسبته ٩,٣٨% (٢٧,٦١%-١٨,٢٣%) مع نهاية هذا العام، وأزدادت لتصل إلى ما نسبته ٢٠,٦٥% (٢٧,٦١%-٤٨,٢٦) خلال عام ٢٠١٦، ولتنتهي بذلك فترة الأربع سنوات بزيادة تراكمية في نهايتها تبلغ نحو ٤٨,٢٦%. وهنا أيضاً قد يأتي التساؤل عن الأسباب المسؤولة عن هذه التقلبات، وهل مرجعها التقلبات في أسعار الأعلاف (باعتبارها المكون الرئيسي في تكاليف الإنتاج) أم التقلبات في أسعار بدائل لحوم الدواجن، من لحوم حمراء وأسماك؟ .. إن مراجعة التغيرات السعرية الشهرية للأعلاف خلال السنوات المشار إليها قد تأتي بنفى مسئولية هذه التغيرات عن التقلبات السعرية في أسعار لحوم الدواجن، (وفقاً لما تشير إليه الأرقام القياسية لأسعار المنتج للأعلاف والتي ينشرها الجهاز المركزي للإحصاء)، والتي يستخلص منها استقرار أسعار الأعلاف عند مستوي ثابت على طول عام ٢٠١٣، وحتى أغسطس من عام ٢٠١٤، حيث زيادتها في شهر سبتمبر من نفس العام بنسبة ٩,٣%، ولتستقر عند هذا المستوى وحتى شهر أكتوبر من عام ٢٠١٥. ولتزداد بنسبة ٢٠% تقريباً في شهر نوفمبر من هذا العام ولتستقر عند هذا المستوى على طول عام ٢٠١٦، إلى منتصف عام ٢٠١٧، وبما يعكس غياب التقلبات السعرية للأعلاف، وزيادتها في حدثين فقط وبمعدلات أقل على طول هذه الفترة.

وكذلك أيضاً فإن دراسة التغيرات الشهرية لسعر المستهلك لكل من الأسماك واللحوم الحمراء وباعتبارها البدائل الأساسية للحوم الدواجن (كما تعد أسعار المستهلك للحوم الحمراء هي المؤشر القيادي للاتجاهات السعرية في أسواق هذه المنتجات) قد تنفى أيضاً تأثير التقلبات السعرية في أسواق هذه المنتجات على التقلبات السعرية في أسواق لحوم الدواجن، وإن كان لها تأثيرها على الاتجاه العام لأسعار الدواجن على طول هذه الفترة، حيث يمكن توصيف التغيرات السعرية في أسواق اللحوم الحمراء، والأسماك بالتقلبات بين الزيادة والنقصان وبمعدلات محدودة. على طول هذه السنوات الأربع، وإن كانت المحصلة النهائية لهذه التقلبات تنتج زيادة تراكمية في أسعارها قريبة من الزيادة التراكمية في أسعار المستهلك للدواجن، وذلك على نحو ما يمكن الإشارة إليه فيما بعد.

وقد يمكن تفسير التقلبات الكبيرة نسبياً في أسعار المنتج للحوم البيضاء، من قبل الدراسة الحالية بوجود نظام السماسرة في أسواقها وبما لهم من دور كبير في تحديد الأسعار داخل هذه السوق، حيث يعد السماسرة هم اللاعبون الأساسيون على طول القناة التسويقية للدواجن بالنسبة لكل من المنتج والمشتري، فبالنسبة للمنتج يأتي دورهم في توفير كتاكيت التسمين ومدخلات الإنتاج الأخرى، وبالنسبة للتجار فلهم دورهم في تعريفهم بالأسعار اليومية للدواجن ومصادر

الحصول عليها، ومن ثم يأتي دورهم المهم على إتساع القطاع الداجنى، بما لديهم من شبكة من التجار الراغبين في الشراء، وشبكة من المنتجين الراغبين في البيع وقت إنتهاء الدورة الإنتاجية. ويقوم نظام السماسرة على إيجاد التوافق ما بين العرض والطلب، ومن ثم تحديد الأسعار وعبر حلقة تليفونية يتم من خلالها الإتصال بعضهم ببعض لتقييم الطلب والعرض المتوقع، ومن ثم تعديل السعر الأخير بالزيادة في حالة إنخفاض العرض، وبالنقصان في حالة زيادة العرض. إن هذه الحلقة التليفونية تكون ما بين ١٠-٢٠ سمسار. وعليه فإذا لم يوجد الصديق والعدالة فيما بين هؤلاء أو لم تتحقق توقعاتهم قد تأتي نتائج تحديد السعر عند مستوى معين عند المستوى غير الملائم لأي من طرفى القناة التسويقية وهما المنتج، والمشتري النهائى.^١ وهنا إذا جاءت نتائج غير مرغوبة من قبل هذا النظام (سواء كانت عن قصد من قبل السماسرة أو عدم صحة التوقعات) فبماذا يمكن تسمية الحال في مثل هذه الحالة؟ إحتكار أم غياب المعلومات الكاملة والدقيقة اللازمة لوجود التنافسية فيما بين البائعين، وفيما بين المشتريين في مثل هذه السوق؟ وهو تساؤل يطرح من قبل الدراسة الحالية؟

(٢-٣) **مرحلة تجارة الجملة:** تبدأ المسارات التسويقية للإنتاج من الطيور المسمنة إلى المستهلك النهائى عبر مجموعة من المسارات والحلقات التسويقية وهى: (١) الاتصال المباشر ما بين المنتج، وتاجر التجزئة والذى يتولى تجهيز الطيور والبيع للمستهلك النهائى، (٢) إتصال المنتج بتاجر التجزئة عبر الوسطاء حيث تجهيز الطيور والبيع للمستهلك النهائى، (٣) إتصال المنتج بالمستهلك النهائى عبر تجار الجملة ثم تجارة التجزئة. وفي المسار الأول، والثانى يغلب تسويق الطيور في صورتها الحية إلى تاجر التجزئة، حيث تجهيزها وقت البيع (بما لديه من مجزر يدوي) إلى المستهلك النهائى، أما المسار الثالث فيتمثل غالبا في المجازر الكبيرة حيث إتصالها بالمنتج وتجهيز الطيور في مجازرها الخاصة، ثم التعبئة والتغليف والتبريد والتجميد، والتسويق إلى المستهلك النهائى عبر السوبر ماركت والمحلات الكبيرة.... وتتضمن الدراسات تقدير الإنتاج المسوق من الطيور في صورتها الحية ومن خلال محلات الطيور لدى تاجر التجزئة بما يتراوح ما بين ٦٠%-٨٠% من الإنتاج، وبما يشير إلى انحصار تجارة الجملة في هذا المنتج بما يتراوح ما بين ٢٠%-٤٠% من الإنتاج.

¹ - FAO, Arab Republic of Egypt, Broiler Poultry industry: investment challenges and opportunities, yeven Shatokhin, Mohammed El Gammal and Dmitry Prikhodko, Investment center Division, FAO, 2017.

جدول رقم (٣-١٠) عدد مزارع إنتاج دجاج التسمين والبلدي المحسن، وإنتاجيتها من الطيور خلال عام ٢٠١٥

مسلل	الفئة الانتاجية " ألف طائر "	عدد المزارع		الإنتاج الفعلي		متوسط الإنتاجية ألف طائر/مزرعة	حصة المزرعة في السوق (%)
		عدد	%	ألف طائر	%		
١	أقل من ١٠ آلاف	٣٦١٠	١٤,٦١	٣٠٧٢٦	٤,٥	٨,٥	٠,٠١٢
٢	١٠ - > ٢٠	٥٣١٦	٢١,٥٢	٦٨٦٧٥	١٠,٠٦	١٣,٩٦	٠,٠١٩
٣	٢٠ - > ٣٠	١٠٧٣٤	٤٣,٤٦	٢٤٩٠٢٧	٣٦,٤٧	٢٣,٢٠	٠,٠٣١
٤	٣٠ - > ٤٠	٣٥٦٩	١٤,٤٥	١١٧١٤٥	١٧,١٦	٣٢,٨٢	٠,٠٤٤
٥	٤٠ - > ٥٠	٢٦١	١,٠٦	١٢٠١٤	١,٧٦	٤٦,٠٣	٠,٠٧٣
٦	٥٠ - > ٦٠	٤	٠,٠٢	٢١٠	٠,٠٣	٥٢,٥٠	٠,٠٧٠
٧	٦٠ - > ٧٠	٣٨	٠,١٥	٢٥٣٩	٠,٣٧	٦٦,٨	٠,٠٩٠
٨	٧٠ - > ٨٠	١٣٩	٠,٥٦	١٠٩٢٢	١,٦٠	٧٨,٦	٠,١٠
٩	٨٠ - > ٩٠	١١٢	٠,٤٥	٩٤٦٣	١,٣٩	٨٤,٥	٠,١١
١٠	٩٠ - > ١٠٠	١٠٤	٠,٤٢	١٠٠٧٢	١,٤٩	٩٦,٨	٠,١٣
١١	١٠٠ فأكثر	٨١٤	٣,٣٠	١٧٢٠٠٧	٢٥,١٩	٢١١,٣	٠,٣٠
	جملة	٢٤٧٠١	١٠٠,٠	٦٨٢٨٠٠	١٠٠	٢٧,٦٤٣	

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، نشرة الإحصاءات الداجنة، مرجع سابق.

وتقدر أعداد المجازر المتواجدة بالقطاع خلال عام ٢٠١٥ بحوالى ٣٠٩ مجزر منها ٢٠٠ مجزر يدوي وبنسبة ٦٤,٧% منها، وعدد (٦٢) مجزر نصف آلى (وبنسبة ٢٠%) وعدد (٤٧) مجزر آلى تمثل نحو ١٥,٢% من جملة أعداد المجازر المتواجدة. ولقد بلغ ما تم ذبحه من طيور الدجاج خلال هذا العام بالمجازر الحكومية نحو ٨٦,٧١ مليون طائر، وبما نسبته ١٢,٧% من إجمالي الإنتاج منها، وإذا كانت أعداد هذه المجازر تمثل أعداد تجار الجملة في هذا النشاط، فإن غياب البيانات والمعلومات المتصلة بأعداد المذبوحات من الطيور داخل المجازر الأخرى، بالنسبة للدراسة الحالية، يجعل معه تعذر تقدير مؤشرات التركيز ومن ثم قوة السوق والإحتكار في تجارة الجملة في هذا النشاط... ومع ذلك يبقى هناك مؤشرات التغيرات السعرية وإتجاهاتها، ونفاذ التغيرات السعرية بسوق المنتج إلى سوق الجملة لإستخلاص ما يمكن من نتائج من هذا المنظور، وهو ما يمكن إيجازه فيما يلي:

- في مقابل إستقرار أسعار المنتج لعدد أكبر من الأشهر، ووجود التقلبات ما بين الزيادة والنقصان، وبالمعدلات المرتفعة نسبياً، وخلال عدد محدود من الأحداث خلال العام، وعلى نحو ما سبق ذكره (جدول رقم ٣-١٢)، يسجل سوق الجملة تغيرات سعرية شهرية ما بين الزيادة والنقصان، وبمعدلات أقل عنه في سوق المنتج على مدار العام، وعلى نحو ما هو مبين بالجدول رقم (٣-١٣) حيث إنخفاض الأسعار على أحداث تراوحت ما بين ٣-٥ حدث سنوياً خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠١٦)، بينما أزدادت في أحداث ممثلة في باقى شهور العام.

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

جدول رقم (٣-١١) مقياس هيرفندل/ هيرشمان ومعامل جيني للتركز في مزارع تسمين الدواجن لعام ٢٠١٥

مسلل	الفئات الإنتاجية (ألف دجاجة)	مقياس هيرشمان	التركز التراكمي (%)		التركز التراكمي الدواجن للإنتاج	الوزن النسبي لفئات المزارع	مدخل معامل جيني
			عدد المزارع	للإنتاج			
١	أقل من ١٠ آلاف	٠,٠٠٥	١٤,٦١	٤,٥	٤,٥	١٤,٦١	٣٢,٨٧
٢	١٠ > ٢٠	٠,٠١٩	٣٦,١٣	١٤,٥٦	١٩,٠٦	٢١,٥٢	٢٠٥,٠٩
٣	٢٠ > ٣٠	٠,١٠٣	٧٩,٥٩	٥١,٠٣	٦٥,٥٩	٤٣,٤٦	١٤٢٥,٢٧
٤	٣٠ > ٤٠	٠,٠٦٩	٩٤,٠٤	٦٨,١٩	١١٩,٢٢	١٤,٤٥	٨٦١,٣٦
٥	٤٠ > ٥٠	٠,٠١٤	٩٥,١٠	٦٩,٩٥	١٣٨,١٤	١,٠٦	٧٣,٢١
٦	٥٠ > ٦٠	٠,٠٠٠	٩٥,١٢	٦٩,٩٨	١٣٩,٩٣	٠,٠٢	١,٤٠
٧	٦٠ > ٧٠	٠,٠٠٣	٩٥,٢٧	٧٠,٣٥	١٤٠,٣٣	٠,١٥	١٠,٥٣
٨	٧٠ > ٨٠	٠,٠١٤	٩٥,٨٣	٧١,٩٥	١٤٢,٣	٠,٥٦	٣٩,٨٤
٩	٨٠ > ٩٠	٠,٠١٤	٩٦,٢٨	٧٣,٣٤	١٤٥,٢٩	٠,٤٥	٣٢,٦٩
١٠	٩٠ > ١٠٠	٠,٠١٨	٩٦,٧	٧٤,٨٣	١٤٨,١٧	٠,٤٢	٣١,١٢
١١	١٠٠ فأكثر	٠,٧٣٣	١٠٠,٠	١٠٠,٠٠	١٧٤,٨٣	٣,٢٠	٢٨٨,٠٢
	جملة	٠,٩٩٢					٣٠٠١,٤
معامل جيني = (٣٠٠١,٤ - ٥٠٠٠) ÷ (١٩٩٨,٦ - ٥٠٠٠) = ٠,٣٩٩٧ = ٣٩,٩٧%							

المصدر: حسب من الجدول رقم (٣-١٠).

- جاءت المحصلة النهائية للتغيرات السعرية الشهرية في سوق الجملة في تحقيق زيادة تراكمية في سعر الجملة بلغت ما نسبته ٩,٧٩% مع نهاية العام الأول من الفترة المشار إليها، مقابل زيادة تراكمية في سعر المنتج في نهاية نفس العام بلغت نحو ٢٧,٦٩%، وبما يشير إلى نفاذية سعر المنتج إلى سوق الجملة بمعدل بلغ نحو ٣٥,٤%، وبما ينفي وجود السمة الاحتكارية لسوق الجملة خلال هذا العام. ومع إضافة التغيرات السعرية الشهرية للعام الثاني من هذه الفترة إلى التغيرات الشهرية في العام الأول تأتي المحصلة النهائية لهذه التغيرات في تحقيق زيادة تراكمية مع نهاية العام الثاني بلغت ما نسبته ١٠,١٧% مقابل زيادة تراكمية في سعر المنتج بلغت نحو ١٨,٢٣% مع نهاية نفس العام، وبما يشير إلى نفاذ سعر المنتج إلى سوق الجملة بمعدل بلغ نحو ٥٨,٧% في المتوسط خلال العامين الأول، والثاني، ومع نهاية عام ٢٠١٥ بلغت الزيادة التراكمية في سعر الجملة ما نسبته ١٦,٦%، مقابل زيادة تراكمية في سعر المنتج بلغت نحو ٢٧,٦١%، وبما يتضمن نفاذ سعر المنتج إلى سوق الجملة بمعدل بلغ نحو ٦٠,١% في المتوسط على طول فترة الثلاث سنوات الأولى من الفترة المشار إليها. كما بلغ هذا المعدل نحو ٩٥,٩% مع نهاية العام الأخير من هذه الفترة، حيث بلغت الزيادة التراكمية في سعر الجملة نحو ٤٦,٣%، مقابل زيادة تراكمية في سعر المنتج بلغت نحو ٤٨,٢٦%، وهو ما يشير ضمناً إلى انتفاء السمة الاحتكارية لسوق الجملة خلال فترة الأربع سنوات.

إن نفاذ سعر المنتج إلى سوق الجملة بالمعدلات المشار إليها إنما يشير ضمناً إلى أن نتائج سلوكيات المتعاملين في السوق من تجار وسماسرة ومنتجين جاءت في صالح قطاع المنتجين، كما تنفي السلوكيات الاحتكارية في سوق الجملة، ومن المؤشرات الأخرى التي تنفي وجود هذه السلوكيات نظم البيع والشراء المتبعة، حيث تشتري المجازر الطيور من المنتج على أساس الدفع الآجل، كما توزع إنتاجها على منافذ التوزيع بنظام الائتمان، مما يجعلها تحت الضغوط لتوصيل مستحقاتها، وسداد ديونها.

(٣-٣) **تجارة التجزئة:** تمثل تجارة التجزئة الحلقة الأخيرة لتسويق المنتج إلى المستهلك النهائي، والتي تدبر إحتياجاتها من الطيور الحية ولحوم الدواجن عبر المسارات الثلاث السابق ذكرها، حيث تدبر إحتياجاتها من خلال المسار الأول، والثاني إما بالإتصال المباشر بالمنتج، أو بصورة غير مباشرة عبر الوسطاء والتجار والتي يغلب تدبير إحتياجاتها في صورة طيور حيه تم تجهيزها إلى المستهلك النهائي في محلات التجزئة المتخصصة في الريف والحضر. أما المسار الثالث، فيأتى تسويق لحوم الدواجن إلى قطاع التجزئة عبر قطاع الجملة، وفي صورتها المجهزة والمجمدة، حيث تسوق إلى المستهلك النهائي عبر محلات السوبر ماركت وكثير من غيرها من محلات التجزئة المتخصصة في بيع السلع الغذائية المتنوعة. ومع تقدير الدراسة لكثرة أعداد المحلات المتخصصة في بيع السلع الغذائية، وتلك المتخصصة في تجهيز الطيور الحية بمحلات التجزئة في كل من الريف والحضر، تأتى توقعات الدراسة بإنقضاء سمة التركيز في تجارة التجزئة للحوم الدواجن، ومن ثم إنقضاء قوة السوق الاحتكارية، وفقاً لمؤشرات التركيز المشار إليها من قبل، ومع ذلك تبقى هناك مؤشرات التغيرات السعرية ونفاذ كل من أسعار المنتج، والجملة إلى سوق التجزئة والتي يمكن إستخلاص دلالاتها بالنسبة للفترة (٢٠١٣-٢٠١٦) من خلال المقابلة فيما بينها في أسواق كل من المنتج، والجملة، والتجزئة وعلى النحو الوارد فيما يلي:

(١-٣-٣) في مقابل إستقرار أسعار المنتج لعدد أكبر من الأشهر، ووجود التقلبات الشهرية المحدودة ما بين الزيادة والنقصان، وعلى النحوالمبين من قبل تأتى أسعارالتجزئة لتسجيل التقلبات الشهرية المستمرة ما بين الزيادة والنقصان، وبمعدلات أصغر نسبياً خلال الفترة المشار إليها، وعلى نحو ما هو مبين بالجدول رقم (٣-١٤). وفي مقابل وجود عدد (٥) أحداث لإنخفاض الأسعار في سوق المنتج خلال هذه الفترة، يتواجد عدد (١٣) حدث لإنخفاض الأسعار في أسواق التجزئة خلال نفس الفترة. ولهذه المؤشرات دلالتها على صغر نفاذ سعر المنتج إلى أسواق التجزئة عبر كل من المسار الأول، والثاني لتسويق الدواجن في صورتها الحية. حيث يسجل العام الأول (٢٠١٣) وجود زيادات تراكمية في سعر التجزئة تبلغ ما نسبته ٢٣% مع نهاية هذا العام، مقابل

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

زيادة تراكمية في سعر المنتج تبلغ ما نسبته ٢٧,٦٩% في نفس التوقيت، وبما يشير إلى نفاذ أسعار المنتج إلى أسواق التجزئة عبر هذين المسارين بمعدل يبلغ نحو ٨٣,٠% (٢٣% ÷ ٢٧,٦٩%) وهو ما ينتقى معه وجود السمة الاحتكارية لأسواق التجزئة عبر مسارات تسويقها في صورتها الحية خلال هذا العام. ومع نهاية العام الثاني (٢٠١٤) من هذه الفترة بلغ رصيد الزيادة التراكمية في أسعار التجزئة خلال العامين الأول، والثاني معاً ما نسبته ١٥,٤%، وبما يشير إلى انخفاض أسعار التجزئة خلال العام الثاني برصيد صافي يبلغ ما نسبته ٧,٦% (٢٣%- ١٥,٤%) مع نهاية هذا العام، مقابل انخفاض أسعار المنتج خلال العام الثاني وفي نفس التوقيت برصيد صافي يبلغ ما نسبته ٩,٤٦% (٢٧,٦٩% - ١٨,٢٣%)، وبما يشير بدوره إلى نفاذ الانخفاض السعري في سوق المنتج إلى أسواق التجزئة على المسار التسويقي للطيور الحية خلال هذا العام بمعدل يبلغ نحو ٨٠,٣%. وتشير هذه المؤشرات في مجموعها إلى أن معدل نفاذ سعر المنتج إلى سوق التجزئة خلال فترة العام الأول، والثاني معاً قد بلغ ما يقرب من ٨٤,٥% (١٥,٤ ÷ ١٨,٢٣) في المتوسط.

ومع نهاية العام الثالث (٢٠١٥) من هذه الفترة بلغ رصيد الزيادة التراكمية في سعر التجزئة خلال السنوات الثلاث الأولى ما نسبته ٢٠,٥%، في مقابل زيادة تراكمية في سعر المنتج خلال السنوات الثلاث برصيد بلغ ما نسبته ٢٧,٦١%، وبما يشير إلى نفاذ سعر المنتج إلى أسواق التجزئة عبر المسارات التسويقية للطيور الحية بمعدل بلغ نحو ٧٤,١% (٢٠,٥ ÷ ٢٧,٦١%) في المتوسط خلال السنوات الثلاث. وحيث تشير هذه المؤشرات أيضاً إلى تسجيل العام الثالث منفرداً زيادة تراكمية في سعر التجزئة بلغت ما نسبته ٥,١% (٢٠,٥% - ١٥,٤%) مقابل زيادة تراكمية في سعر المنتج خلال هذا العام وفي نفس التوقيت بلغت ما نسبته ٩,٣٨% (٢٧,٦١ - ١٨,٢٣)، وبما يشير إلى نفاذ الزيادة في سعر المنتج إلى أسواق التجزئة خلال هذا العام بمعدل بلغ نحو ٥٤,٤% (٥,١% ÷ ٩,٣٨%).

إن نفاذ التغيرات الإيجابية والسلبية لسعر المنتج إلى أسواق التجزئة بالمعدلات المشار إليها، تشير في مضمونها إلى إنتفاء السمة الاحتكارية لأسواق التجزئة عبر المسار التسويقي للطيور في صورتها الحية، وحيث يأتي العام الأخير من الفترة المشار إليها ليسجل زيادة تراكمية في أسعار التجزئة مع نهاية هذه الفترة بلغت ما نسبته ٤٦,٢% مقابل زيادة تراكمية في سعر المنتج مع نهاية هذه الفترة بلغت ما نسبته ٤٨,٢٦%، وبما يشير إلى نفاذ التغيرات السعري في سعر المنتج إلى أسواق التجزئة للطيور الحية بمعدل بلغ نحو ٩٥,٧% (٤٦,٢% ÷ ٤٨,٢٦%) في المتوسط خلال السنوات الأربع.

(٢-٣-٣) وبالنسبة لمسار تسويق لحوم الطيور في صورتها المجهزة والمجمدة إلى أسواق التجزئة وعبر أسواق الجملة، وفي ضوء التغيرات السعرية المشار إليها من قبل في كل من سوق الجملة والتجزئة فيمكن إستخلاص النتائج التالية:

- إنتقال التغيرات السعرية في أسواق الجملة إلى أسواق التجزئة بمعدل بلغ نحو ٢٣,٤% (٩,٧٩ ÷ ٢٣,٠) خلال العام الأول من هذه الفترة، وبما يعكس السمة الاحتكارية لسوق التجزئة خلال هذا العام، ومما يفسر ذلك ضعف إستجابة سعر التجزئة للإنخفاض في أسعار الجملة خلال شهرى مايو، ونوفمبر من هذا العام، حيث إنخفاض سعر التجزئة في كل من الشهر الأول، والثانى عن الشهر الأول لكل منهما بنسبة بلغت نحو ٦,٥%، ٤,٠% على الترتيب، مقابل الإنخفاض في سعر الجملة بنسبة بلغت حوالي ١١,٧٧%، ٤,٧٦% في كل من الشهر الأول، والثانى على الترتيب وبما يعكس نفاذ الانخفاض في سعر الجملة إلى سوق التجزئة، بمعدل بلغ نحو ٥٥,٢%، ٨٤% في كل من شهر مايو، وشهر نوفمبر على الترتيب. كما يضاف إلى ذلك أيضاً عدم إستجابة سعر التجزئة لحدثى الانخفاض في سعر الجملة خلال شهري يوليو، وديسمبر من هذا العام (جدول رقم ٣-١٣)، فضلاً عن نفاذ الزيادة في أسعار الجملة إلى سوق التجزئة بمعدلات أعلى نسبياً.

- وفي العام الثانى من هذه الفترة تتنقى السمة الاحتكارية عن سوق التجزئة حيث نفاذ كل من التغيرات الموجبة والسالبة في سعر الجملة إلى سوق التجزئة بمعدلات متقاربة تراوحت ما بين ٨٣%-٨٦% (تستخلص من الجدولين ٣-١٣، ٣-١٤) وهو ما صاحبه إنخفاض الزيادات التراكمية في سعر التجزئة منذ بداية العام الأول (٢٠١٣) إلى ديسمبر من العام الثانى ليصل رصيدها إلى ما نسبته ١٥,٤%، وبما يشير ضمناً إلى تحقيق نقص تراكمي في سعر التجزئة خلال العام الثانى بلغ نحو ٧,٦% (٢٣-١٥,٤)، وذلك مقابل زيادة تراكمية في سعر الجملة خلال هذا العام بنسبة ٠,٩١% (٩,٧٩-١٠,٧).

- وكذلك أيضاً تتنقى السمة الاحتكارية لسوق التجزئة خلال كل من العام الثالث والرابع من هذه الفترة، حيث بلغ رصيد الزيادة التراكمية في سعر التجزئة خلال عام ٢٠١٥ نحو ٥,١% (٢٠,٥%-١٥,٤%)، كما بلغ نفس الرصيد خلال عام ٢٠١٦ ما نسبته ٢٥,٧% (٤٦,٢%-٢٠,٥%)، وذلك مقابل زيادة سعر الجملة خلال العام الأول برصيد نسبته ٦,١% (١٦,٦%-١٠,٧%)، ويرصيد نسبته ٢٩,٧% خلال العام الثانى (٤٦,٣%-١٦,٦%). وبما يعكس نفاذ التغيرات السعرية في سوق الجملة إلى سوق التجزئة بمعدل يبلغ نحو ٨٣,٦% (٥,١% ÷ ٦,١%) خلال عام ٢٠١٥، كما بلغ نحو ٨٦,٥% (٢٥,٧% ÷ ٢٩,٧%) خلال عام ٢٠١٦.

إن انخفاض معدلات نفاذ التغيرات السعرية في سوق الجملة إلى سوق التجزئة خلال الأعوام الثلاث من الفترة المشار إليها، وعلى النحو السابق ذكره، قد خفف من نتائج السمة الاحتكارية لسوق التجزئة خلال العام الأول من هذه الفترة، وتتفق هذه السمة عن هذه السوق مع نهاية العام الأخير، حيث أنخفض هذا المعدل من ٢٣٤,٠% خلال العام الأول ليصل إلى ١٤٣,٩% كمتوسط للعامين الأول، والثاني، ثم إلى ١٢٣,٥% كمتوسط للأعوام الثلاث الأخيرة ثم إلى ٩٩,٨% كمتوسط لفترة الأربع سنوات.

إن وجود السمة الاحتكارية لسوق التجزئة خلال العام الأول من هذه الفترة في حالة لحوم الدواجن المجهزة والمجمدة، مع غياب هذه السمة لنفس السوق في حالة تسويق الطيور في صورتها الحية، قد يعزى وبطبيعة الحال إلى تعذر تكوين مخزون (أو رصيد) من الطيور الحية لدى تاجر التجزئة لفترة طويلة لتجنب ما قد يحدث من خسائر حيث الحاجة إلى تغذية الطيور ووقايتها من الأمراض، بينما تتواجد فرص تكوين مخزون من لحوم الدواجن المجهزة.

٤ - الاستخلاصات:

في ضوء المؤشرات التي تضمنها العرض السابق يمكن أن يستخلص غياب درجة التركيز التي تسمح بوجود قوة السوق والقوي الإحتكارية على المسار التسويقي للحوم الدواجن بدءاً من مرحلة ما قبل الإنتاج، وإنهاء بمرحلة البيع بالتجزئة إلى المستهلك النهائي، وذلك في ضوء مؤشرات التركيز للمنشآت المشتغلة على طول هذا المسار، وإن كان يستثنى من ذلك، وفي ضوء ما يشير إليه أحد هذه المؤشرات، من احتمالات لوجود سمة إحتكار القلة فيما بين المنشآت المشتغلة في تصنيع الأعلاف.... كما تشير أيضاً مؤشرات التغيرات السعرية ونفاذها إلى الأسواق على طول المسار التسويقي للحوم الدواجن بدءاً من مراكز الإنتاج، وإنهاءً بأسواق التجزئة إلى غياب هذه السمة، وإن كانت تكشف أيضاً عن وجود الإحتمالات لوجود سمة إحتكار القلة في سوق التجزئة للحوم الدواجن المجمدة حيث وجود الفرص والظروف التي تسمح لتجارة التجزئة بتكوين مخزون منها لفترة طويلة نسبياً، وذلك عكس الحال بالنسبة لتجارة التجزئة لهذه اللحوم في صورة الطيور الحية.... كما تشير المؤشرات السعرية أيضاً إلى الحاجة إلى تطوير أداء بورصات الدواجن، وضبط أداء السماسرة داخلها أو وجود النظم البديلة، حيث يكشف الوضع الحالي لأداء البورصات عن غياب المعلومات الدقيقة أمام البائع والمشتري على المسار التسويقي للطيور الحية، ومن ثم إنحراف نتائج أدائها لصالح المنشآت المنتجة للطيور الحية.

٥- التوصيات:

في إطار الإستخلاصات السابقة تأتي التوصيات بأهمية عدم التصريح للمنشآت الكبيرة لتصنيع الأعلاف إلا بعد العرض على جهاز حماية المنافسة لمنع خلق كيانات كبيرة، ومن ثم وجود فرص الإحتكار. كما تشمل التوصيات أيضاً أهمية مراقبة أسواق التجزئة لبيع لحوم الدواجن المجمدة لمنع إنحرافها بالأسعار عن المستويات العادلة، ويسبق كل ذلك أيضاً تطوير أداء بورصات الدواجن وضبط أداء السماسرة داخلها أو وجود النظم البديلة.

جدول رقم (٣-١٢) التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار المنتج للحوم الدواجن خلال السنوات (٢٠١٣-٢٠١٦) (%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦	
	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى	شهرى	تراكمى
١- يناير	٠,٠	٠,٠	٦,٤٦	٣٥,٩٣	٢٣,٩	٤٦,٥٢	١٧,٣٧	٤٩,٧٧
٢- فبراير	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٣٥,٩٣	٠,٠	٤٦,٥٢	٠,٠	٤٩,٧٧
٣- مارس	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٣٥,٩٣	٠,٠	٤٦,٥٢	٠,٠	٤٩,٧٧
٤- أبريل	٢٠,٠	٢٠,٠	٣,٦٧	٤٠,٩٢	٥,١٦	٥٤,٠٨	١٨,٠٨	٧٦,٨٥
٥- مايو	٠,٠	٢٠,٠	٠,٠	٤٠,٩٢	٠,٠	٥٤,٠٨	٠,٠	٧٦,٨٥
٦- يونيو	٠,٠	٢٠,٠	٠,٠	٤٠,٩٢	٠,٠	٥٤,٠٨	٠,٠	٧٦,٨٥
٧- يوليو	٠,١٢	٢٠,١٢	(١٦,١)	١٨,٢٣	(١٢,٢٧)	٣٥,١٧	(١٤,٢٤)	٥١,٦٦
٨- أغسطس	٠,٠	٢٠,١٢	٠,٠	١٨,٢٣	٠,٠	٣٥,١٧	٠,٠	٥١,٦٦
٩- سبتمبر	٠,٠	٢٠,١٢	٠,٠	١٨,٢٣	٠,٠	٣٥,١٧	٠,٠	٥١,٦٦
١٠- أكتوبر	٦,٣٠	٢٧,٦٩	٠,٠	١٨,٢٣	(٥,٦)	٢٧,٦١	(٢,٢٤)	٤٨,٢٦
١١- نوفمبر	٠,٠	٢٧,٦٩	٠,٠	١٨,٢٣	٠,٠	٢٧,٦١	٠,٠	٤٨,٢٦
١٢- ديسمبر	٠,٠	٢٧,٦٩	٠,٠	١٨,٢٣	٠,٠	٢٧,٦١	٠,٠	٤٨,٢٦

المصدر: حسب من: الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية، القاهرة، أعداد مختلفة.

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

جدول رقم (٣-١٣) التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار الجملة للحوم الدواجن خلال السنوات (٢٠١٣-٢٠١٦) (%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦	
	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي
١- يناير	٠,٠	٠,٠	٨,٩٢	١٩,٦	٥,٣٦	١٦,٦	١٠,٢	٢٨,٥
٢- فبراير	٦,١١	٦,١١	٧,٤٤	٢٨,٥	١٠,٢	٢٨,٥	٩,٢	٤٠,٤
٣- مارس	٦,١٥	١٢,٦٤	٢,٣١	٣١,٥	٤,٦	٣٤,٤	٢,١	٤٣,٣
٤- أبريل	٢,٩٥	١٦,٠٠	(٢,٢٦)	٢٨,٥	(٤,٤)	٢٨,٥	٤,١	٤٩,٣
٥- مايو	(١١,٧٧)	٤,٠٩	(٢,٣١)	٢٥,٥	٤,٦	٣٤,٤	٨,٠	٦١,١
٦- يونيو	٩,٦٣	١٢,١٧	٩,٤٦	٣٧,٤	٤,٤	٤٠,٤	٢,٨	٦٥,٦
٧- يوليو	(٢,٨)	٩,٠٢	٤,٣٢	٤٣,٣	(٨,٥)	٢٨,٥	(١٠,٨)	٤٧,٨
٨- أغسطس	١,٦٣	١٠,٨	(١٦,٦)	١٩,٦	(١٣,٩)	١٠,٧	(٩,٠)	٣٤,٤
٩- سبتمبر	١,٧٦	١٢,٧٦	٧,٤٤	٢٨,٥	٢,٧	١٣,٦	٠,٠	٣٤,٤
١٠- أكتوبر	٩,٥٧	٢٣,٥٦	(٦,٩٣)	١٩,٦	(٥,٢)	٧,٧	(٤,٤)	٢٨,٥
١١- نوفمبر	(٤,٧٦)	١٧,٧٩	(٩,٩٢)	٧,٧٢	٢,٨	١٠,٧	٤,٦	٣٤,٤
١٢- ديسمبر	(٦,٧١)	٩,٧٩	٢,٧٥	١٠,١٧	٥,٤	١٦,٦	٨,٨	٤٦,٣

المصدر: حسب من: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية، القاهرة، أعداد مختلفة.

جدول رقم (٣-١٤) التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار التجزئة للحوم الدواجن خلال السنوات (٢٠١٣-٢٠١٦) (%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦	
	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي
١- يناير	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٢٣,٠	٤,٤	٢٠,٥	٨,٥	٣٠,٧
٢- فبراير	١٠,٣	١٠,٣	٦,٢٥	٣٠,٨	٨,٥	٣٠,٨	٧,٨	٤١,٠٧
٣- مارس	٤,٧	١٥,٤	٢,٠٠	٣٣,٣	٣,٩	٣٥,٩	١,٨	٤٣,٦
٤- أبريل	٢,٢	١٧,٩	(١,٩)	٣٠,٨	(٣,٨)	٣٠,٨	٣,٦	٤٨,٧
٥- مايو	(٦,٥)	١٠,٣	(٢,٠)	٢٨,٢	٣,٩	٣٥,٩	٦,٩	٥٩,٠
٦- يونيو	٢,٣	١٢,٨	٨,٠	٣٨,٥	٣,٨	٤١,٠	٢,٤٢	٦٢,٨
٧- يوليو	٢,٣	١٥,٤	٣,٧	٤٣,٦	(٧,٣)	٣٠,٨	(٩,٤)	٤٧,٤
٨- أغسطس	١,١	١٦,٧	(١٤,٣)	٢٣,١	(١١,٨)	١٥,٤	(٧,٨)	٣٥,٩
٩- سبتمبر	٤,٤	٢١,٨	٦,٣	٣٠,٨	٢,٢	١٧,٩	٠,٠	٣٥,٩
١٠- أكتوبر	٤,٢	٢٦,٩	(٥,٩)	٢٣,١	٤,٣	١٢,٨	(٣,٨)	٣٠,٨
١١- نوفمبر	(٤,٠)	٢١,٨	(٨,٣)	١٢,٨	٢,٣	١٥,٤	٣,٩	٣٥,٩
١٢- ديسمبر	١,١	٢٣,٠	٢,٣	١٥,٤	٤,٤	٢٠,٥	٧,٥	٤٦,٢

المصدر: حسب من: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية، القاهرة، أعداد مختلفة.

ثانياً: السوق المحلية للحوم الحمراء:

(١) المسارات التسويقية للحوم الحمراء

يبدأ المسار التسويقي للحوم الحمراء من باب مزارع التربية إلى المجازر في صورة حيوانات حية ومن خلال صغار الوسطاء وتجار الجملة كمرحلة أولى، ثم من المجازر إلى تاجر الجملة والتجزئة في صورة لحوم طازجة مجهزة. ويأخذ هذا المسار صوراً مختلفة تبعاً لأسلوب إتصال البائع بالمشتري، والأطراف المتعاملة، حيث توجد الصور التالية:

- الإتصال المباشر ما بين المنتج وصغار التجار حيث البيع والشراء عند باب المزرعة وفقاً لسعر تفاوضي يتم الإتفاق عليه على أساس المناظرة من قبل المشتري، ثم يستكمل المسار بعرض المشتري لمشترياته من الحيوانات الحية في أسواق أسبوعية متخصصة حيث البيع إلى تاجر الجملة، وفقاً لسعر تفاوضي أيضاً وبعد المناظرة من قبل تاجر الجملة، والذي يتولى بدوره تجهيز اللحوم الطازجة بالمجازر الحيوانية ثم البيع إلى تاجر التجزئة وفقاً للوزن وسعر تفاوضي فيما بينهما، والذي يتولى إكمال هذا المسار بالبيع إلى المستهلك النهائي.
- الإتصال المباشر ما بين المنتج وتاجر الجملة حيث بيع وشراء الحيوانات الحية عند باب المزرعة، وفقاً لسعر تفاوضي يتفق عليه وبعد المناظرة من قبل المشتري، ثم يستكمل تاجر الجملة المسار بتجهيز اللحوم الطازجة بالمجازر الحيوانية ثم البيع إلى تاجر التجزئة، والذي يستكمل بدوره هذا المسار بالبيع إلى المستهلك النهائي. ويغلب تواجد هذا المسار في حالة مزارع التربية الكبيرة.
- قد يكون تاجر التجزئة هو نفسه مربى الحيوانات الحية، والذي يستكمل مسارها التسويقي بتجهيز لحومها الطازجة بالمجازر الحيوانية ثم البيع إلى المستهلك النهائي. ويغلب وجود هذا المسار في المناطق الريفية.
- قد يكون تاجر الجملة هو نفسه مربى الحيوانات الحية ويستكمل مسارها التسويقي بتجهيز لحومها الطازجة بالمجازر الحيوانية ثم البيع إلى تاجر التجزئة والذي يستكمل المسار بالبيع إلى المستهلك النهائي.

إن صور المسارات المشار إليها تعبر عن وجود مرحلتين على طول القناة التسويقية للحوم الحمراء الأولى منها تتمثل في تسويق اللحوم الحية بدءاً من مزارع التربية وإنهاءً بالمجازر الحيوانية، أما الثانية فتتمثل في تسويق اللحوم الحمراء الطازجة بدءاً من المجازر الحيوانية، وإنهاءً بسوق المستهلك النهائي (التجزئة)... وعلى نحو مماثل أيضاً يأتي المسار التسويقي للحوم الحمراء المستوردة، حيث مرحلة تسويق اللحوم الحية للواردات من الحيوانات الحية بدءاً من المستورد، وإنهاءً بالمجازر الحيوانية، ثم مرحلة تجهيز لحومها الطازجة بدءاً من المجازر الحيوانية، وإنهاءً بالمستهلك النهائي... ومن ثم يمكن

للدراية الحالية النظر إلى المرحلة الأولى على أنها تقابل توريد المادة الخام إلى مركز إنتاج السلعة النهائية على المسار التسويقي لأي من السلع الأخرى، كما يمكن النظر إلى المرحلة الثانية على أنها تقابل مرحلة تسويق المنتج النهائي بدءاً من باب المنتج إلى المستهلك النهائي.. وفي إطار هذه النظرة (أو الفرضية) تأتي الدراية لتستخلص تواجد السمة الاحتكارية من عدمه على المسار التسويقي لهذه اللحوم، وعلى النحو الوارد فيما يلي:

(٢) مرحلة توريد اللحوم الحية إلى السوق:

وتبدأ هذه المرحلة من باب المزارع المحلية لتربية الحيوانات الحية، وكذلك من الموانى البحرية المحلية بالنسبة للواردات من الحيوانات الحية، وتنتهي عند مواقع المجازر الحيوانية، وتتمثل الأطراف المتعاملة في هذه المرحلة في حالة كل من المصدرين على النحو الوارد فيما يلي:

(٢-١) المزارع المحلية لتربية الحيوانات الحية: وتشمل الأطراف المتعاملة بها كل من أصحاب مزارع التربية وصغار الوسطاء والتجار، وتاجر الجملة، كما قد تشمل أيضاً تاجر التجزئة للحوم الطازجة. وإذا كان أصحاب مزارع التربية يمثلون الطرف الأول في التعامل داخل هذه المرحلة فهم يمثلون أيضاً العدد الأكبر والغالبية بين أجمالي عدد المتعاملين، حيث بلغ تعداد المزارع الحائزة لثروة حيوانية ما يقرب من ٢,٥٧٤ مليون^١ مزرعة تمثل ما يقرب من ٦٩,٢% من إجمالي عدد المزارع في مصر عام ٢٠٠٠. كما بلغت أعداد رؤوس الماشية خلال هذا العام نحو ١٤,٩٤٤ مليون رأس، أما الأعداد المذبوحة منها فبلغت تقديراتها نحو ٦,١٣٣ مليون رأس، كما بلغت تقديرات اللحوم الناتجة من المذبوحات حوالي ٧٠٥ ألف طن خلال نفس العام. كما بلغت أعداد رؤوس الماشية خلال عام ٢٠١٥ ما يقرب من ١٨,٢ مليون رأس، أما الأعداد المذبوحة منها فبلغت نحو ٧,٤ مليون رأس أنتجت ما يقرب من ٩٧٥ ألف طن من اللحوم الحمراء الطازجة^٢، وعلى الرغم من عدم توافر معلومات عن أعداد مزارع تربية الماشية خلال العام الأخير، إلا أنه لا يتوقع أن تكون أقل عنه في عام ٢٠٠٠، مع زياد أعداد رؤوس الماشية وأعداد المذبوحات وكمية الإنتاج من اللحوم منها خلال العام الأخير... وإذا كانت سمة الإحتكار تنسب غالباً إلى المنتج، فإن غياب هذه السمة بين حائزى مزارع التربية يعد هو التوقع الصحيح أمام أكبر أعداد المزارع وكبر أعداد المذبوحات، والإنتاج من اللحوم، حتى مع فرضية وجود البعض من مزارع التربية المتخصصة والحائزة لبضعة مئات من الماشية. فمع تقدير حصة المزرعة في أعداد المذبوحات من الماشية خلال عام ٢٠٠٠ بما يقرب من ٢٤ رأس/مزرعة في المتوسط، وكذلك تقدير حصة المزرعة في الإنتاج من اللحوم الطازجة من هذه المذبوحات بما يقرب من ٠,٢٧ طن/للمزرعة، لأمكن تقدير حصة المزرعة في إجمالي الكميات المتداولة منها بالسوق بما نسبته ٠,٠٠٠٠٣٩%، وبما يصل بمؤشر

١ - معهد التخطيط القومي، أولويات زراعة المحاصيل المستهلكة للمياه وسياسات وأدوات تنفيذها، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية، العدد رقم (٢١٣)، القاهرة، فبراير ٢٠٠٩.

٢ - الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لإحصاءات الثروة الحيوانية، القاهرة، أعداد مختلفة.

هيرشمان للتركز إلى ما قيمته ٠,٠٠٣٩، وهي قيمة صغيرة للغاية تتفى وجود التركيز بين هذه المزارع وبالتبعية غياب سمة الإحتكار فيما بينها، مع فرضية تساوي حصة كل من هذه المزارع.

أما بالنسبة للأطراف الأخرى المتعاملة داخل هذه المرحلة من تجار جملة للمواشى الحية أو صغار الوسطاء وتجار تجزئة للحوم الطازجة، وعلى الرغم من غياب المعلومات عن أعدادهم وحصة كل منهم في التعامل داخل هذه المرحلة، فإن التوقعات بغياب السمة الإحتكارية فيما بينهم تعد صحيحة لتعذر حجب ما يتوافر لديهم من أعداد عن التداول إلى الموقع الأخير من هذه المرحلة، أمام الحاجة إلى تغذيتها مع الرعاية البيطرية، مما يجعل من الإحتفاظ بها غير إقتصادي ومن ثم إنتفاء السمة الإحتكارية فيما بينها.

(٢-٢) مستوردي الماشية الحية واللحوم المجمدة : سبق التنويه إلى أن الواردات المصرية من اللحوم الحمراء بلغت نحو ٧٢٠ ألف طن ونسبة ٤٢,٥% من إجمالي الإستهلاك منها في عام ٢٠١٥. وهي تشمل في ذلك الواردات من اللحوم الحمراء المجمدة بالإضافة إلى اللحوم المجهزة من الماشية الحية المستوردة، وإن كانت نسبة تمثيل كل منهما من إجمالي الواردات من اللحوم الحمراء ليست بالمعلومات الرسمية المسجلة المتاحة للدراسة، ويناظر ذلك أيضاً غياب المعلومات الرسمية عن أعداد الشركات (والأفراد) المستوردة للماشية الحية، وتلك المستوردة للحوم الحمراء المجمدة. كما أن المعلومات المنشورة عن ذلك بوسائل الإعلام والمواقع الإلكترونية لا يمكن توصيفها بالدقة المطلوبة أمام تباينها من موقع إلى آخر، كما يمكن توصيفها بالعمومية دون وجود حدود فاصلة بين الشركات، وما تستورده سواء من كميات أو نوعية. حيث تشمل المعلومات المتاحة بهذه الوسائل والمواقع الإلكترونية، وعلى سبيل المثال، المفردات والصيغ التالية:

- وجود مستوردي اللحوم المجمدة فقط.
- وجود مستوردي الماشية الحية فقط.
- وجود مستوردي اللحوم المجمدة إلى جانب إستيرادهم للحيوانات الحية.
- وجود مستوردي اللحوم والدواجن المجمدة.
- وجود مستوردي اللحوم والدواجن والأسماك المجمدة.
- تتضمن بعض المواقع (الموجز/ صوت الأمة/ اليوم السابع/ الراية/ جريدة مركز الأمن الغذائي الإلكتروني) الإشارة إلى تواجد عدد (١٥) شركة- أو أفراد- يسيطرون على إستيراد اللحوم من الخارج.

(٣-٢) مؤشرات التركيز وقوى الإحتكار : هذا ومع غياب المعلومات الدقيقة حول عدد الشركات المستوردة للحوم الحمراء (مجمدة، وحية)، ونصيب كل منها من إجمالي الكميات المستوردة منها،

يأتى تعذر تقدير وجود السمة الإحتكارية من عدمه فيما بين هذه الشركات... ومع هذا تحاول الدراسة الحالية إختبار ذلك وبدرجة تقريبية في إطار فرضيات معينة وهى:

- (١) ضعف التجانس بين اللحوم الحمراء المستوردة، واللحوم الحمراء المحلية، وأن الأخيرة ليست بالبديل القريب للحوم المستوردة، حيث غياب التجانس التام فيما بينهما... ومما يشير إلى ذلك التباينات السعرية الكبيرة فيما بين أسعار اللحوم البلدية من الأبقار والجاموس متوسط السن، وأسعار لحوم الأبقار المجمدة المستوردة من الخارج، حيث يمثل سعر اللحوم الأخيرة بنسبة تراوحت ما بين ٤٧,٦% - ٤٩,٤% من سعر اللحوم البلدية من الأبقار والجاموس المتوسط خلال السنوات الأربع (٢٠١٣-٢٠١٦)^١
- (٢) أن عدد الشركات الخمسة عشر المشار إليها بالمواقع الإلكترونية سابقة الذكر تمثل العدد القريب من العدد الفعلى المستورد لهذه النوعية من اللحوم.
- (٣) تساوي الشركات الخمسة عشر من حصة، ونسبة وارداتها من هذه اللحوم في إجمالي الكميات المستوردة منها والمتداولة في السوق المحلية.

وفي إطار الفرضيات المشار إليها، وتقدير الواردات من اللحوم الحمراء بحوالي ٧٢٠ ألف طن خلال عام ٢٠١٥، ومن ثم فرضية أن حصة الشركة منها تبلغ نحو ٤٨ ألف طن، وبما نسبته ٦,٧% من إجمالي الكميات المستوردة المتداولة في السوق خلال هذا العام، تأتى نتائج الإختبار، وإستناداً على مؤشرات نسب التركيز المشار إليها من قبل (بالفصل الأول)، على النحو الوارد فيما يلى:

- (أ) نسبة نصيب الأربع أو الثمان شركات: مع فرضية تساوي حصة كل من الشركات تأتى نسبة نصيب الشركات الأربع بما يساوي ٢٦,٨% من الكميات المستوردة، كما تأتى نسبة نصيب الثمان شركات لتبلغ نحو ٥٣,٦% من الكميات المستوردة، ومن ثم فهى لم تصل بعد إلى المستوي غير المرغوب فيه من التركيز داخل هذه المنشآت وبالتبعية وجودها في حالة المنافسة الكاملة.

- (ب) مقياس هيرشمان: وأيضاً مع فرضية تساوي حصة كل من هذه الشركات يأتى مقياس هيرشمان ليقدر نسبة التركيز بين هذه الشركات بما قيمته ٦٧٣,٤ (٦,٧ × ٦,٧ × ١٥)، وبما يعكس أنه لم يصل بعد إلى المستوي غير المرغوب، ومن ثم وجود هذه الشركات في حالة المنافسة الكاملة.

^١ - الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية النشرة الشهرية لمتوسط أسعار المستهلك لأهم السلع الغذائية، القاهرة، أعداد مختلفة.

(ج) **معامل جيني للتركز:** إن فرضية تساوي حصة كل من الشركات المستوردة للحوم الحمراء في حد ذاتها تأتي بفرضية تساوي نسبة تمثيل أي من هذه الشركات في إجمالي عدد الشركات المستوردة، مع تساوي هذه النسبة مع نسبة حصة كل منها في إجمالي الكميات المستوردة من اللحوم، وتقاطع كل منهما على خط المساواة، وإنقاء وجود حالة التركيز، ومن ثم وجود حالة المنافسة الكاملة.

هذا وإذا كانت نتائج المؤشرات السابقة تخلص إلى إنقاء حالة التركيز بين الشركات المستوردة للحوم، ووجودها في حالة المنافسة إستناداً إلى فرضية تساوي حصة ونسبة كل منها في إجمالي الكميات المستوردة، وهو ما يطرح التساؤل حول مدي صحة هذه الفرضية ومن ثم النتائج المترتبة عليها؟... ومن الطبيعي أن تأتي الإجابة على ذلك بنفى صحة هذه الفرضية، وكما تشير إلى ذلك أيضاً المواقع الألكترونية السابق ذكرها، حيث كثيراً ما توجه سمة الاحتكار لشركة أو أكثر بالسيطرة على نصيب ونسبة كبيرة من واردات هذه اللحوم، وهو ما يجعل من الدراسة إختبار فرضية غياب المساواة في حصص الشركات، ووجود التركيز فيما بينها بنسب مختلفة ومن ثم تواجد السمة الاحتكارية فيما بينها عند أي من المستويات الافتراضية للتركز، وعلى نحو ما هو وارد فيما يلي:

(أ) **فرضية أولى:** ويفترض فيها استحواذ عدد (٤) شركات على ٥٠% من واردات اللحوم، بينما يستحوذ عدد (٧شركات) على النسبة المتبقية منها... وفي إطار هذه الفرضية تبلغ قيمة مقياس هيرشمان بنحو ٨٥٣، كما يبلغ معامل جيني نحو ٠,٢٣٣ (٢٣,٣%) وحيث يعكسان غياب التركيز غير المرغوب فيه بين هذه الشركات، ووجود المنافسة الكاملة.

(ب) **فرضية ثانية:** ويفترض منها استحواذ عدد (٧) شركات على نسبة ٢٠% من واردات اللحوم، بينما يستحوذ عدد (٤) شركات على نسبة ٣٠% منها، كما تستحوذ الأربع شركات الأخرى على نسبة ٥٠%... وفي إطار هذه الفرضية يقدر مقياس هيرشمان بما قيمته ٩٠٧,٣، كما يبلغ معامل جيني نحو ٠,٣١٩ (٣١,٩%)، وحيث يشير كلا المعاملين إلى غياب نسبة التركيز غير المرغوب، ومن ثم وجود حالة المنافسة الكاملة فيما بين هذه الشركات.

(ج) **فرضية ثالثة :** ويفترض فيها استحواذ عدد (٣) شركات على نسبة ٥٠% من واردات اللحوم، بينما يستحوذ عدد (٤ شركات) على ١٥% منها، كما يستحوذ عدد (٤) شركات أخرى على نسبة تبلغ نحو ٣٠% منها، أما الشركات الأربع الأخيرة فيبلغ نصيبها من هذه الواردات ما نسبته ٥٠%... وفى إطار هذه الفرضية تأتى تقديرات كل من مقياس هيرشمان، ومعامل جينى بما قيمته ٨٨٥، ٠,٣٣٦، (٣٣,٦%) على الترتيب، وحيث ينفيان معاً وجود حالة التركيز غير المرغوب بين هذه الشركات، ومن ثم وجود المنافسة الكاملة فيما بينها.

(د) **فرضية رابعة:** وفيها يفترض استحواذ عدد (٧) شركات على نسبة ٥٠% من واردات اللحوم، بينما يستحوذ عدد (٤) شركات على نسبة ٣٥% منها، كما تستحوذ الأربع شركات الأخيرة على نسبة ٦٠% منها. وتأتى تقديرات كل من مقياس هيرشمان، ومعامل جينى فى ظل هذه الفرضية بما قيمته ١٢١٠، ٠,٤٨٣، (٤٨,٣%) على الترتيب، وليسير المقياس الأول إلى اقتراب نسبة التركيز بين هذه الشركات من المستوى الثالث الذى يعبر عن تواجد التركيز المعتدل، بينما يشير معامل جينى إلى دخول هذه الشركات إلى مستوى التركيز القريب من التعبير عن وجود حالة احتكار القلة بين هذه الشركات.

هذا وفى ضوء نتائج الفرضيات الأربع المشار إليها يمكن أن يستخلص أنه إذا ما بلغ نصيب الأربع شركات الأولى ما نسبته ٥٠% من كمية الواردات من اللحوم، وإذا ما بلغ نصيب الثمانى شركات الأولى ما نسبته ٨٠% من كمية هذه الواردات فليس لذلك دلالة على وجود التركيز غير المرغوب بين هذه الشركة ومن ثم غياب السمة الاحتكارية بينها، أما الدلالة على ذلك فتأتى مع ارتفاع نصيب الأربع شركات الأولى من واردات اللحوم إلى ما نسبته ٦٠%، ونصيب الثمان شركات الأولى إلى ما نسبته ٩٥% من الواردات. وهنا يطرح التساؤل مرة أخرى عن احتمالات تواجد مثل هذه الحالة بين الشركات الخمسة عشر المستوردة للحوم، أو ارتفاع نسبة نصيب كل من الأربع شركات الأولى، أو الثمان شركات الأولى عن النسب المشار إليها... وتأتى الإجابة على ذلك، ومن قبل الدراسة الحالية، على أن هذه الاحتمالات تعد من الاحتمالات الواردة خاصة مع تواجد ما يسمى "رابطة مستوردي اللحوم والدواجن" إذ أن تواجد مثل هذه الرابطة قد يجعل من هذه الشركات أو جانب كبير منها صاحبة قرار واحد وممارسات غير قانونية.

وأخيراً وإذا ما افترضت الدراسة أن اللحوم المستوردة ما هى إلا بديل قريب من اللحوم المحلية، حيث وجود التجانس فيما بينها، لجاز لها القول بغياب السمة الاحتكارية بين مستوردي اللحوم، حيث وجود التنافس مع موردي اللحوم المحلية.

(٣) مرحلة تجهيز اللحوم، والتوريد إلى أسواق الجملة والتجزئة، ومؤشرات التنافسية بها:

يبدأ مسار هذه المرحلة من موقع المجازر الحكومية حيث تجهيز اللحوم فى صورتها الصالحة للتوزيع إلى أسواق الجملة، ومن ثم النظر إلى هذا الموقع على أنه موقع الانتاج. ويعد تاجر الجملة، وتاجر التجزئة هما الأطراف المتعاملة على طول هذا المسار، حيث تعامل تاجر الجملة مع المجازر بغرض تجهيز اللحوم ثم البيع إلى تاجر التجزئة ثم إلى المستهلك النهائى، كما أن هناك من تاجر التجزئة الذين يبدأ تعاملهم مع المجازر أيضاً حيث تجهيز اللحوم لحسابهم الخاص... وهنا أيضاً ليس هناك من معلومات رسمية مسجلة متاحة للدراسة الحالية عن أعداد هذه الأطراف وحجم تعاملات كل منها على هذا المسار، وهو ما يتعذر معه قياس درجة التركيز بين هذه الأطراف على نفس المسار، ومن ثم وجود السمة الاحتكارية فيما بينها من عدمه استناداً على مؤشرات التركيز المشار إليها من قبل.. ولهذا تستند الدراسة فى الكشف عن هذه السمة فى هذه المرحلة على التغيرات السعرية فى كل من أسواق المنتج، والجملة، والتجزئة ومعدل نفاذها من مستوى إلى آخر خلال الفترات الشهرية للسنوات (٢٠١٣-٢٠١٦).

وهنا يجدر التنويه أولاً إلى أن الاتجاهات السعرية للإنتاج المحلى من لحوم الأبقار والجاموس ينظر إليها على أنها القائد فى تحديد الاتجاهات السعرية لغيرها من اللحوم، ومن ثم الاستناد إلى تغيراتها السعرية فى تحليل هذه الاتجاهات خلال الفترة المذكورة. كما يجدر التنويه ثانياً إلى التساؤل عن مصدر التغيرات السعرية لهذه النوعية من اللحوم؟ .. هل هو سوق المنتج؟ .. أم سوق المستهلك؟.. وهو تساؤل تميل الإجابة عليه بالإشارة إلى سوق المستهلك، وإن كانت الإجابة عليه قد لا تفيد أغراض الدراسة الحالية، وعلى نحو ما يمكن استخلاصه من إيجاز نتائج تحليل التغيرات السعرية ومعدل نفاذها إلى المستويات المختلفة من السوق المحلية، وعلى نحو ما يمكن إيجازه فيما يلى:

(٣-١) تسجل التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار المنتج خلال السنوات المشار إليها وجود عدد (٢٢) حدث من التغيرات نشأ عنها زيادة سعرية تراكمية مع نهاية هذه الفترة بلغت ما نسبته ٧١,٨% عنه فى بداية هذه الفترة (جدول رقم ٣-١٥).

(٣-٢) وفى سوق الجملة للحوم البقرى والجاموسى متوسط السن جاءت التغيرات السعرية من خلال عدد (٢٣) حدث نشأ عنها زيادة سعرية تراكمية مع نهاية نفس الفترة بلغت ما نسبته ١٠٥,٥٢% عنه فى بداية هذه الفترة (جدول رقم ٣-١٦).

(٣-٣) كما جاءت التغيرات السعرية في سوق التجزئة (المستهلك) خلال نفس الفترة متضمنة عدد (٢٣) حدث نتج عنها زيادة سعرية تراكمية مع نهاية هذه الفترة بلغت ما نسبته ٧٥,٦٥% عنه في بداية هذه الفترة. جدول (٣-١٧).

(٣-٤) مع فرضية أن المنتج هو مصدر التغيرات السعرية في السوق، فيبلغ معدل نفاذية التغيرات السعرية في سوق المنتج إلى سوق الجملة بحوالى ١٤٧% ($١٠٥,٥ \div ٧١,٨$) على طول هذه الفترة، بينما يبلغ معدل نفاذية التغيرات السعرية في سوق الجملة إلى سوق التجزئة (المستهلك) نحو ٧١,٧% ($٧٥,٦٥ \div ١٠٥,٥٢$)، على طول نفس الفترة، وبما يعكس وجود السمة الاحتكارية في سوق الجملة.

(٣-٥) مع فرضية أن سوق التجزئة هو مصدر التغيرات السعرية في السوق، فيقدر معدل نفاذية التغيرات السعرية به إلى سوق الجملة بحوالى ١٣٩,٥% ($٧٥,٦٥ \div ١٠٥,٥٢$) على طول الفترة المشار إليها، بينما يبلغ معدل نفاذية التغيرات السعرية في سوق الجملة إلى سوق المنتج بحوالى ٦٨,٠% على طول هذه الفترة، وبما يعكس أيضاً وجود السمة الاحتكارية في سوق الجملة. وفي إطار المؤشرات السابقة يمكن أن يستخلص تواجد السمة الاحتكارية في سوق الجملة للحوم الحمراء، بل ويمكن النظر إليها على أنها صانعة التغيرات السعرية في هذه السوق.

وأخيراً يجدر التنويه إلى ما سبق ذكره من أن الاتجاهات السعرية للحوم المحلية من الأبقار والجاموس هي القائد لتحديد الاتجاهات السعرية لغيرها من اللحوم، ففي ظل هذه المقولة يمكن تقدير معدل نفاذ التغيرات السعرية في سوق المستهلك للحوم البلدية إلى سوق المستهلك للحوم الأبقار المجمدة المستوردة بنحو ١١١,٥% على طول الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧)، وعلى نحو ما يمكن أن يستخلص من الجدول رقم (٣-١٨). وهو ما يشير ضمناً إلى مشاركة التغيرات السعرية في أسعار اللحوم المحلية في زيادة أسعار اللحوم المستوردة من الخارج، أيضاً، وبما يشير إلى أهمية تطوير العمل بالسوق المحلية خاصة سوق الجملة.

٤- الاستخلاصات والتوصيات:

يمكن أن يستخلص مما سبق إنتقاء الحالة الإحتكارية في حالة سوق المنتج المحلى للحوم الحمراء، وكذلك في حالة مستوردي هذه اللحوم من الخارج، إلا أن وجود هذه الحالة بالنسبة لسوق الجملة إنما يشير إلى أهمية تنظيم وتطوير هذه السوق بما يمنع وجود الحالة الإحتكارية بها. وكذلك تأثيرها على أسعار الواردات من هذه اللحوم. كما يستخلص كذلك أهمية متابعة ومراقبة نشاط رابطة مستوردي الدواجن واللحوم لمنع ما قد يوجد من ممارسات غير قانونية من قبلها.

سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم (٢٩٨) - معهد التخطيط القومى

جدول رقم (٣-١٥) التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار المنتج للحوم الطازجة المحلية فى السنوات (٢٠١٣-٢٠١٧) (%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦		٢٠١٧	
	شهرية	تراكمية	شهرية	تراكمية	شهرية	تراكمية	شهرية	تراكمية	شهرية	تراكمية
١- يناير	٠,٠	٠,٠	٠,٠	١٢,٤	٠,٠	١٨,٩	٠,٠	٣١,٠	٣,٦	٧٧,٩
٢- فبراير	٠,٠	٠,٠	٣,٢	١٦,١	٠,٠	١٨,٩	٠,٠	٣١,٠	٢,٥	٨٢,٣
٣- مارس	٠,٠	٠,٠	٠,٢	١٦,٣	٢,٠	٢١,٢	٠,٠	٣١,٠	٠,٠	٨٢,٣
٤- أبريل	٠,٠	٠,٠	٠,٠	١٦,٣	٠,٠	٢١,٢	٠,٠	٣١,٠	٦,٦	٩٤,٤
٥- مايو	٠,٠	٠,٠	٠,٠	١٦,٣	٤,٥	٢٦,٦	٠,٠	٣١,٠	٠,٨	٩٦,٠
٦- يونيو	٠,٦	٠,٦	٠,٠	١٦,٣	٢,١	٢٩,٢	٢,٢	٣٣,٩	١٠,٠	١١٥,٥
٧- يوليو	٠,٩	١,٥	٠,٠	١٦,٣	٠,٠	٢٩,٢	٠,٠	٣٣,٩	٠,٥	١١٦,٥
٨- أغسطس	١,١	٢,٦	٢,١	١٨,٨	١,٨	٣١,٦	٦,٥	٤٢,٦		
٩- سبتمبر	٤,٦	٧,٣	٠,١	١٨,٩	٣,٩	٣٦,٨	٤,٠	٤٨,٣		
١٠- أكتوبر	٢,٩	١٠,٤	٠,٠	١٨,٩	٠,٠	٣٦,٨	٢,٦	٥٢,١		
١١- نوفمبر	٠,٠	١٠,٤	٠,٠	١٨,٩	٠,٠	٣٦,٨	٤,٢	٥٨,٤		
١٢- ديسمبر	١,٩	١٢,٤	٠,٠	١٨,٩	(٤,٢)	٣١,٠	٨,٥	٧١,٨		

المصدر: حسب من: الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء، الأرقام القياسية لأسعار المنتجين، القاهرة، أعداد مختلفة.

جدول رقم (٣-١٦) التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار الجملة للحوم البقرى والجاموسى متوسط السن فى السنوات (٢٠١٣ - ٢٠١٦) (%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦	
	شهرية	تراكمية	شهرية	تراكمية	شهرية	تراكمية	شهرية	تراكمية
١- يناير	٠,٠	٠,٠	(٠,٧)	١٤,٨٢	٠,٠	٣٥,٦٩	٠,٠	٥١,١٦
٢- فبراير	٠,٠	٠,٠	٢,٩	١٨,٠٢	٠,٠	٣٥,٦٩	٠,٠	٥١,١٦
٣- مارس	٠,٠	٠,٠	٣,٧٥	٢٢,٤٣	٠,٠	٣٥,٦٩	٢,٩٢	٥٥,٥٨
٤- أبريل	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٢٢,٤٣	١,٦٣	٣٧,٩٠	٠,٠	٥٥,٥٨
٥- مايو	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٢٢,٤٣	١,٦٠	٤٠,١	٤,٢٦	٦٢,٢١
٦- يونيو	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٢٢,٤٣	٠,٠	٤٠,١	٢,١٨	٦٥,٧٥
٧- يوليو	٤,٤٢	٤,٤٢	٠,٠	٢٢,٤٣	٦,٣١	٤٩,٠	٠,٠	٦٥,٧٥
٨- أغسطس	٠,٠	٤,٤٢	٣,٦	٢٦,٨٥	٠,٧٤	٥٠,٠٥	٤,٠	٧٢,٣٨
٩- سبتمبر	٤,٢٣	٨,٨٤	٥,٢٣	٣٣,٤٨	٣,٦٨	٥٥,٥٨	٣,٨٥	٧٩,٠
١٠- أكتوبر	٤,٠٦	١٣,٢٦	٠,٠	٣٣,٤٨	٠,٠	٥٥,٥٨	٠,٠	٧٩
١١- نوفمبر	٠,٠	١٣,٢٦	١,٦٥	٣٥,٦٩	٠,٠	٥٥,٥٨	٦,١٧	٩٠,٠٥
١٢- ديسمبر	٢,٠	١٥,٤٧	٠,٠	٣٥,٦٩	(٢,٨)	٥١,١٦	٨,١٤	١٠٥,٥٢

المصدر: حسب من: الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات، القاهرة، أعداد مختلفة.

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

جدول رقم (٣-١٧) التغيرات السعريّة الشهرية والتراكمية في سوق المستهلك للحوم الأبقار والجاموس

متوسط السن في السنوات (٢٠١٣-٢٠١٧) (%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦		٢٠١٧	
	تراكمية	شهرية	تراكمية	شهرية	تراكمية	شهرية	تراكمية	شهرية	تراكمية	شهرية
١- يناير	٠,٠	٠,٠	١٢,٣٣	١,٣٩	٢٧,٠	٠,٠	٣٧,١٣	(٢,١٩)	٨٣,٤	٤,٤
٢- فبراير	٠,٠	٠,٠	١٤,٦٤	٢,٠٦	٢٧,٠	٠,٠	٣٧,١٣	٠,٠	٨٨,٠	٢,٥
٣- مارس	٠,٠	٠,٠	١٧,٧٢	٢,٦٩	٢٧,٠	٠,٠	٤٠,٨٣	٢,٢٤	٩٥,٧	٤,١
٤- أبريل	٠,٠	٠,٠	١٧,٧٢	٠,٠	٢٨,٥٠	١,٢١	٤٠,٨٣	٠,٠	١٠٣,٤	٣,٩
٥- مايو	٠,٠	٠,٠	١٧,٧٢	٠,٠	٣٠,٠٥	١,٢٠	٤٥,٤٥	٣,٢٨	١١١,١	٣,٨
٦- يونيو	٠,٠	٠,٠	١٧,٧٢	٠,٠	٣٠,٠٥	٠,٠	٤٧,٩٢	١,٦٩	١١٧,٣	٢,٩
٧- يوليو	٣,٠٨	٣,٠٨	١٧,٧٢	٠,٠	٣٦,٢١	٤,٧٤	٤٧,٩٢	٠,٠	١٢٥,٠	٣,٥٤
٨- أغسطس	٠,٠	٣,٠٨	٢,٦٢	٢,٠٨	٣٦,٩٨	٠,٥٧	٥٢,٥٤	٣,١٣	١٣١,١	٢,٧
٩- سبتمبر	٣,٠	٦,١٦	٣,٨٣	٢٥,٤٢	٤٠,٨٣	٢,٨١	٥٧,١٦	٣,٠٣	١٣١,١	٠,٠
١٠- أكتوبر	٢,٩	٩,٢٤	٠,٠	٢٥,٤٢	٤٠,٨٣	٠,٠	٥٧,١٦	٠,٠	١٣١,١	٠,٠
١١- نوفمبر	٠,٠	٩,٢٤	١,٢٣	٢٧,٠	٤٠,٨٣	٠,٠	٦٤,٨٧	٤,٩	١٣١,١	٠,٠
١٢- ديسمبر	١,٤	١٠,٧٩	٠,٠	٢٧,٠	٤٠,٨٣	٠,٠	٧٥,٦٥	٦,٥٤	١٣١,١	٠,٠

المصدر: حسب من: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة الشهرية لمتوسط أسعار المستهلك لأهم السلع الغذائية، القاهرة، أعداد مختلفة.

جدول رقم (٣-١٨) التغيرات السعريّة الشهرية والتراكمية في سوق المستهلك للحوم الأبقار المجمدة المستوردة

في السنوات (٢٠١٣-٢٠١٧) (%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦		٢٠١٧	
	تراكمية	شهرية	تراكمية	شهرية	تراكمية	شهرية	تراكمية	شهرية	تراكمية	شهرية
١- يناير	٠,٠	٠,٠	٩,٣	٠,٠	٢١,٨	٠,٠	٢٤,٩	٠,٠	١٠٢,٨	٦,٥
٢- فبراير	٠,٠	٠,٠	١٢,٥	٢,٨	٢١,٨	٠,٠	٢٤,٩	٠,٠	١٠٢,٨	٠,٠
٣- مارس	٠,٠	٠,٠	١٢,٥	٠,٠	٢١,٨	٠,٠	٢٤,٩	٠,٠	١٠٢,٨	٠,٠
٤- أبريل	٦,٢	٦,٢	١٢,٥	٠,٠	٢١,٨	٠,٠	٢٤,٩	٠,٠	١٠٢,٨	٠,٠
٥- مايو	٠,٠	٦,٢	١٢,٥	٠,٠	٣١,٢	٧,٧	٣١,٢	٢,٩	١١٨,٤	٧,٧
٦- يونيو	٠,٠	٦,٢	١٢,٥	٠,٠	٣١,٢	٠,٠	٣١,٢	٠,٠	١٣٠,٧	٥,٦
٧- يوليو	٠,٠	٦,٢	١٢,٥	٠,٠	٣١,٢	٠,٠	٧,١	٤٠,٥	١٤٦,٢	٦,٧
٨- أغسطس	٠,٠	٦,٢	١٢,٥	٠,٠	٣١,٢	٠,٠	١٣,٣	٥٩,٢	١٤٦,٢	٠,٠
٩- سبتمبر	٠,٠	٦,٢	١٨,٧	٥,٥	٣١,٢	٠,٠	٠,٠	٥٩,٢	١٤٦,٢	٠,٠
١٠- أكتوبر	٢,٩	٩,٣	١٨,٧	٠,٠	٣١,٢	٠,٠	٠,٠	٥٩,٢	١٤٦,٢	٠,٠
١١- نوفمبر	٠,٠	٩,٣	٢,٦	٢١,٨	٣١,٢	٠,٠	٩,٨	٧٤,٨	١٤٦,٢	٠,٠
١٢- ديسمبر	٠,٠	٩,٣	٠,٠	٢١,٨	(٤,٨)	٢٤,٩	٨,٩	٩٠,٤	١٤٦,٢	٠,٠

المصدر: حسب من: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة الشهرية لمتوسط أسعار المستهلك لأهم السلع الغذائية، القاهرة، أعداد مختلفة.

الفصل الخامس : السوق المحلية للأسماك

تعد مجموعة الأسماك في حكم البديل لمجموعة اللحوم الحمراء والبيضاء كمصدر لتوفير البروتين الحيوانى للمستهلك، كما أنها تشترك معها وبدرجة أكبر في سمة تنوع أنواعها وأصنافها فضلاً عن تعدد مصادر توفيرها في الأسواق، حيث هناك الكثير من أصناف أسماك المياه المالحة، كما أن هناك أيضاً الكثير من أصناف أسماك المياه العذبة. ومع تنوع أنواع أو أصناف أسماك كلا المصدرين (مياه مالحة وعذبة) يأتى التباين الكبير في الخاصة الطبيعية لكل من هذه الأصناف، وفي قابليتها للتذوق من قبل المستهلك النهائى وفي قيمتها السوقية من منظور الفئات المختلفة من المستهلكين، مما يجعل من هذه الأصناف بدائل كاملة بعضها لبعض عند كثير من فئات مستهلكى الأسماك. وقد يضاف إلى ذلك أيضاً سمة سرعة تلف هذه الأسماك، أو حتمية تحمل مورديها إلى الأسواق والمستهلك النهائى لتكلفة إضافية مقابل الحفاظ عليها في صورة طازجة دون تلف. ومع نظرة المستهلك إلى أصناف الأسماك (المتنوعة) على أنها بدائل لبعضها البعض إلى جانب خاصية سرعة تلفها، يستخلص الكثيرون غياب سمة الاحتكار في أسواق الأسماك، ومع ذلك قد يستخلص آخرون وجود هذه السمة في بعض حلقات مسارها التسويقي إلى المستهلك النهائى. ولذلك يتناول الفصل الحالى دراسة وجود هذه السمة من عدمه في السوق المحلية للأسماك، وعلى نحو ما هو وارد فيما يلى:

(١) مصادر العرض من الأسماك :

يمثل الإنتاج المحلى من الأسماك المصدر الأول والأساسى لتوفيرها في السوق المحلية، وبنسبة مرتفعة تراوحت ما بين ٨٢%، ٨٧% تقريباً من إجمالى المعروض منها في السوق المحلية في السنوات الثلاث (٢٠١٣-٢٠١٥)، وحيث يغطى صافى الواردات منها النسبة الباقية من المعروض جدول رقم (١-٤). وبالنسبة لمصادر العرض من الإنتاج المحلى منها فيمثل المركز الأول فيما بينها الاستزراع السمكى بأنماطه المختلفة حيث يشارك بحصة بلغت ما نسبته ٧٦,٥% في المتوسط من إجمالى المعروض منها في السوق المحلية خلال السنوات الثلاث المشار إليها، والتي يشكل الاستزراع بالمزارع الأرضية (الأحواض) المركز الأول فيما بين أنماط الاستزراع المختلفة حيث ساهم بنسبة تراوحت ما بين ٥٠%، ٦٤% تقريباً من إجمالى المعروض من الأسماك في نفس الفترة المشار إليها، بينما يأتى نمط الاستزراع عن طريق الأقفاص في المركز الثانى، وبنسبة تراوحت ما بين ٢٢,٥٠% من إجمالى المعروض في عام ٢٠١٣، ١٢% تقريباً من إجمالى المعروض في العامين الأخيرين من الفترة المذكورة. هذا وتأتى البحيرات الشمالية في المركز الثانى بعد الاستزراع السمكى من حيث المساهمة في المعروض من الأسماك حيث تشارك بحصة بلغت ما نسبته ٩,٢% في المتوسط خلال نفس الفترة

السابقة، بينما تأتي المصايد البحرية في كل من البحر الأبيض، والبحر الأحمر في المركز الثالث، وبحصة بلغت ما نسبته ٧,١٢% في المتوسط خلال هذه الفترة جدول رقم (٤-٢).

ومن منظور الأصناف المعروضة من الإنتاج المحلي من الأسماك، يأتي البلطي في المركز الأول بين أصناف الأسماك المنتجة محلياً، ونسبة بلغت ما يقرب من ٦٥,١٥% من إجمالي المعروض من هذه الأصناف في عام ٢٠١٥، ثم يليه في ذلك أصناف العائلة البورية والتي تأتي في المركز الثاني، ونسبة بلغت نحو ١٢,٤٢% من إجمالي المعروض من هذه الأصناف في نفس العام، بينما يأتي صنف "المبروك" في المركز الثالث ونسبة بلغت نحو ٧,٣١% من إجمالي المعروض، ثم أصناف "القراميط" في المركز الرابع ونسبة بلغت نحو ٢,٥٠%، وحيث تشكل مجموعات الأصناف الأربع المشار إليها معاً حصة بلغت ما نسبته ٨٧,٣٨% من إجمالي المعروض من أصناف الأسماك المنتجة محلياً خلال هذا العام، بينما تشكل الأصناف الأخرى وعلى كثرتها النسبة الباقية والتي تبلغ نحو ١٢,٦٢% من إجمالي المعروض (جدول رقم ٤-٣).

(٢) القناة التسويقية للأسماك في السوق المحلية

يبدأ المسار التسويقي للإنتاج المحلي من الأسماك في حالة الاستزراع السمكي من مرحلة ما قبل الإنتاج حيث موردي مدخلات الإنتاج بالمزارع السمكية ثم مرحلة الاستزراع ويليها مرحلة النقل والتجارة، ثم المستهلك النهائي، كما يبدأ المسار التسويقي للإنتاج المحلي من المصايد الطبيعية، وكذلك الواردات من الأسماك من مرحلة موردي الأسماك ثم مرحلة النقل والتجارة، ثم التوزيع إلى المستهلك النهائي. ويمكن إيجاز خصائص كل من هذه المراحل في حالة السوق المحلية على النحو الوارد فيما يلي:

(٢-١) مرحلة موردي مدخلات الإنتاج بالمزارع السمكية: تعد الأعلاف السمكية وذريعة الأسماك المكونات الرئيسية في تكلفة الإنتاج بالاستزراع السمكي، حيث تشير الدراسات إلى أن تكلفة الأعلاف السمكية بمفردها تعادل ما يقرب من ٨٠% من إجمالي تكاليف التشغيل في المزارع السمكية، ويضاف إليها ذريعة الأسماك كعوامل محددة للإنتاج في هذه المزارع.^(١) ومع وجود عناصر الإنتاج الأخرى (مثل الوقود، وأجور العمل وغيرها)، يظل كل من المكون الأول، والثاني هما المحددان الأساسيين للإنتاج في الإستزراع السمكي.

(١) Abdel – Fattah M. Elsayed, value chain analysis of the Egyptian aquaculture feed industry, World. Fish, Penana, Malaysia, Project report, 2014-22.

جدول رقم (٤-١) الإنتاج المحلى، والواردات، والصادرات من الأسماك فى السنوات (٢٠١٣-٢٠١٥)

	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥	
	ألف طن	%	ألف طن	%	ألف طن	%
١- الإنتاج المحلى	١٤٥٤	٨٧,١	١٤٨٢	٨١,٩	١٥١٩	٨٤,٦
٢- الواردات	٢٣٦	١٤,١	٣٥٥	١٩,٦	٢٩٦	١٦,٥
٣- الصادرات	٢٠,٠	(١,٢)	٢٨	(١,٥)	٢٠	(١,١)
المعروض فى السوق المحلى	١٦٧٠	١٠٠	١٨٠٩	١٠٠	١٧٩٥	١٠٠

المصدر: الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية، كتاب الإحصاءات السمكية السنوى، القاهرة، ٢٠١٥.

جدول رقم (٤-٢) الإنتاج المحلى من الأسماك وفقاً لمصادره المختلفة فى السنوات (٢٠١٣-٢٠١٥)

	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥	
	ألف طن	%	ألف طن	%	ألف طن	%
١- البحار:	١٠٦,٦	٧,٣٢	١٠٧,٨	٧,٢٧	١٠٢,٩	٦,٧٧
٠ البحر الأبيض	٦٣,٠	٤,٣٣	٦٢,٧	٤,٢٣	٥٧,٦	٣,٧٩
٠ البحر الأحمر	٤٣,٦	٢,٩٩	٤٥,١	٣,٠٤	٤٥,٣	٢,٩٨
٢- البحيرات الشمالية	١٤٤,٩	٩,٩٦	١٣٢,٣	٨,٩٣	١٣٢,٦	٨,٧٣
٣- المنخفضات الساحلية	٣,٣	٠,٢٢	٢,٨	٠,١٩	٤,٧	٠,٣١
٤- البحيرات الداخلية	٣٤,٣	٢,٣٦	٣٥,٨	٢,٤٢	٣٤,١	٢,٢٥
٥- المياه الداخلية	٦٧,٧	٤,٦٥	٦٦,١	٤,٤٦	٦٩,٧	٤,٥٩
٦- الاستزراع السمكى	١٠٩٧,٥	٧٥,٤٦	١١٣٧,١	٧٦,٧٣	١١٧٤,٨	٧٧,٣٥
مزارع حكومية	٩,٣	٠,٦٤	٨,٣	٠,٥٦	٩,٧	٠,٦٤
مزارع أهلية	٧٢٣,٩	٤٩,٧٧	٩١٦,٨	٦١,٨٧	٩٧٢,٥	٦٤,٠٣
أقفاص	٣٢٧,٣	٢٢,٥٠	١٧٦,٣	١١,٩٠	١٧٢,٦	١١,٣٦
زراعة حقول أرز	٣٤,١	٢,٣٤	٣٤,٠	٢,٢٩	١٧,٥	١,١٥
استزراع مكثف	٢,٤	٠,١٧	١,٨	٠,١٢	٢,٤	٠,١٦
جملة	١٤٥٤,٤	١٠٠,٠	١٤٨١,٩	١٠٠,٠	١٥١٨,٩	١٠٠,٠

المصدر: الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية، كتاب الإحصاءات السمكية السنوى، القاهرة، ٢٠١٥.

جدول رقم (٤-٣) الإنتاج من أهم أصناف الأسماك وفقاً لمصدرها في عام (٢٠١٥)

الأصناف	مصادر طبيعية		استزراع		جملة	
	ألف طن	%	ألف طن	%	ألف طن	%
١- بلطي	١١٤,١	٣٣,١٦	٨٧٥,٥	٧٤,٥٢	٩٨٩,٦	٦٥,١٥
٢- عائلة بورية	٣١,٤	٩,١٣	١٥٧,٢	١٣,٣٨	١٨٨,٦	١٢,٤٢
٣- مبروك	١٦,٤	٤,٧٧	٩٤,٦	٨,٠٥	١١١,٠	٧,٣١
٤- قراميط	٣٠,٥	٨,٨٦	٧,٥	٠,٦٤	٣٧,٩	٢,٥٠
٥- دنيس	٠,٨	٠,٢٣	١٦,١	١,٣٧	١٦,٩	١,١١
٦- قاروص	١,٣	٠,٣٨	١٤,٣	١,٢٢	١٥,٦	١,٠٣
٧- سردين	١٥,١	٤,٣٩	-	-	١٥,١	٠,٩٩
٨- جمبرى	١٣,١	٣,٨١	-	-	١٣,١	٠,٨٦
٩- لوت	٠,٦	٠,١٧	٩,٣	٠,٧٩	٩,٩	٠,٦٥
١٠- بياض	٨,٩	٢,٥٩	٠,٣	٠,٠٣	٩,٢	٠,٦١
١١- أخرى	١١١,٩	٣٢,٥٢	-	-	١١١,٩	٧,٣٧
جملة	٣٤٤,١	١٠٠,٠	١١٧٤,٨	١٠٠,٠	١٥١٨,٩	١٠٠,٠

المصدر: الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية، كتاب الإحصاءات السمكية السنوى، القاهرة، ٢٠١٥

هذا وتعد الصناعة المحلية بما تضمه من مصانع لتصنيع الأعلاف من مكوناتها الخام، هي المورد الوحيد لاحتياجات الاستزراع السمكى منها، وعلى الرغم من غياب الاحصاءات الدقيقة أو الحصر الشامل لأعداد المصانع المشتغلة فى هذا النشاط، فإن الكثير من الدراسات تجمع على وجود ٩ مصانع حكومية (قطاع عام) تعمل فى هذا النشاط، وتنتج ما يقرب من ١٠٠ ألف طن سنوياً، وبما يعادل ١٠% من إجمالى الإنتاج المحلى منها ٠٠ كما تشير إحدى الدراسات إلى وجود ما يقرب من ٧٣ مصنع قطاع خاص تنتج ما يقرب من ٩٠% من الإنتاج المحلى منها.^(١) وفى دراسة حديثة، تشير تقديرات عدد مصانع القطاع العام المشتغلة فى هذا النشاط إلى انها تبلغ عدد (٩) مصانع وبطاقة إنتاجية بلغت نحو ١٠٠ ألف طن فى عام ٢٠١٢، وتشمل عدد (٢) مصنع ملك الهيئة العامة للثروة السمكية ، وعدد (٧) مصانع آخرين ملك الشركة القابضة للصناعات الغذائية، كما تشير هذه التقديرات إلى وجود عدد (٥٠) مصنع مسجلة بالقطاع الخاص، وموزعة على مختلف المناطق، وبلغ إنتاجها نحو ٦٧٠ ألف طن فى عام ٢٠١٢، وبضاف إلى ذلك أيضاً عدد (٥٠) مصنع قطاع خاص غير مسجلة وبطاقة إنتاجية تتراوح ما بين ٣-٤ ألف طن سنوياً للمصنع وإجمالى إنتاج يتراوح ما بين ١٢٠-٢٤٠ ألف طن سنوياً.

كما تشير نفس الدراسة إلى ازدياد عدد المصانع غير المسجلة حالياً وبدرجة نشطة لتزويد عن ٢٠٠ وحدة، وإن كان جميعها صناعة محلية تستخدم تكنولوجيا بسيطة فى التصنيع.

ومع وجود المصانع والطاقت الإنتاجية المشار إليها يلجأ كثير من أصحاب المزارع إلى تصنيع احتياجاتهم من الأعلاف بأنفسهم حيث إعدادهم لتوليفة العلف المطلوب، وشراء مكوناتها من العناصر

(١) Ahmad wally, the state and development of aquaculture in Egypt, global agricultural information NetWork report 11/6/2016.

الخام، وتصنيعها من خلال تأجير المصانع المتواجدة فى السوق، وذلك بغرض تخفيض التكلفة، ويوفر يقدر بحوالى ١٥% - ٢٠% من التكلفة. وحيث تصل هذه الدراسة بتقدير إجمالي الإنتاج من الأعلاف بما يقرب من مليون طن تشمل تقديرات إنتاج مصانع القطاع العام بالإضافة إلى إنتاج مصانع القطاع الخاص المسجلة وغير المسجلة.

وبالنسبة لتسويق المصانع لإنتاجها من الأعلاف، فإن ٨٥% من مصانع القطاع الخاص تقوم بتصريف إنتاجها وبشكل مباشر إلى مزارعى الأسماك، أما النسبة الباقية (١٥%) منها فتقوم ببيع إنتاجها إلى التجار أو تجار التجزئة. حيث تضيق تجارة التجزئة نسبة تتراوح ما بين ٣-٦% إلى قيمة مشترياتها من الأعلاف كأتعاب فى حالة البيع نقداً، أما فى حالة البيع بالأجل فيزداد السعر بإضافة نسبة أخرى تتراوح ما بين ٢-٤%. أما مصانع القطاع العام فتقوم بتصريف غالبية إنتاجها ونسبة تبلغ نحو ٧٠% إلى التجار، أما النسبة الباقية فتباع وبشكل مباشر إلى المزارع، حيث لا تسمح نظم التسويق بمصانع القطاع العام بتصريف نسبة أكبر من إنتاجها وبشكل مباشر إلى مزارعى الأسماك حيث مطالبتها للمشتري بتقديم الضمانات اللازم للبيع بالأجل، والتي لا تتوافر لدى الأكثرية من المزارعين. أما فى حالة مصانع القطاع الخاص فتسمح ظروفها ونظم التسويق بها بالبيع بالأجل وبالاعلاوات السعرية المشار إليها ومن ثم يلجأ الكثيرون من مزارعى الأسماك وخاصة صغار المزارعين، إليها لشراء ما يلزم من أعلاف حيث يواجهون فى ذلك ببعض المخاطر من بينها الحصول على أعلاف رديئة، كما قد يطالبون، فى بعض الأحيان، بدفع ثمن الأعلاف فى الأوقات غير المناسبة لحصاد الأسماك، وهو ما يدفعهم إلى حصاد أسماكهم فى أوقات الذروة فى الوقت الأخير من السنة، حيث تكون أسعار الأسماك منخفضة.^(١)

أما بالنسبة للمكون الثانى فى مدخلات الإنتاج المزرعى للأسماك والممثل فى زريعة الأسماك فيقوم على إنتاجه، فى عام ٢٠١٥، عدد (١٢٧) مفرخ ومحطات تحضين حكومية وأهلية، ومراكز تجميع للزريعة. وتشمل عدد (١٣) مفرخ حكومى ومحطات تحضين لإنتاج إصبعيات أسماك المياه العذبة وإنتاج بلغ نحو ٢٧٩,٤ مليون وحدة بالإضافة إلى مفرخ حكومى آخر لإنتاج إصبعيات أسماك المياه البحرية وإنتاج بلغ نحو ٤,٤٠٦ مليون وحدة. أما المفرخات الأهلية السمكية فبلغت عدد (١٠٥) مفرخ لإنتاج إصبعيات وزريعة أسماك البلطى فى المياه العذبة وإنتاج بلغ نحو ٦٦,٥ مليون وحدة، وذلك بالإضافة إلى عدد (٣) مفرخات لإنتاج إصبعيات المياه البحرية وإنتاج بلغ نحو ٢٥,٠ مليون وحدة. وتوزع مجموعات المفرخات المشار إليها على محافظات البحيرة وكفر الشيخ، والشرقية والدقهلية، وبورسعيد، وبنى سويف، والمنيا، وأسيوط، وسوهاج، وقنا، والإسكندرية وشمال سيناء، والإسماعيلية، والفيوم. أما مراكز تجميع الزريعة فتتواجد فى كل من محافظات الإسكندرية، ودمايط، وبورسعيد،

(١) Abdel – Fattah M. Elsayed, value chain analysis, opcit 20-21.

والإسماعيلية، والسويس، وإنتاج بلغ نحو ٩٥,٤ مليون وحدة خلال نفس العام، ووصل بذلك إجمالي الإنتاج من الإصبعيات والزريعة إلى نحو ٤٧٠,٧ مليون وحدة. ولهذا المكون أيضاً الخدمات وعناصر التكلفة المتعلقة بإنتاجه حيث وجود التكنولوجيا المختلفة للإنتاج، وعناصر التغذية، والحاجة إلى العمالة المدربة، وغيرها.

وتشير الدراسات إلى نمو إنتاج المفرخات من إصبعيات وزريعة الأسماك بمعدلات تساير الطلب عليها من قبل مزارع الاستزراع السمكى، فضلاً عن وجود المفرخات كمكون لمزرعة متكاملة فى الإنتاج السمكى حيث وجود كل من المفرخ مع نظم الإنتاج السمكى معاً بالمزرعة، ومن ثم انخفاض تكلفة تدبير احتياجات المزرعة من زريعة الأسماك بالقياس إلى أسعارها خارج المزرعة، ولهذا فقد انخفضت أسعار الزريعة فى مصر ويشكل متدرج وبدرجات معنوية فى الوقت المعاصر، ومن ثم الإشارة إلى وجود درجة عالية من التنافسية فى الأسواق المحلية لهذا المكون. وعلى الرغم من انخفاض أسعار الزريعة مازالت المفرخات تحقق أرباحاً تعادل ما يقرب من ٤٤% من قيمة المبيعات، وقيمة مضافة تبلغ نحو ٢٤,٤ جنيه فى المتوسط لكل مليون وحدة من الزريعة ومع ذلك هناك من التوقعات التى ترى احتمالات تحقيق زيادات أخرى فى الأرباح مع الاستثمار فى التكنولوجيات الحديثة، والتدريب على أعمال التمرريض، وتحسين التعبئة ووسيلة النقل إلى المزارع.^(١)

(٢-٢) **سوق المنتج :** وتتضمن هذه السوق كثير من الوحدات الإنتاجية، والتى تختلف فى خصائصها باختلاف مواقع ونظم الإنتاج، حيث هناك مراكب الصيد بالمصايد البحرية، والمياه الداخلية، كما أن هناك الاستزراع السمكى بنظمه المختلفة من مزارع حقلية، وأقفاص، والاستزراع المكثف وغير المكثف، وزراعة حقول الأرز. ويمكن بيان عدد الوحدات الإنتاجية وطاقتها الإنتاجية الفعلية فى النظم الرئيسية للإنتاج خلال عام ٢٠١٥ فيما يلى:

(١-٢-٢) **نظام الاستزراع بالمزارع الحقلية المتخصصة:** يشير العرض السابق إلى أن هذا النظام يمثل المركز الأول بين نظم الإنتاج السمكى فى مصر، وبالنسبة السابق ذكرها حيث يشارك بحصة بلغت نحو ١١٧٤,٨ ألف طن من كلا المزارع الأهلية والحكومية فى عام ٢٠١٥. حيث هناك عدد (١٧) مزرعة حكومية ساهمت بحصة بلغت نحو ٩,٧ ألف طن، بينما ساهمت المزارع الأهلية بالحصة الأكبر والتى بلغت نحو ٩٧٢,٥ ألف طن من مساحة أرضية منزوعة بلغت نحو ٢٩٧,٧ ألف فدان موزعة على مناطق الإنتاج بالمحافظات المبينة بالجدول رقم (٤-٤)، وبمتوسط إنتاجية بلغ نحو ٣,٢٧ طن/الفدان،

(١) World Fish center, improving employment and income through development of Egypt's Aquaculture sector (JEIDENS) Project, November, 2012.

مع تباينات ملحوظة فيما بين هذه المحافظات، حيث يقدر متوسط إنتاجية الفدان بحوالى ٤,٠ طن فى كل من محافظات البحيرة، وكفر الشيخ، والشرقية، والدقهلية، والفيوم، وبنى سويف، وسوهاج، بينما ينخفض هذا المتوسط ليصل إلى نحو ٢,٠ طن/الفدان فى كل من محافظتى دمياط، والسويس ثم إلى ما يقرب من ١,٠ طن للفدان فى محافظات الإسكندرية، ومطروح، ودمياط. ومن الطبيعى أن تتواجد تباينات إنتاجية المساحة المستزرعة مع التباين فى أصناف الأسماك المنتجة، وفى نظم التغذية، والرعاية البيطرية لإصبعيات وزريعة الأسماك وغيرها من العوامل الخرى المؤثرة على الإنتاجية.

هذا وتمثل محافظة كفر الشيخ المركز الأول بين محافظات الاستزراع السمكى المشار إليها من حيث المساهمة فى إجمالى الإنتاج من الاستزراع الحقلى ونسبة بلغت نحو ٥١% تقريباً، ثم يليها فى ذلك وعلى الترتيب كل من محافظات بورسعيد، والشرقية، ودمياط، والبحيرة، وبالنسب المشار إليها بالجدول سابق الذكر. ثم يليها فى ذلك باقى المحافظات المذكورة.

(٢-٢-٢) الاستزراع بنظام الأقفاص: والذى يحتل المركز الثانى، بعد نظام الاستزراع بالمزارع الحقلية المتخصصة، من حيث المساهمة النسبية فى إجمالى إنتاج الأسماك بنظم الاستزراع، وعلى نحو ما سبق بيانه. فيتواجد ما يقرب من ٢٢,٠٤٤ ألف قفص وأحجام بلغت نحو ٦,٤٥١ مليون م^٣ موزعة بين محافظات البحيرة، وكفر الشيخ، والفيوم لإنتاج أسماك البلطى، والعائلة البورية، والمبروك الفضى، والقاروص، مع وجود التباينات بين المحافظات الثلاث من حيث عدد الأقفاص، وأحجامها وإنتاجيتها، حيث يتواجد فى محافظة البحيرة العدد الأكبر منها والذى بلغ ١٢,٠ ألف قفص فى عام ٢٠١٥ وبحجم بلغ نحو ٤٢٠,٦ ألف م^٣، وبمتوسط يبلغ نحو ٣٥,١ م^٣/للقفص، وإنتاج إجمالى بلغ نحو ٧٢,٠ ألف طن، وبمتوسط إنتاجية يبلغ نحو ٦ طن/للقفص، ١٧١ كجم/م^٣. أما محافظة كفر الشيخ فيتواجد بها ١٠ آلاف قفص بأحجام بلغت نحو ٦,٠ مليون م^٣، وبمتوسط يبلغ نحو ٦٠٠ م^٣/للقفص، وإنتاج إجمالى بلغ نحو ١٠٠ ألف طن، وبمتوسط إنتاجية بلغ نحو ١٠ طن/للقفص، ١٧ كجم/م^٣. ويتواجد فى محافظة الفيوم العدد الأصغر من الأقفاص، والذى بلغ ٤٤ قفص وبحجم كلى بلغ نحو ٣٠,٤٨ ألف م^٣، وبمتوسط يبلغ نحو ٦٩٣ م^٣/للقفص، كما بلغ إجمالى إنتاجها من الأسماك نحو ٦٣٢ طن، وبمتوسط إنتاجية بلغ نحو ٤,٣٦ طن/للقفص، ٢١ كجم/م^٣ (١).

(١) الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية، كتاب الإحصاءات السمكية السنوى، القاهرة، ٢٠١٥.

جدول رقم (٤-٤) مساحة وإنتاج المزارع السمكية الأهلية في المحافظات خلال عام ٢٠١٥

المحافظات	عدد المزارع*	المساحة		الإنتاج		متوسط إنتاجية الفدان (طن)
		فدان	%	طن	%	
١- الأسكندرية	٨٥١	٤٧٨٢	١,٦١	٤٧٨٢	٠,٧١	١,٠
٢- البحيرة	٦٤٢	١٢٥٩٣	٤,٢٣	٥٠٣٠٩	٥,١٧	٣,٩٩
٣- كفر الشيخ	١١٠٠	١٢٣٨٥٥	٤١,٦١	٤٩٥٤٢٠	٥٠,٩٤	٤,٠
٤- الشرقية		٢٩٩١٨	١٠,٠٥	١١٩٦٧٢	١٢,٣١	٤,٠
٥- الاسماعيلية	٣٤	٤٨٦٦	١,٦٣	٩٧٥١	١,٠	٢,٠
٦- دمياط	١٢٦١	٦٥٠٩٢	٢١,٨٧	٧٤٤٢٠	٧,٦٥	١,١٤
٧- الدقهلية		٦٠٠	٠,٢٠	٢٤٠٠	٠,٢٥	٤,٠
٨- بورسعيد	١٧٤	٥٢٣١٩	١٧,٥٨	٢٠٢٣١٩	٢٠,٨	٣,٨٧
٩- السويس	٣٢	٥٦٣	٠,١٩	١١٢٦	٠,١٢	٢,٠
١٠- الفيوم	٢٠٧	٣٠٠٢	١,٠٠	١٢٠٠٨	١,٢٣	٤,٠
١١- بنى سويف		٧١,١٧	٠,٠٢	٢٨٥	٠,٠٣	٤,٠
١٢- سوهاج		٠,٢٥	٠,٠	١	-	٤,٠
١٣- مطروح		١٠,٠٠	٠,٠	١٠	-	١,٠
إجمالي		٢٩٧٦٧١	١٠٠,٠	٩٧٢٥٠,٣	١٠٠,٠	٣,٢٧

المصدر: الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية، كتاب الإحصاءات السمكية السنوى، القاهرة، ٢٠١٥

- الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية، بيانات غير منشورة.

(٢-٢-٣) **المصايد البحرية:** تأتي المصايد البحرية كمصدر أساسى لتوريد الأسماك إلى السوق المحلية ليس بمنظور حجم الإنتاج منها فقط، بل أيضاً من منظور نوعيات وأصناف الأسماك المصيدة منها والمفضلة من قبل فئات كثيرة من المستهلكين بالسوق المحلية. ويعمل بالمصايد البحرية المصرية عدد من وحدات الصيد الآلية بلغ نحو ٤٩١٩ وحدة فى عام ٢٠١٥ بلغ إنتاجها ما يقرب من ١٠٣,٠ ألف طن من الأسماك خلال هذا العام، وبمتوسط إنتاجية بلغ نحو ٢٠,٩٣ طن/ للوحدة. وتتوزع هذه الوحدات بين مواقع الإنزال على طول المصايد البحرية المصرية، وعلى النحو المبين بالجدول رقم (٤-٥)، حيث تتباين أعداد هذه الوحدات، ووزنها النسبى فى إجمالى عدد وحدات الصيد بإختلاف المواقع حيث يتواجد العدد الأكبر منها فى موقع عزبة البرج (محافظه دمياط) ونسبة بلغت نحو ١٧,٤% ثم يليه فى ذلك وعلى الترتيب مواقع السويس، والغردقة، وبورسعيد، والمعدية وأبو قير ثم برج البرلس وينسب بلغت نحو ١٤,٢%، ١٣,٩%، ٩,٢٠%، ٧,١%، ٦,٨%، ٦,١%، ثم تأتى باقى المواقع الأخرى بالأعداد والنسب المبينه بالجدول المشار إليه.

ومع التباينات فى أعداد وحدات الصيد الآلية، وإنتاجية الوحدة منها باختلاف مواقع الإنزال تأتى أيضاً التباينات فيما بين هذه المواقع من حيث مساهمتها النسبية فى إجمالى الإنتاج من المصايد البحرية حيث يأتى موقع الغردقة فى المركز الأول بين هذه المواقع وبمساهمة نسبية بلغت نحو ١٦,٧% ثم يليه فى ذلك وعلى الترتيب كل من مواقع عزبة البرج، وبورسعيد، وبرج البرلس، والسويس، والمعدية وبمساهمة نسبية بلغت نحو ١٤,١%، ١٣,٢%، ١١,٦%، ١١,٣%، ٦,٦%، ثم تأتى المواقع الأخرى وبالمساهمات النسبية المبينة بالجدول سابق الذكر.

وبالنسبة لمتوسط إنتاجية وحدة الصيد الآلية خلال عام ٢٠١٥ فهى تتباين أيضاً باختلاف مواقع الإنزال، ويمدى يتراوح ما بين ٦,٣ طن/للوحدة عند الحد الأدنى للإنتاجية بموقع العريش إلى ٤٨,٥ طن/للوحدة عند الحد الأعلى للإنتاجية بموقع الطور، وذلك باستثناء موقع أبو قير الذى وصل فيه متوسط إنتاجية الوحدة نحو ١,٨ طن/للوحدة. وتأتى مواقع برج البرلس، وسفاجا، والقصير، وبورسعيد، وعلى الترتيب فى المراكز الأربع الأولى بعد موقع الطور، وبمتوسط إنتاجية بلغ نحو ٣٩,٧، ٣٢,٣، ٣٢,٠، ٣٠ طن/للوحدة، كما تأتى المواقع الأخرى فى المراكز التالية، وبمتوسطات الإنتاجية المبينة بالجدول رقم (٤-٥).

إن تقدير متوسط إنتاجية وحدة الصيد الآلية من أسماك البحار بحوالى ٢٠,٩٣ طن/للوحدة خلال عام ٢٠١٥، إنما يشير فى مضمونه إلى تقدير الحصة النسبية لوحدة الصيد فى إجمالى إنتاج المصايد البحرية من الأسماك بما نسبته ٠,٢٠% تقريباً على المستوى الكلى لهذا النشاط، بينما تختلف هذه النسبة باختلاف المواقع، حيث تتراوح ما بين ٠,١٠% عند حدها الأدنى فى مواقع محافظتى مطروح، والإسكندرية، ٠,٤٧% عند حدها الأعلى فى موقع الطور، وحيث تأتى الحصة النسبية لوحدة الصيد فى المراكز التالية لموقع الطور وبالنسب المشار إليها فى نفس الجدول سابق الذكر.

(٢-٢-٤) تسويق المنتج من الأسماك: مع انتهاء عمليات ومراحل الإنتاج وحصاد الأسماك يبدأ منتجى الأسماك فى تسويق إنتاجهم، وتوزيعه إلى أسواق الجملة، والتجزئة، وإلى المستهلك النهائى وبشكل مباشر فى بعض الحالات. ويغلب على منتجى الأسماك بنظم الاستزراع، والصيد من المصايد الطبيعية تسويق إنتاجهم على صورته الطازجة بعد تعبئتها فى طاولة خشبية تحتوى على قطع صغيرة من

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

جدول رقم (٤-٥) عدد وحدات الصيد الآلية المشتغلة بالمصايد البحرية، وإجمالي إنتاجها ومتوسط إنتاجيتها من الأسماك حسب مواقع الإنزال في عام ٢٠١٥

الموقع	عدد وحدات الصيد الآلية		الإنتاج		متوسط الإنتاجية طن/وحدة	حصة الوحدة في إجمالي الإنتاج (%)
	عدد	%	طن	%		
١- مطروح	٢٣	٠,٤	٢٨٥	٠,٣	١٢,٤٠	٠,٠١٢٠
٢- الإسكندرية والمكس	٢٥٩	٥,٣	٣٨٢٤	٣,٧	١٤,٨٠	٠,٠١٤٤
٣- أبو قير	٣٣٥	٦,٨	٥٩٧	٠,٦	١,٨	٠,٠٠١٧
٤- المعدية	٣٥٠	٧,١	٦٨٠٩	٦,٦	١٩,٥٠	٠,٠١٨٩
٥- رشيد	٢٣٠	٤,٧	٤٧٦٢	٤,٦	٢٠,٧	٠,٠٢٠١
٦- برج البرلس	٣٠٠	٦,١	١١٨٩٧	١١,٦	٣٩,٧	٠,٠٣٨٥
٧- عزبة البرج	٨٥٨	١٧,٤	١٤٤٧٤	١٤,١	١٦,٩	٠,٠١٦٤
٨- بورسعيد	٤٥٣	٩,٢	١٣٥٧٥	١٣,٢	٣٠,٠	٠,٠٢٩١
٩- العريش	٢٢٠	٤,٥	١٣٧٧	١,٣	٦,٣	٠,٠٠٦١
١٠- السويس						
٠ داخل خليج السويس	٥٧٩	١١,٨	٩٨٢٨	٩,٥	١٧,٠٠	٠,٠١٦٥
٠ خارج خليج السويس	١١٦	٢,٤	١٨٣٩	١,٨	١٥,٩٠	٠,٠١٥٤
١١- الغردقة	٦٨٢	١٣,٩	١٧٢٠٩	١٦,٧	٢٥,٢	٠,٠٢٤٥
١٢- سفاجا	٧٣	١,٥	٢٣٥٦	٢,٣	٣٢,٣	٠,٠٣١٤
١٣- القصير	١٧٩	٣,٦	٥٧٢٥	٥,٦	٣٢,٠٠	٠,٠٣١١
١٤- أبو رماد	١٠٦	٢,٢	٢٣٦٣	٢,٣	٢٢,٣	٠,٠٢١٧
١٥- ذهب	٤٩	١,٠	٨٢١	٠,٨	١٦,٨	٠,٠١٦٣
١٦- الطور	١٠٧	٢,٢	٥١٨٩	٥,٠	٤٨,٥٠	٠,٠٤٧١
الإجمالي	٤٩١٩	١٠٠	١٠٢٩٣٣	١٠٠,٠	٢٠,٩٣	٠,٠٢٠

المصدر: الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية، كتاب الإحصاءات السمكية السنوى، القاهرة، ٢٠١٥.

الثلج قد لا تمكن من تخفيض درجة الحرارة إلى المستوى اللازم للإبقاء على الأسماك في صورتها الطازجة لفترة طويلة، ومن ثم الحاجة إلى بيعها في نفس اليوم، وتخفيض ثمن الكميات المتبقية منها إلى اليوم التالي... وتدار عملية تسويق المنتج وتحديد السعر عبر أسواق الجملة المحكومة بعدد قليل من كبار تجار الجملة الذين يحددون سعر المنتج، وفقاً لظروف الطلب والعرض، حيث يباع غالبية الإنتاج إلى هؤلاء التجار من خلال المزادات العلنية... كما أن هناك من صغار المنتجين الذين يبيعون إنتاجهم إلى تجار التجزئة وأحياناً إلى المستهلك النهائي بشكل مباشر... ويغلب على منتجي الأسماك بيع أسماكهم إلى تاجر الجملة تسليم باب المزرعة، حيث يتولى الأخير نقل الأسماك إلى أسواق الجملة تمهيداً للنقل إلى أسواق التجزئة، أو نقلها مباشرة إلى تاجر التجزئة وذلك مقابل عمولة بواقع ٣% - ٦%

من قيمة المبيعات، تخصص من المنتج. وفى بعض الحالات قد يتفق تاجر الجملة مع المنتج على ترتيبات معينة لتسويق أسماكهم، وقد يتضمن ذلك تقديمه للقروض إلى المنتج. ويغلب نقل الأسماك الكبيرة مرتفعة القيمة من أصناف البلطى، والعائلى البورية إلى الأسواق الحضرية، بينما تباع الأسماك الصغيرة فى الريف أو فى الأحياء الحضرية الفقيرة بأسعار رخيصة، وحيث تباع الأسماك فى نفس اليوم أو فى اليوم التالى حيث تكون قريبة من الخاصية الطبيعية للأسماك الطازجة.^(١)

(٢-٣) أسواق الجملة: يتواجد فى عواصم محافظات الجمهورية وفى البعض من المدن الرئيسية بها أسواق جملة متخصصة فى تسويق الأسماك. ومن أهم هذه الأسواق سوق العبور بالقاهرة، وسوق كفر الشيخ فى دلتا النيل. كذلك هناك أسواق أصغر متنوعة منتشرة على امتداد البلاد. ويعد سوق العبور هو الأكبر وأهم أسواق السمك فى مصر حيث يتواجد به ثلاث صالات كبيرة للأسماك بها ٨٧ محل لتجارة الأسماك، وتقدر مبيعاتها اليومية من الأسماك بما يتراوح ما بين ١٠٠ - ١٥٠ طن، ويعقد بها مزادات يومية لبيع الأسماك بأنواعها المختلفة، وحيث تحدد الأسعار وتسجل على الموقع الإلكتروني للسوق، وبما لها من تأثير على أسعار الأسماك بالسوق، والتي يغلب على تجار الجملة استخدامها فى التفاوض مع منتجى الأسماك حول الأسعار وتسويق إنتاجهم من الأسماك.

(٢-٤) أسواق التجزئة: إلى جانب أسواق الجملة هناك العديد من منافذ التجزئة الأصغر والتي تتراوح ما بين المنافذ الرسمية الصغيرة، وتجار التجزئة على جانب الشوارع بالمدن والقرى، ويندر تواجد هذه المنافذ وتجارة التجزئة داخل أسواق منظمة، بل يغلب تواجدها بصورة منفردة أو فى تجمعات صغيرة، وحيث تحدد أسعار مشتريات هذه المنافذ من الأسماك فى أسواق الجملة أو من خلال تاجر الجملة، وعلى نحو ما سبق ذكره، بينما تتحدد أسعار مبيعاته إلى المستهلك النهائى وفقاً لقوة المساومة فيما بين البائع والمشتري وظروف الطلب والعرض بالسوق.

(٣) مؤشرات التركيز، وقوى السوق (أو الاحتكار) فى السوق المحلية:

(٣-١) فى مرحلة ما قبل الإنتاج: تضم هذه المرحلة كل من صناعة أعلاف الأسماك، وإنتاج زريعة وإصبيات الأسماك، والتي تعد المدخلات الأساسية للإنتاج السمكى بنظم الاستزراع المختلفة. ويمكن بيان تقدير مؤشرات التركيز وقوة السوق (الاحتكار) فى كل من هذه الصناعات على النحو الوارد فيما يلى:

(١) Ahmed Mohamed Nasr-Allah and other, price setting in markets for Egyptian farmed Fish, Aquaculture and Fishier science department, world fish, Abbess, Abou Hammad, sharkia, Egypt, [www://hrpub.org](http://hrpub.org).

(١-١-٣) في صناعة الأعلاف: في ضوء ما سبق ذكره عن أعداد مصانع إنتاج الأعلاف السمكية، وطاقتها الإنتاجية الفعلية، يمكن تقدير مؤشرات التركيز في هذه الصناعة، واستخلاص دلالاتها بالنسبة لتواجد قوه السوق أو الاحتكار في هذه الصناعة من عدمه، على نحو ما هو وارد بالجدول رقم (٤-٦)، والتي يمكن إيجازها في النقاط التالية:

- إن مؤشر نصيب الأربع، والثمان شركات في إجمالي سوق هذه الصناعة يشير إلى وجود التركيز بنسبة هامشية في هذه الصناعة، ومن ثم وجود المنافسة الكاملة في هذه السوق، فالشركات الحكومية المسجلة والتي بلغ تعدادها ٩ شركات تستحوذ على ١٠,٥% من حجم السوق، ومن ثم لم تصل إلى المستوى الأول للتركز أو المستوى الثاني منه، كما أن الخمسون مصنع الخاصة المسجلة والتي تستحوذ على ٧٠,٥% من حجم السوق تشير ضمناً إلى أن نصيب الأربع أو الثمان منشآت منها يبلغ وفي المتوسط ما نسبته ٥,٦٤% في حالة الأربع مصانع، وما نسبته ١١,٢٨% من حجم السوق في حالة الثمان مصانع، ومن ثم ابتعاد كلا الحالتين عن مستوى التركيز غير المرغوب.
- ومع ما يؤخذ على المؤشر السابق من مآخذ، وتفضيل مؤشر هيرفندل/هيرشمان لقياس درجة التركيز في الأسواق، فيأتي هذا المؤشر ليشير أيضاً إلى هامشية التركيز في صناعة أعلاف الأسماك، حيث تبلغ قيمته نحو ١٠٠,٠، وهي قيمة صغيرة قريبة من الصغر تعبر عن وجود حالة المنافسة الكاملة في هذه الصناعة.
- كذلك أيضاً يأتي مؤشر معامل جيني للتركز ليستخلص نفس النتائج التي استخلصت من المؤشر الأول، والثاني حيث تبلغ قيمته نحو ٠,٢٨ (٢٨%) وهي قيمة أقل وبكثير عن المستوى الذي يعبر عن هامشية التركيز ووجود حالة المنافسة الكاملة في سوق هذه الصناعة، والتي تتفق أغلب الدراسات بتقديره بقيمة ٠,٤ (٤٠%).

هذا ومع ما يستخلص من المؤشرات الثلاث السابقة من هامشية التركيز ووجود المنافسة الكاملة داخل هذه الصناعة، هناك أيضاً، ما سبق ذكره، من دخول منتجي الأسماك أنفسهم في تصنيع احتياجاتهم منها من خلال شراء مكوناتها، وتأجير المصانع لتصنيعها بغرض خفض التكلفة، وبما لذلك من دلالات أيضاً على وجود التنافسية في هذه الصناعة.

جدول رقم (٤-٦-١) عدد مصانع أعلاف الأسماك، وإنتاجها وإنتاجيتها من الأعلاف في عام ٢٠١٢

البيان	عدد المصانع		الإنتاج		متوسط الإنتاجية (طن/مصنع)	حصة المصنع في الإنتاج (%)
	عدد	%	ألف طن	%		
١-مصانع خاصة غير مسجلة	٥٠	٤٥,٩	١٨٠	١٨,٩٥	٣,٦	٠,٣٧٩
٢-مصانع حكومية مسجلة	٩	٨,٢	١٠٠	١٠,٥٢	١١,١	١,١٦٨
٣-مصانع خاصة مسجلة	٥٠	٤٥,٩	٦٧٠	٧٠,٥٣	١٣,٤	١,٤١١
الإجمالي	١٠٩	١٠٠,٠	٩٥٠	١٠٠,٠	٨,٧٢	

Abdel – Fattah M.Elsayed, value chin analysis, opcit, pp 20-21.

المصدر:

جدول رقم (٤-٦-٢) مؤشرات التركيز في صناعة أعلاف الأسماك لعام ٢٠١٢

البيان	مقياس هرفندل/هيرشمان	مقياس جيني			
		عدد المصانع	عدد الإنتاج	ك-ك	مدخلات حساب معامل جيني
١-مصانع خاصة غير مسجلة	١٨,٩٥	٤٥,٩	١٨,٩٥	٤٥,٩	٤٣٤,٩٠٣
٢-مصانع حكومية مسجلة	١٠,٥١	٥٤,١	٢٩,٤٧	٨,٢	١٩٨,٥٢٢
٣-مصانع خاصة مسجلة	٧٠,٥٥	١٠٠,٠	١٠٠	٤٥,٩	٢٩٧١,٣٦
الإجمالي	١٠٠,٠				٣٦٠٤,٧٦

معامل جيني للتركز = $٣٦٠٤,٨ - ٥٠٠٠ = ١٣٩٥,٢ \div ٥٠٠٠ = ٠,٢٧٩$

(٢-١-٣) في صناعة إنتاج زريعة وإصبعيات الأسماك وتجميعها : يتواجد في هذه الصناعة عدد (١٢٧) مفرخ ومحطة تجميع لإنتاج وتجميع زريعة وإصبعيات الأسماك وبطاقة إنتاجية بلغت نحو ٤٧٠,٧٠ مليون وحدة وبمتوسط إنتاجية بلغ نحو ٣,٥٨ مليون وحدة/للمفرخ. ويمكن تقدير مؤشرات التركيز في هذه الصناعة، واستخلاص دلالاتها على نحو ما هو وارد بالجدول رقم (٤-٧)، وما يمكن إيجازه في النقاط الثلاث التالية:

- يشير مؤشر إنتاجية المفرخات الأعلى إنتاجية، أن الأربع مفرخات الأولى منها تستحوذ على ٣٧,٨٣% من السوق، كما تستحوذ الثمان مصانع الأولى على نسبة ٦٠,٧٣% منها، وبما يعنى عدم وصولهما إلى مستويات التركيز غير المرغوبة (٥٠%, ٧٠%) ومن ثم وجود المنافسة الكاملة داخل هذه الصناعة.

- كما يستخلص نفس النتيجة السابقة مع مؤشر هيرشمان والذي تقدر قيمته بحوالى ٥٥٠,٨٩، وهى قيمة صغيرة قريبة من مستوى التركيز الذى ينفى وجود حالة التركيز غير المرغوب فيه (أقل من ١٥٠٠)، ومن ثم وجود حالة المنافسة الكاملة فى هذه الصناعة.
- يأتى معامل جينى ليشير إلى نتائج عكسية للنتائج المستخلصة من كلا المؤشرين السابقين حيث تبلغ قيمته ٠,٧٢ (٧٢%) تقريباً، وبما لذلك من دلالة على وجود التركيز بدرجة كبيرة غير مرغوبة قد تتطوى على وجود قوه السوق، والقوه الاحتكارية فى هذه الصناعة.

ومع ما قد يوجد من تناقض بين الدلالات المستخلصة من المؤشرات الثلاث السابقة، ومع فرضية وجود التركيز بمستوى مرتفع فى هذه الصناعة، فإن النتائج المستخلصة من الدراسات السابقة والتي تتضمن نمو الإنتاج من الزريعة وإصبعيات الأسماك بمعدلات تساير الطلب عليها من قبل مزارع الأسماك، وانخفاض أسعارها (وعلى نحو ما سبق ذكره)، فإن مثل هذه النتائج قد تنفى الممارسات الاحتكارية داخل هذه الصناعة.

(٢-٣) **فى سوق المنتج :** يتضمن سوق المنتج نماذج مختلفة من وحدات الإنتاج حيث هناك الاستزراع السمكى بنماذجه المختلفة، كما أن هناك الإنتاج من المصايد الطبيعية البحرية والداخلية. وبغرض الكشف عن ما قد يوجد من ممارسات احتكارية (من عدمه) فى هذه السوق، تستند الدراسة فى ذلك على نموذج الاستزراع السمكى الحقلى، باعتباره يمثل المركز الأول من حيث المساهمة فى الإنتاج، كما تعتمد فى ذلك أيضاً على نموذج الصيد من المياه البحرية، ليس لكونه مصدراً رئيسياً للإنتاج فقط، بل أيضاً لنوعية وأصناف الأسماك المنتجة منه. ويمكن تقدير مؤشرات التركيز واستخلاص دلالاتها فى كلا النموذجين على نحو ما هو وارد بالجداول رقم (٤-٨)، (٤-٩) وما يمكن إيجازه فيما يلى:

(١-٢-٣) **فى الاستزراع الحقلى للأسماك:** سبق للدراسة تناول الاستزراع الحقلى للأسماك ومساهمته فى الإنتاج بمنظور المساحة المستزرعة نظراً لغياب الإحصاءات المسجلة حول أعداد المزارع المشتغلة فى هذا النشاط. ولما كان منتجى الأسماك هم متخذى القرار فى توجيه الإنتاج، تناولت الدراسة تقدير مؤشرات التركيز لعينة من المحافظات والتي أمكن تجميع عدد المزارع بها، والتي وصل إنتاجها إلى ما يمثل نحو ٨٧,٤% من إجمالى إنتاج الاستزراع الحقلى فى عام ٢٠١٥، حيث يتضمن الجدول رقم (٨-٤) تقدير هذه المؤشرات والتي يمكن بيان دلالاتها فى النقاط التالية:

جدول رقم (٤-٧-١) عدد مفرخات ومراكز تجميع الزريعة وإنتاجها من الزريعة والإصبعيات خلال عام ٢٠١٥

مسلسل	عدد المفرخات		إنتاج		متوسط الإنتاجية مليون وحدة/مفرخ	حصة المفرخ فى السوق (%)
	عدد	%	مليون وحدة	%		
١	١١١	٨٧,٤	٨٦,٠٠	١٨,٢٧	٠,٧٧٥	٠,١٦٥
٢	٢	١,٥٧	١١,٠	٢,٣٤	٥,٥٠٠	١,١٦٩
٣	١	٠,٧٩	٨,٩٤	١,٩٠	٨,٩٤	١,٨٩٩
٤	١	٠,٧٩	١٢,٨٠	٢,٧٢	١٢,٨٠	٢,٧٢٠
٥	١	٠,٧٩	١٥,٣٥	٣,٢٦	١٥,٣٥	٣,٢٦١
٦	١	٠,٧٩	٢٠,٠	٤,٢٥	٢٠,٠	٤,٢٤٩
٧	١	٠,٧٩	٢١,٣٩	٤,٥٤	٢١,٣٩	٤,٥٤٤
٨	١	٠,٧٩	٢١,٥٤	٤,٥٨	٢١,٥٤	٤,٥٧٦
٩	١	٠,٧٩	٢٣,٧٠٠	٥,٠٤	٢٣,٧٠٠	٥,٠٣٥
١٠	١	٠,٧٩	٢٤,٩٠	٥,٢٩	٢٤,٩٠	٥,٢٩٠
١١	١	٠,٧٩	٢٦,٠	٥,٥٢	٢٦,٠	٥,٥٢٤
١٢	١	٠,٧٩	٢٨,٥٦	٦,٠٧	٢٨,٥٦	٦,٠٦٨
١٣	١	٠,٧٩	٣٣,١٠٠	٧,٠٣	٣٣,١٠	٧,٠٣٣
١٤	١	٠,٧٩	٣٤,٧٤	٧,٣٨	٣٤,٧٤	٧,٨١
١٥	١	٠,٧٩	٤٧,٣٥	١٠,٠٦	٤٧,٣٥	١٠,٠٦٠
١٦	١	٠,٧٩	٥٥,٣٠	١١,٧٥	٥٥,٣٠	١١,٧٤٩
جملة	١٢٧	١٠٠,٠	٤٧٠,٦٧	١٠٠,٠	٣,٧٠٦	

المصدر: الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية، كتاب الإحصاءات السمكية السنوى، القاهرة، ٢٠١٥.

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

جدول رقم (٤-٧-٢) مقياس هيرشمان، ومعامل جيني للتركز في صناعة إنتاج وتجميع زريعة وإصبعيات الأسماك خلال عام ٢٠١٥

مقاييس هرفندل/ هيرشمان	مقياس جيني				مقاييس هرفندل/ هيرشمان	مسلسل
	الأوزان التراكمية %	ك-ك-١	ك+ك-١	مدخلات		
		عدد المصانع	عدد المصانع			
١	٨٧,٤	١٨,٢٧	٨٧,٤	١٨,٢٧	٧٩٨,٣٩٩	١
٢	٨٨,٩٧	٢٠,٦١	١,٥٧	٣٨,٨٨	٣٠,٥٢١	٢
٣	٨٩,٧٦	٢٢,٥١	٠,٧٩	٤٣,١٢	١٧,٠٣٢	٣
٤	٩٠,٥٥	٢٥,٢٣	٠,٧٩	٤٧,٧٤	١٨,٨٥٧	٤
٥	٩١,٣٤	٢٨,٤٩	٠,٧٩	٥٣,٧٢	٢١,٢١٩	٥
٦	٩٢,١٣	٣٢,٧٤	٠,٧٩	٦١,٢٣	٢٤,١٨٦	٦
٧	٩٢,٩٢	٣٧,٢٨	٠,٧٩	٧٠,٠٢	٢٧,٦٥٨	٧
٨	٩٣,٧١	٤١,٨٦	٠,٧٩	٧٩,١٤	٣١,٢٦٠	٨
٩	٩٤,٥٠	٤٦,٩٠	٠,٧٩	٨٨,٧٦	٣٥,٠٦٠	٩
١٠	٩٥,٢٩	٥٢,١٩	٠,٧٩	٩٩,٠٩	٣٩,١٤١	١٠
١١	٩٦,٠٨	٥٧,٧١	٠,٧٩	١٠٩,٩	٤٣,٤١١	١١
١٢	٩٦,٨٧	٦٣,٧٨	٠,٧٩	١٢١,٤٩	٤٧,٩٨٩	١٢
١٣	٩٧,٦٦	٧٠,٨١	٠,٧٩	١٣٤,٥٩	٥٣,١٦٣	١٣
١٤	٩٨,٤٥	٧٨,١٩	٠,٧٩	١٤٩,٠	٥٨,٨٥٥	١٤
١٥	٩٩,٢٤	٨٨,٢٥	٠,٧٩	١٦٦,٤٤	٦٥,٧٤٤	١٥
١٦	١٠٠,٠٠	١٠٠,٠٠	٠,٧٩	١٨٨,٢٥	٧٤,٥٨	١٦
٥٥٠,٨٩					١٣٨٧,٨٥٣	جملة

المصدر: حسب من الجدول رقم (٧-١)

• معامل جيني = $١٣٨٨ - ٥٠٠٠ \div ٣٦١٢ = ٠,٧٢٢٤ = ٧٢,٢٤\%$

- وجود بضعة مئات من المزارع (١٢٧٤ مزرعة في محافظتي كفر الشيخ وبورسعيد) والتي تستحوذ على ما يقرب من ٨٢% من الإنتاج، وهو ما يشير ضمناً إلى صغر نسبة استحواد المزرعة منها (وفي المتوسط)، ومن ثم عدم الوصول إلى مستوى التركيز غير المرغوب في حالة الأربع أو الثمان منشآت (٧٠%)، وبالتبعية غياب التركيز وقوى السوق، والاحتكار، داخل نظام الاستزراع الحقلى للأسماء.
- يمكن استخلاص نفس النتيجة السابقة مع تطبيق مؤشر هيرشمان حيث تقدر قيمته بما يقرب من ٦,٥١، وهى قيمة صغيرة تقترب من الصفر، وبما يعكس حالة المنافسة الكاملة داخل هذه الصناعة.
- وهنا أيضاً يأتي مقياس جينى للتركز ليعكس وجود التركيز غير المرغوب والذي يحتمل معه وجود المنافسة الاحتكارية أو إحتكار القلة حيث تقدر قيمة هذا المقياس بحوالى ٠,٦٠ وهنا يجدر بالدراسة الحالية، وفي ظل فرضية وجود حالة التركيز فى هذا النظام للاستزراع السمكى، التساؤل عن ما إذا كان مثل هذا التركيز يدفع منتجى الأسماء أصحاب هذه المزارع إلى الممارسة الإحتكارية؟ إن الإجابة على هذا التساؤل قد تأتى من قبل الدراسة الحالية أيضاً بالنفى، إذ أن وجود الاحتكار بما قد ينطوى عليه من تحكم المنتج فى المعروض من الأسماء خارج المزرعة، ومن ثم تحمل المزرعة إلى تكاليف إضافية مقابل التغذية وغيرها من المصروفات وبما يتنافى مع الاقتصاديات الصحيحة للإنتاج ٠٠٠ أضف إلى ذلك أيضاً أن نظام تسويق إنتاج هذه المزارع يقع فى دائرة تحكم كبار تجار الجملة، وبنظام المزايدات العلنية ومن ثم ضعف تأثير مواقف المنتج الزراعى.

(٢-٢-٣) فى المصايد البحرية: إن وجود ما يقرب من ٤,٩ ألف وحدة صيد آلية تشارك فى نشاط الصيد البحرى، مع إنتاج ما يوازى ١٢,١% من الإنتاج السمكى بنظام الاستزراع قد يكون خير مؤشر للدلالة على عدم تواجد تركيز فى صناعة الصيد البحرى، وقد يعكس ذلك تقدير مؤشرات التركيز فى هذه الصناعة والواردة بالجدول رقم (٩-٤)، وما لها من دلالات يمكن إيجازها فى النقاط التالية:

- إن وجود ما يقرب من ٤٠٧ وحدة صيد آلية (فى الطور، وبرج البرلس)، والتي تعد من أعلى وحدات الصيد إنتاجية، وتستحوذ على ما يقرب من ١٦,٦% من الإنتاج فى هذا النشاط، فيه من الدلالة على صغر نصيب الوحدة منها (وفي المتوسط) من السوق، وعدم وصولها إلى المستوى غير المرغوب من التركيز، وبفارق كبير، فى حالة المنشآت الأربع أو الثمان الكبيرة (٥٠%)، (٧٠%)، وبما لذلك من دلالات على وجود المنافسة الكاملة فى هذا النشاط .

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

جدول رقم (٤-٨-١) أعداد المزارع الحقلية للأسماك في محافظات الإسكندرية، والبحيرة، وكفر الشيخ، والإسماعيلية، ودمياط، وبورسعيد، والسويس، والفيوم وإنتاجها من الأسماك في عام ٢٠١٥

المحافظة	عدد المزارع		الإنتاج		متوسط الإنتاجية طن/مزرعة	حصة المزرعة في الإنتاج (%)
	عدد	%	طن	%		
١- الإسكندرية	٨٥١	١٩,٧٩	٤٧٨٢	٠,٥٦	٥,٦٢	٠,٠٠٠٧
٢- السويس	٣٢	٠,٧٤	١١٢٦	٠,١٣	٣٥,١٩	٠,٠٠٤١
٣- الفيوم	٢٠٧	٤,٨١	١٢٠٠٨	١,٤١	٥٨,٠١	٠,٠٠٦٨
٤- دمياط	١٢٦١	٢٩,٣٢	٧٤٤٢٠	٨,٧٥	٥٩,٠٢	٠,٠٠٦٩
٥- البحيرة	٦٤٢	١٤,٩٣	٥٠٣٠٩	٥,٩٢	٧٨,٣٦	٠,٠٠٩٢
٦- الإسماعيلية	٣٤	٠,٧٩	٩٧٥١	١,١٥	٢٨٦,٧٩	٠,٠٣٣٧
٧- كفر الشيخ	١١٠٠	٢٥,٥٨	٤٩٥٤٢٠	٥٨,٢٨	٤٥٠,٣٨	٠,٠٥٣٠
٨- بورسعيد	١٧٤	٤,٠٥	٢٠٢٣١٩	٢٣,٧٩	١١٦٢,٧٥	٠,١٣٦٨
إجمالي	٤٣٠١	١٠٠,٠٠	٨٥٠١٣٥	١٠٠,٠٠	١٩٧,٦٦	

المصدر: الجدول رقم (٤) بالدراسة .

جدول رقم (٤-٨-٢) مؤشرات التركيز في مزارع الاستزراع الحقلية لعام ٢٠١٥

المحافظة	مقياس هرفندل/ هيرشمان	مقياس جيني				مدخلات حساب معامل جيني
		الأوزان التراكمية %	ك-ك-١	ك+ك-١	عدد المزارع	الإنتاج
		عدد المزارع	الإنتاج	عدد المزارع	الإنتاج	جيني
١- الإسكندرية	٠,٠٠٠٤	١٩,٧٩	٠,٥٦	١٩,٧٩	٠,٥٦	٥,٥٤١
٢- السويس	٠,٠٠٠٥	٢٠,٥٣	٠,٦٩	٠,٧٤	١,٢٥	٠,٤٦٣
٣- الفيوم	٠,٠٠٩٦	٢٥,٣٤	٢,١٠	٤,٨١	٢,٧٩	٦,٧١٠
٤- دمياط	٠,٠٦٠٠	٥٤,٦٦	١٠,٨٥	٢٩,٣٢	١٢,٩٥	١٨٩,٨٤٧
٥- البحيرة	٠,٠٥٤٣	٦٩,٥٩	١٦,٧٧	١٤,٩٣	٢٧,٦٢	٢٠٦,١٨٣
٦- الإسماعيلية	٠,٠٣٨٦	٧٠,٣٨	١٧,٩٢	٠,٧٩	٣٤,٦٩	١٣,٧٠٣
٧- كفر الشيخ	٣,٠٨٩٩	٩٥,٩٦	٧٦,٢	٢٥,٥٨	٩٤,٢١	١٢٠٣,٧٩٥
٨- بورسعيد	٣,٢٥٦٣	١٠٠,٠٠	١٠٠,٠٠	٤,٠٥	١٧٦,٢	٣٥٦,٨٠٥
جملة	٦,٥١					١٩٨٣,٠٤٧

معامل جيني = $١٩٨٣,٠ - ٥٠٠٠ = ١٩٨٣,٠ \div ٣٠١٧ = ٥٠٠٠ \div ٠,٦٠٣٤ = ٠,٦٠٣٤ = ٦٠,٣٤\%$

- تخلص قياسات مؤشر هيرشمان إلى نفس النتيجة السابقة حيث تقدر قيمته بحوالى ٢,٥ وهى قيمة صغيرة قريبة من الصفر، وبمالها من دلالة على وجود المنافسة الكاملة فى هذه الصناعة.
 - كما تأتى تقديرات معامل جينى للتركز فى هذه الصناعة لتشير أيضاً إلى وجود التنافسية فى هذه الصناعة، حيث بلغت قيمة هذا المعامل نحو ٠,٢٥ (٢٥%) وهى قيمة صغيرة بعيدة عن المستوى الأول للتركز غير المرغوب فى الصناعة (أكبر من ٤٠%).
- وأخيراً وإذا كانت المؤشرات المشار إليها تتفى وجود التركيز غير المرغوب فى هذه الصناعة، ومن ثم غياب قوة السوق والاحتكار بها، فإن نظم تسويق الإنتاج بها تحول دون ممارسة المنتج لأعمال احتكارية.

(٣-٣) فى سوق الجملة: إذا كانت دراسات سابقة لنظم تسويق وتحديد أسعار الأسماك تشير إلى إدارة عملية تسويق المنتج من الأسماك وتحديد أسعارها عبر أسواق الجملة والمحكومة بعد قليل من كبار تجار الجملة، فإن فى ذلك إشارة إلى وجود التركيز فى أسواق الجملة، على الرغم من تعذر قياس ذلك من خلال المؤشرات المشار إليها من قبل لغياب الإحصاءات الخاصة بأعداد تجار الجملة وحجم تعاملاتهم فى هذه الأسواق ... ومع ذلك فقد يمكن الكشف عن وجود الممارسات الاحتكارية فى هذه الأسواق من عدمه من خلال دراسة الاتجاهات السعرية وانتقال ونفاذ الأسعار من سوق إلى آخر داخل القناة التسويقية خلال فترة تمتد إلى ٤٨ شهراً للسنوات (٢٠١٣-٢٠١٦)، وبالاسترشاد بأسعار كل من أسماك البلطى، والبياض (والتي تتوافر عنها البيانات السعرية)، باعتبارها تمثل المكون الأول فى أصناف الأسماك المتداولة فى السوق المحلية، ومن ثم القيادة السعرية فى هذه السوق، وذلك على النحو الوارد فى النقاط التالية:

- مع وجود التغيرات السعرية فى أسواق كل من المنتج، والجملة، والمستهلك للأسماك، جاءت التغيرات السعرية فى سوق الجملة لتعكس تغيرات تراكمية سالبة (انخفاض) مع نهاية العام الأول (٢٠١٣) للفترة المشار إليها بلغت نحو (٨,٣٢%) بالقياس إلى يناير من نفس العام. وفى مقابل ذلك وخلال نفس العام جاءت التغيرات السعرية فى سوق المنتج لتعكس تغيرات تراكمية سالبة بلغت ما نسبته ١٤,٥٢% فى نهاية العام بالقياس إلى يناير من نفس العام، وهو ما يعنى نفاذ التغيرات السعرية فى سوق المنتج إلى سوق الجملة بنسبة ٥٧,٣% $(٨,٣٢ \div ١٤,٥٢)$. كما جاءت التغيرات السعرية التراكمية فى أسواق الجملة لتصل إلى نحو ١٢,٨٣% فى نهاية العام الثانى، ثم إلى ١٩,٨٩% فى نهاية العام الثالث ثم إلى ٣٩,٢٨% فى نهاية العام الرابع، وذلك مقابل تغيرات سعرية تراكمية فى سوق المنتج بلغت ما نسبته ٧,٦٤%، ١٤,٧٣%، ٢٥,٦٠% فى نهاية كل من العام الثانى، والثالث والرابع على الترتيب جدول رقم (٤-١٠)، وهو

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

ما يعنى نفاذ التغيرات السعرية فى سوق المنتج إلى سوق الجملة بمعدل بلغ نحو ١٦٨% (١٢,٨٣ ÷ ٧,٦٤) على إمتداد العام الأول، والثانى، وبمعدل بلغ نحو ١٣٥% (١٩,٨٩ ÷ ١٤,٧٣) على إمتداد الأعوام الثلاث الأولى، ثم بمعدل بلغ نحو ١٥٣,٤% (٣٩,٢٨ ÷ ٢٥,٦٠) على إمتداد فترة الأربع سنوات، وبما قد يكون لذلك من دلالة على وجود سمة قوة السوق ومن ثم القوى الاحتكارية داخل سوق الجملة لأسماك البلطى.

جدول رقم (٩-٤) مؤشرات التركيز فى صناعة الصيد البحرى فى عام ٢٠١٥

الموقع	مقياس هرفندل/ هيرشمان	مقياس جينى			
		الأوزان التراكمية %	ك-ك-١	ك+ك-١	مدخلات حساب معامل جينى
		وحدات صيد	إنتاج	وحدات صيد	إنتاج
١- أبو قير	٠,٠٠١٠	٦,٨	٠,٦	٦,٨	٠,٦
٢- العريش	٠,٠٠٨٢	١١,٣	١,٩	٤,٥	٢,٥
٣- مطروح	٠,٠٠٣٣	١١,٧	٢,٢	٠,٤	٤,١
٤- الإسكندرية	٠,٠٥٣٧	١٧,٠	٥,٩	٥,٣	٨,١
٥- السويس/خارج الخليج	٠,٠٢٧٥	١٩,٤	٧,٧	٢,٤	١٣,٦
٦- ذهب	٠,٠١٣٠	٢٠,٤	٨,٥	١,٠	١٦,٢
٧- عزبة البرج	٠,٢٣٠٨	٣٧,٨	٢٢,٦	١٧,٤	٣١,١
٨- السويس/داخل الخليج	٠,١٥٧٦	٤٩,٦	٣٢,١	١١,٨	٥٤,٧
٩- المعديّة	٠,١٢٥٠	٥٦,٧	٣٨,٧	٧,١	٧٠,٨
١٠- رشيد	٠,٠٩٢٩	٦١,٤	٤٣,٣	٤,٧	٨٢,٠
١١- أبو رماد	٠,٠٤٩٩	٦٣,٦	٤٥,٦	٢,٢	٨٨,٩
١٢- الغردقة	٠,٤٠٩٤	٧٧,٥	٦٢,٣	١٣,٩	١٠٧,٩
١٣- بورسعيد	٠,٣٨٣٦	٨٦,٧	٧٥,٥	٩,٢	١٣٧,٨
١٤- القصير	٠,١٧٣١	٩٠,٣	٨١,١	٣,٦	١٥٦,٦
١٥- سفاجا	٠,٠٧٢٠	٩١,٨	٨٣,٤	١,٥٠	١٦٤,٥
١٦- برج البرلس	٠,٤٤٤٧	٩٧,٩	٩٥,٠	٦,١	١٧٨,٤
١٧- الطور	٠,٢٣٧٤	١٠٠,٠	١٠٠,٠	٢,٢	١٩٥,٠
جملة	٢,٤٨٣١				

المصدر: حسب من الجدول رقم (٤-٥) بالدراسة.

معامل جينى = $٠,٢٥٢٦ = ١٢٦٣ - ٣٧٣٧ \div ٥٠٠٠ = ٠,٢٥٢٦ = ٢٥,٢٦\%$

- كما تأتى التغيرات السعرية لأسماك البياض فى كل من سوق المنتج، والجملة للدلالة على نفس النتيجة السابقة، حيث تسجل التغيرات السعرية لهذه الأسماك فى سوق الجملة تغيرات تراكمية بلغت ما نسبته ٣١,٠٥%، ١٤,٧٠%، ٢٩,٦١%، ٤٨,٣١% فى نهاية كل من السنوات الأربع على الترتيب، بينما بلغت التغيرات السعرية لنفس الأسماك فى سوق المنتج ما نسبته ١٩,٣٧%، ١٠,٩٤%، ١٦,٦٣%، ٣٥,٤٧% فى نهاية كل من السنوات الأربع على التوالى، وبما يعنى نفاذ التغيرات السعرية فى سوق المنتج إلى سوق الجملة بنسبة بلغت نحو ١٦٠,٣% فى نهاية العام الأول ثم بنسبة ١٣٤,٤% على إمتداد العام الأول والثانى معاً ثم بنسبة ١٧٨,١% على إمتداد العوام الثلاث الأولى، ثم بنسبة ١٣٦,٢% على إمتداد فترة الأربع سنوات، وهو ما له دلالتة على تواجد سمة قوة السوق، ومن ثم القوى الاحتكارية داخل سوق الجملة لهذه النوعية من الأسماك، وإن كانت تبدو بدرجة أقل عنه فى سوق الجملة لأسواق البلطى.

(٤/٣) فى سوق التجزئة (المستهلك) : تأتى التغيرات السعرية التراكمية لأسعار كل من أسماك البلطى، والبياض فى أسواق التجزئة على إمتداد فترة الأربع سنوات المشار إليها، لتعبر عن معدل نفاذ التغيرات السعرية فى أسواق الجملة إلى أسواق التجزئة لهذه الأسماك، وما لهذه المعدلات من دلالات، وذلك على النحو الوارد فيما يلى:

- سجلت التغيرات السعرية التراكمية لأسماك البلطى فى أسواق التجزئة خلال هذه الفترة ما نسبته ٢٦,١٠%، ٢٠,٩٢%، ٢٦,٥٥%، ٤٢,٠١% مع نهاية كل من العام الأول، والثانى، والثالث، والرابع على الترتيب. وذلك مقابل التغيرات السعرية التراكمية لهذه الأسماك فى أسواق الجملة والمشار إليها من قبل، وبما يشير إلى نفاذ التغيرات السعرية فى سوق الجملة إلى أسواق التجزئة لهذه الأسماك بنسبة موجبة كبيرة فى نهاية العام الأول، مقابل نسبة الانخفاض فى أسعارها فى سوق الجملة، ثم نفاذها بنسبة بلغت نحو ١٦٣,١% على إمتداد العام الأول، والثانى معاً ثم بنسبة ١٣٣,٥% على إمتداد الأعوام الثلاث الأولى معاً ثم بنسبة ١٠٧,٠% على إمتداد فترة الأربع سنوات المشار إليها.

- كما تسجل التغيرات السعرية التراكمية لأسماك البياض فى أسواق التجزئة ما نسبته ٢٨,٨٠%، ١٣,٦٤%، ٢٩,٧٢%، ٤٤,٠٤% مع نهاية كل من السنوات الأربع المشار إليها، مقابل التغيرات السعرية التراكمية لنفس الأسماك فى أسواق الجملة والمشار إليها من قبل. وبما يعكس نفاذ التغيرات السعرية فى أسواق الجملة لهذه الأسماك إلى أسواق التجزئة بمعدلات بلغت نحو ٩٢,٨% مع نهاية العام الأول، ثم بمعدل بلغ نحو ٩٢,٨% على إمتداد العام الأول، والثانى معاً

ثم بمعدل بلغ نحو ١٠٠% على إمتداد الأعوام الثلاث الأولى، ثم بمعدل ٩١,٢% على إمتداد فترة الأربع سنوات .

هذا وإذا كان في المؤشرات السابقة ما يشير إلى وجود سمة قوة السوق ومن ثم القوة الاحتكارية في سوق التجزئة لأسماء البلطي في السنوات الثلاث الأولى من هذه الفترة فإن العام الرابع والأخيرة يأتي لينفي وجود هذه السمة تقريباً، كما تأتي مؤشرات سوق التجزئة لتنفي وجود هذه السمة على طول سنوات هذه الفترة، مما يمكن الادعاء معه بنفي هذه السمة في أسواق التجزئة للأسماء وبشكل عام خلال هذه الفترة.

(٤) الاستخلاصات والتوصيات :

يمكن للدراسة، وفي ضوء ما سبق ذكره من مؤشرات، أن تخلص إلى عدم تواجد سمة قوة السوق، ومن ثم القوى الاحتكارية على طول سلسلة المسار التسويقي للإنتاج باستثناء تجارة سوق الجملة، حيث وجود هذه السمة، والتي قد تطرح بدورها التساؤل عن المستفيد من هذه السمة؟.. وتأتي إجابة الدراسة على هذا التساؤل لتستخلص أن المستفيد الأول هما المنتج، وتاجر الجملة بدلالة اتجاهات نسبة كل من أسعار المنتج، والجملة في سعر المستهلك، حيث ازدادت نسبة السعر الأول (المنتج) من نحو ٧١,٨٠% من سعر المستهلك في عام ٢٠١٣ لتصل إلى ما نسبته ٧٤,٨٠% من سعر المستهلك في عام ٢٠١٦، كما ازدادت نسبة سعر الجملة من ٧٣,٣% من سعر المستهلك في عام ٢٠١٣ لتصل إلى نحو ٧٦,٩٠% من سعر المستهلك في عام ٢٠١٦، وذلك على حساب كل من الوسطاء والمشتغلين في هذا النشاط حيث انخفاض الهوامش التسويقية في المرحلة ما بين المنتج، والمستهلك من ٢٨,٢% من سعر المستهلك لتصل إلى نحو ٢٥,٢% من سعر المستهلك في عام ٢٠١٦. ومن ثم تأتي التوصيات بأهمية تطوير التعامل في أسواق الجملة، وعلى نحو يحقق شفافية المزادات العلنية لبيع الأسماك إلى كبار التجار - وقد يكون من العوامل المساعدة على ذلك توفير مصادر الإئتمان اللازمة لتمويل نشاط منتجي الأسماك لتجنبهم الوقوع تحت ضغوط كبار التجار، وقد يكون خلق قنوات إتصال جديدة ما بين المنتج، وتاجر التجزئة (ودون المرور بسوق الجملة) من بين تطوير التعامل في هذه الأسواق.

سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم (٢٩٨) - معهد التخطيط القومي

جدول رقم (٤-١٠-١) التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار المنتج لأسماك البلطي خلال السنوات (٢٠١٦-٢٠١٣)
(%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦	
	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي
١- يناير	-	٠,٠	٣٥,٧٥	١٦,٠٤	٥,٥٠	١٣,٥٦	٣,٩٦	١٩,٢٧
٢- فبراير	٠,٠	٠,٠	٠,٠	١٦,٠٤	٠,٠	١٣,٥٦	٠,٠	١٩,٢٧
٣- مارس	٠,٠	٠,٠	٠,٠	١٦,٠٤	٠,٠	١٣,٥٦	٠,٠	١٩,٢٧
٤- إبريل	٢,٦١	٢,٦١	٤,١٥	٢١,٠٦	٨,٠٦	٢٢,٧١	٦,٢٩	٢٦,٧٧
٥- مايو	٠,٠	٢,٦١	٠,٠	٢١,٠٦	٠,٠	٢٢,٧١	٠,٠	٢٦,٧٧
٦- يونيو	٠,٠	٢,٦١	٠,٠	٢١,٠٦	٠,٠	٢٢,٧١	٠,٠	٢٦,٧٧
٧- يوليو	١٠,٦٠	١٣,٤٩	(٣,٢٤)	١٧,١٤	٧,٨٥	٣٢,٣٥	(٦,٣٥)	١٨,٧٢
٨- أغسطس	٠,٠	١٣,٤٩	٠,٠	١٧,١٤	٠,٠	٣٢,٣٥	٠,٠	١٨,٧٢
٩- سبتمبر	٠,٠	١٣,٤٩	٠,٠	١٧,١٤	٠,٠	٣٢,٣٥	٠,٠	١٨,٧٢
١٠- أكتوبر	(٢٤,٦٨)	(١٤,٥٢)	(٨,١١)	٧,٦٤	(١٣,٣١)	١٤,٧٣	٥,٨	٢٥,٦٠
١١- نوفمبر	٠,٠	(١٤,٥٢)	٠,٠	٧,٦٤	٠,٠	١٤,٧٣	٠,٠	٢٥,٦٠
١٢- ديسمبر	٠,٠	(١٤,٥٢)	٠,٠	٧,٦٤	٠,٠	١٤,٧٣	٠,٠	٢٥,٦٠

المصدر: جمعت وحسبت من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء ، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات، القاهرة، أعداد مختلفة.

جدول رقم (٤-١٠-٢) التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار الجملة لأسماك البلطي خلال السنوات (٢٠١٦-٢٠١٣)
(%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦	
	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي
١- يناير	٠,٠	٠,٠	٣٠,١٥	١٩,٣٢	٣,١٣	١٦,٣٦	٢,٩٤	٢٣,٤١
٢- فبراير	٢,٨٢	٢,٨٢	١,٩٥	٢١,٦٥	٣,٠٣	١٩,٨٩	٠,٠	٢٣,٤١
٣- مارس	٧,٨٢	١٠,٨٦	٣,٨٨	٢٦,٣٨	٢,٩٤	٢٣,٤١	٥,٧١	٣٠,٤٧
٤- إبريل	(٣,٨٨)	٦,٥٦	٢,٧٩	٢٩,٩٠	٢,٨٦	٢٦,٩٤	٤,٠٥	٣٥,٧٥
٥- مايو	(٠,٦)	٥,٩٢	(٢,٧١)	٢٦,٣٨	٢,٧٨	٣٠,٤٧	٠,٠	٣٥,٧٥
٦- يونيو	٣,٢٠	٩,٣	٠,٠	٢٦,٣٨	٠,٠	٣٠,٤٧	(٥,١٩)	٢٨,٧٠
٧- يوليو	٦,٦٥	١٦,٥٧	٢,٧٩	٢٩,٩٠	١٠,٨١	٤٤,٥٧	٠,٠	٢٨,٧٠
٨- أغسطس	(١,٠٩)	١٥,٣٠	(١٠,٨٦)	١٥,٨	٠,٠	٤٤,٥٧	(٥,٤٨)	٢١,٦٥
٩- سبتمبر	٧,٠٣	٢٣,٤١	٧,٨٦	٢٤,٨٩	(٩,٧٦)	٣٠,٤٧	٢,٨٩	٢٥,١٨
١٠- أكتوبر	(٢٩,١٤)	(١٢,٥٥)	(٥,٦٥)	١٧,٨٤	(٥,٤١)	٢٣,٤١	٠,٠	٢٥,١٨
١١- نوفمبر	٠٢,٨٢	(١٠,٠٨)	(٥,٩٨)	١٠,٧٩	(٢,٨٦)	١٩,٨٩	٥,٦٣	٣٢,٢٣
١٢- ديسمبر	١,٩٦	(٨,٣٢)	١,٨٥	١٢,٨٣	٠,٠	١٩,٨٩	٥,٣٣	٣٩,٢٣

المصدر: جمعت وحسبت من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء ، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات، القاهرة، أعداد مختلفة.

الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع الغذائية الأساسية في مصر

جدول رقم (٤-١٠-٣) التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار المستهلك لأسماك البلطي خلال السنوات (٢٠١٦-٢٠١٣) (%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦	
	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي
١- يناير	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٢٦,١٠	٢,٣٣	٢٣,٧٣	٢,٢٢	٢٩,٣٦
٢- فبراير	٥,٦٢	٥,٦٢	١,٤٧	٢٧,٩٥	٢,٢٧	٢٦,٥٥	٠,٠	٢٩,٣٦
٣- مارس	٢,٦٦	٨,٤٤	(١,٤٥)	٢٦,١٠	٢,٢٢	٢٩,٣٦	٤,٣٥	٣٤,٩٨
٤- إبريل	٢,٤٤	١١,٠٨	٦,٩١	٣٤,٨١	٢,١٧	٣٢,١٧	٣,١٣	٣٩,٢٠
٥- مايو	(٢,٥٣)	٨,٢٧	(٢,٢٩)	٣١,٧٢	٢,١٣	٣٤,٩٨	٠,٠	٣٩,٢٠
٦- يونيو	٢,٦٠	١١,٠٨	٢,١٣	٣٤,٥٢	٠,٠	٣٤,٩٨	(٤,٠٤)	٣٣,٥٨
٧- يوليو	١,٦١	١٦,٢٠	(٤,١٨)	٢٨,٩	٨,٣٣	٤٦,٢٣	٠,٠	٣٣,٥٨
٨- أغسطس	١,٢٦	١٧,٦٦	(٤,٣٦)	٢٣,٢٨	٠,٠	٤٦,٢٣	(٤,٢١)	٢٧,٩٥
٩- سبتمبر	٤,٧٨	٢٣,٢٨	٥,٨٩	٣٠,٥٤	(٧,٦٩)	٣٤,٩٨	٢,٢٠	٣٠,٧٦
١٠- أكتوبر	(٢,٢٨)	٢٠,٤٧	(٤,٣١)	٢٤,٩٢	(٤,١٧)	٢٩,٣٦	٠,٠	٣٠,٧٦
١١- نوفمبر	٢,٣٣	٢٣,٢٨	٠,٠	١٩,٢٩	(٢,١٧)	٢٦,٥٥	٤,٣٠	٣٦,٣٩
١٢- ديسمبر	٢,٢٨	٢٦,١٠	١,٣٧	٢٠,٩٢	٠,٠	٢٦,٥٥	٤,١٢	٤٢,٠١

المصدر: جمعت وحسبت من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء ، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات، القاهرة، أعداد مختلفة.

جدول رقم (٤-١٠-٤) التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار المنتج لأسماك البياض خلال السنوات (٢٠١٦-٢٠١٣) (%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦	
	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي
١- يناير	٠,٠	٠,٠	(٢,٩٤)	١٥,٨٦	٣,٦٧	١٥,٠١	٩,٦٢	٢٧,٨٥
٢- فبراير	٠,٠	٠,٠	٠,٠	١٥,٨٦	٠,٠	١٥,٠١	٠,٠	٢٧,٨٥
٣- مارس	٢,٠٢	٢,٠٢	٠,٠	١٥,٨٦	٠,٠	١٥,٠١	٠,٠	٢٧,٨٥
٤- إبريل	٠,٠	٢,٠٢	٢,٥٤	١٨,٨١	٤,٦٣	٢٠,٣٤	(٠,٣٢)	٢٧,٤٤
٥- مايو	٠,٠	٢,٠٢	٠,٠	١٨,٨١	٠,٠	٢٠,٣٤	٠,٠	٢٧,٤٤
٦- يونيو	٠,٠	٢,٠٢	٠,٠	١٨,٨١	٠,٠	٢٠,٣٤	٠,٠	٢٧,٤٤
٧- يوليو	١٥,٩٨	١٨,٣٢	(١,٩٤)	١٦,٥١	(٢,٦٨)	١٧,١١	٣,٠١	٣١,٢٨
٨- أغسطس	٠,٠	١٨,٣٢	٠,٠	١٦,٥١	٠,٠	١٧,١١	٠,٠	٣١,٢٨
٩- سبتمبر	٠,٠	١٨,٣٢	٠,٠	١٦,٥١	٠,٠	١٧,١١	٠,٠	٣١,٢٨
١٠- أكتوبر	٠,٨٩	١٩,٣٧	(٤,٧٨)	١٠,٩٤	(٠,٤١)	١٦,٦٣	٣,٢٠	٣٥,٤٧
١١- نوفمبر	٠,٠	١٩,٣٧	٠,٠	١٠,٩٤	٠,٠	١٦,٦٣	٠,٠	٣٥,٤٧
١٢- ديسمبر	٠,٠	١٩,٣٧	٠,٠	١٠,٩٤	٠,٠	١٦,٦٣	٠,٠	٣٥,٤٧

المصدر: جمعت وحسبت من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء ، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات، القاهرة، أعداد مختلفة.

سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم (٢٩٨) - معهد التخطيط القومي

جدول رقم (٤-١٠-٥) التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار الجملة لأسماك البياض خلال السنوات (٢٠١٦-٢٠١٣)
(%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦	
	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي
١- يناير	٠,٠	٠,٠	(٩,٥٩)	١٨,٤٩	٢,٣٣	١٧,٣٨	٢,٨٩	٣٣,٣٦
٢- فبراير	٢,٠٦	٢,٠٦	١,١٥	١٩,٨٥	١,٧٥	١٩,٤٤	(٠,٩٣)	٣٢,١٣
٣- مارس	٢,٠٢	٤,١٢	٢,٣٠	٢٢,٦١	١,٧٢	٢١,٥٠	٠,٠	٣٢,١٣
٤- إبريل	٠,٠	٤,١٢	١,٦٨	٢٤,٦٧	١,٦٩	٢٣,٥٦	٢,٠٣	٣٤,٨٠
٥- مايو	(٣,٩٦)	٠,٠	(١,٦٥)	٢٢,٦١	١,٦٧	٢٥,٦٢	(١,٧١)	٣٢,٥٠
٦- يونيو	٨,٢٤	٨,٢٤	٠,٠	٢٢,٦١	٠,٠	٢٥,٦٢	(٨,٩٨)	٢٠,٥٩
٧- يوليو	٧,٧٦	١٦,٦٤	١,٦٨	٢٤,٦٧	(٧,٤٤)	١٦,٢٧	١٢,٦٧	٣٥,٨٧
٨- أغسطس	٣,٥٣	٢٠,٧٦	(٦,٦١)	١٦,٤٣	٢,٢٧	١٨,٩٠	٠,١٨	٣٦,١٢
٩- سبتمبر	٣,٤١	٢٤,٨٨	٤,٥٦	٢١,٧٥	٨,٩٧	٢٩,٥٧	(٢,٤٢)	٣٢,٨٣
١٠- أكتوبر	(١٥,٥٧)	٥,٤٣	(٣,٣٨)	١٧,٦٣	(٢,٣٥)	٢٦,٥٢	٠,٠	٣٢,٨٣
١١- نوفمبر	٢٢,٣٤	٢٩,٠٠	(٣,٥٠)	١٣,٥١	(٥,٥٣)	١٩,٥٢	٥,٢٧	٣٩,٨٣
١٢- ديسمبر	١,٦٠	٣١,٠٥	١,٠٥	١٤,٧٠	٨,٤٤	٢٩,٦١	٦,٠٧	٤٨,٣١

المصدر: جمعت وحسبت من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء ، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات، القاهرة، أعداد مختلفة.

جدول رقم (٤-١٠-٦) التغيرات الشهرية والتراكمية لأسعار المستهلك لأسماك البياض خلال السنوات (٢٠١٦-٢٠١٣)
(%)

الشهور	٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦	
	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي	شهري	تراكمي
١- يناير	٠,٠	٠,٠	(٩,٠٥)	١٧,١٥	١١,٩٣	٢٧,٢٠	٠,٩٤	٣٠,٩٤
٢- فبراير	١,٩١	١,٩١	١,٠٨	١٨,٤١	(٠,٣٩)	٢٦,٧٠	(٠,٨٨)	٢٩,٧٩
٣- مارس	١,٨٧	٣,٨٢	٢,١٦	٢٠,٩٧	(٠,٢٤)	٢٦,٣٩	٠,٠٣	٢٩,٨٣
٤- إبريل	٠,٠	٣,٨٢	١,٥٨	٢٢,٨٨	٠,٦٠	٢٧,١٦	٤,٨٢	٣٦,١٠
٥- مايو	(٣,٦٨)	٠,٠	(١,٥٥)	٢٠,٩٧	٠,٤٢	٢٧,٦٩	(١,٥٧)	٣٣,٩٦
٦- يونيو	٧,٦٤	٧,٦٤	٠,٠	٢٠,٩٧	(١,٣٢)	٢٦,١٠	(١١,٠٩)	١٩,١٠
٧- يوليو	٧,٢٤	١٥,٤٣	١,٥٨	٢٢,٨٨	(٦,٨٨)	١٧,٣٤	١١,٩٠	٣٣,٢٧
٨- أغسطس	٣,٣١	١٩,٢٥	(٦,٢٢)	١٥,٢٤	١,٧٦	١٩,٤٠	٠,١٧	٣٣,٥٠
٩- سبتمبر	٣,٢٠	٢٣,٠٧	٤,٢٨	٢٠,١٧	٨,٦١	٢٩,٦٨	٠,٠	٣٣,٥٠
١٠- أكتوبر	(١٤,٦٥)	٥,٠٤	(٣,١٨)	١٦,٣٥	(٢,١٨)	٢٦,٨٥	(٢,٢٩)	٣٠,٤٤
١١- نوفمبر	٢٠,٨	٢٦,٨٩	(٣,٢٨)	١٢,٥٣	(١٤,١٥)	٨,٩٠	٤,٩٨	٣٦,٩٤
١٢- ديسمبر	١,٥١	٢٨,٨٠	٠,٩٨	١٣,٦٤	١٩,١٢	٢٩,٧٢	٥,١٩	٤٤,٠٤

المصدر: جمعت وحسبت من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء ، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات، القاهرة، أعداد مختلفة.

ملخص

واجهت الأسواق المصرية، ومن بينها أسواق السلع الغذائية، في الآونة الأخيرة موجات من التضخم كان مبررها تحرير سعر الصرف وتخفيض قيمة العملة الوطنية، إلا أن هناك من الآراء التي ترى في وجود الاحتكار مشاركاً في ذلك. ولقد ساعد على ذلك غياب معرفة المؤسسات المعنية بمواقع هذه الاحتكارات إن وجدت داخل القنوات التسويقية للسلع الغذائية أو المعرفة بالأسباب الأخرى المشاركة في هذه الموجات التضخمية. ولهذا كان هدف الدراسة الكشف عن تواجد القوى الاحتكارية إن وجدت، ومواقع تواجدها على طول القناة التسويقية للسلع الغذائية المختارة (السكر، وزيت الطعام، واللحوم، والأسماك)، وأسبابها ثم اقتراح الأدوات التنظيمية والإدارية اللازمة لوقف الممارسات الاحتكارية في هذه الأسواق.

(١) في حالة السوق المحلية للسكر والتي تبدأ قنواته التسويقية من موقع منتجي القصب وبنجر السكر، حيث التعاقد بين المزارعين والمنشآت القائمة على استخراج وتجهيز السكر على توريد إنتاجهم وفقاً لمواصفات وأسعار محددة من قبل هذه الشركات، بلغت المساحة المنزرعة بمحصول القصب نحو ٣٢١,٨ ألف فدان موزعة بين ٥ محافظات في مناطق الوجه القبلي، كما بلغت المساحة المنزرعة ببنجر السكر نحو ٥٥٤,٩ ألف فدان خلال عام ٢٠١٤/٢٠١٥، كما بلغ العدد التقديري للتعاقدات على توريد إنتاج هذه المساحات خلال هذا العام نحو ١٦٧,٢ ألف تعاقد كحد أدنى في حالة قصب السكر، وحوالي ٢٥٧,٩ ألف تعاقد كحد أدنى في حالة بنجر السكر، وحيث تشير هذه المؤشرات إلى غياب التركيز ومن ثم القوة الاحتكارية بين موردي القصب والبنجر، وإن كانت سياسة تسعير كلا المحصولين تبتعد بآليات السوق الحرة عن طريق تحديد السعر بتفاعل آليات قوى العرض والطلب وتخضع للموازنات الحكومية فيما بين الرغبة في تحفيز المنتج على الزراعة والتوريد، والرغبة في توفير الاحتياجات المحلية من السكر بأسعار ملائمة للمستهلك، مع توازنات تكلفة الصناعة المحلية وأسعار إنتاجها وتوزيعه في السوق المحلية مع أسعار الواردات منه، وحيث أصبحت الدولة بذلك هي الطرف البديل للمنشآت الصناعية حيث تحدد الأسعار وفقاً للموازنات المشار إليها.

ويأتى موقع استخراج وتجهيز السكر في المرحلة التالية لمرحلتى إنتاج ونقل كلا المحصولين في صورتها الخام إلى صناعة استخراج وتجهيز السكر في صورته الصالحة للاستهلاك النهائى، حيث تشمل هذه الصناعة في عام ٢٠١٦/١٥ عدد (٧) مصانع لاستخراج السكر من القصب موزعة في مناطق الوجه القبلي، وعدد (٦) مصانع لاستخراج وتجهيز السكر من البنجر، وموزعة على مناطق شمال وغرب الدلتا ومصر الوسطى بالإضافة إلى مصنع آخر لاستخراج وتجهيز السكر من كلا المحصولين. وتقع السبعة مصانع الأولى والمصنع الأخير تحت ملكية وإشراف الدولة، أما مصانع إنتاج السكر من البنجر

فيقع أربعة منها تحت ملكية وإدارة شركات استثمارية وإن كانت تخضع لتوجيهات الدولة حيث تساهم مؤسساتها بالنصيب الأكبر فى استثماراتها، بينما يقع المصنعين الآخرين تحت ملكية وإدارة القطاع الخاص. ولقد بلغ إنتاج هذه المصانع خلال العام المشار إليه ما يقرب من ٢٤٢١,٩ ألف طن، بينما تتواجد المؤشرات التى تؤكد على عدم كفاية الإنتاج المحلى لإشباع احتياجات السوق المحلية للسكر والتى تقدر بنحو ٢٩٣٠ ألف طن فى نفس العام، ومن ثم الحاجة إلى استيراد ما يقرب من ٥٠٨,١ ألف طن وبما نسبته ١٧,٣٤% من إجمالى الاستهلاك المحلى، حيث تتولى الشركة القابضة للصناعات الغذائية استيراد العجز وبمشاركة بعض الشركات الخاصة. ولقد بلغت مساهمة الشركة القابضة للصناعات الغذائية فى إجمالى الكميات المتداولة من السكر فى السوق المحلية خلال هذا العام ما نسبته ٣٤,٢%، كما ساهمت الشركات الاستثمارية الأربع بما نسبته ٣٠,٦%، بينما ساهمت الشركات الستة المستوردة للسكر بنحو ٢٥%، والشركات الخاصة بنسبة بلغت نحو ١٠,١%.

هذا وتشير مؤشرات التركيز داخل هذه الصناعة إلى أنها تبدو فى حالة وجود احتكار القلة إن لم يكن الاحتكار التام، حيث تستحوذ الشركات الأربع الأولى على ٨٠% من الإنتاج، وبما يزيد عن المستوى الثالث للتركز، كما تستحوذ السبع شركات المتواجدة فى هذه الصناعة على كامل الإنتاج، كما يقدر مقياس هيرشمان للتركز داخل هذه الصناعة بما قيمته ٢٦٣٤ ليصل به إلى المستوى الرابع للتركز وغير المرغوب فيه. كما تبلغ قيمة معامل جينى للتركز نحو ٣٩%، وبما يشير إلى وجوده عند الحد الأعلى لتواجد المنافسة الفعالة، واقتربه من المستوى الأول للتركز غير المرغوب فيه. هذا وتخف حدة التركيز عن ذلك إذا ما أخذ فى الحسبان الشركات الستة المستوردة للسكر، وللتعبير عن درجة التركيز بين موردى السكر إلى السوق المحلية، حيث يصل نصيب المنشآت الأربع الأولى من الكميات المتداولة به فى السوق خلال العام المشار إليه إلى ما نسبته ٤٧% كما يصل مقياس هيرشمان إلى ما قيمته ٢١٠٧، ويبلغ مؤشر جينى للتركز إلى ما نسبته ٢٢,٤%، ومن ثم الوصول بمستوى التركيز بين موردى السكر إلى المستوى الذى يعبر عن وجود حالة المنافسة الكاملة فى السوق.

هذا ويلى مرحلة الإنتاج، على المسار التسويقي للسكر، مراحل النقل والتوزيع إلى أسواق الجملة والتجزئة، وفى إطار سياسة التوافق والموازنات الحكومية المشار إليها، واستخدام الدولة لأدواتها المالية والإدارية لضبط وتنظيم الواردات، والصادرات، والمخزون من السكر فى تحقيق هذه الموازنات، وبما يصاحب ذلك من وجود للتقلبات السعرية من وقت إلى آخر.

ويأخذ المسار التسويقي للسكر خلال هذه المراحل عدة قنوات حيث هناك التوزيع إلى تجارة الجملة ثم تجارة التجزئة، كما أن هناك ما يمكن تسميته بالتوزيع المباشر من المنتج إلى أسواق التجزئة (كما فى حالة إنتاج المنشآت التابعة للشركة القابضة) حيث التوزيع إلى المنافذ التابعة لوزارة التموين وإلى تجار التجزئة المختارين لتوزيع السكر بالأسعار المدعومة على الكارت الذهبى، كما أن هناك التوزيع إلى شركات المنتجات الغذائية وفقاً للأسعار التوافقية فيما بين الدولة والشركات المنتجة للسكر. ومع غياب

الإحصاءات الخاصة بشركات وتجار الجملة وحصل كل منها في الكميات المتداولة بالسوق، ومما يتعذر معه قياس درجة التركيز والقوة الاحتكارية في هذه المرحلة، وذلك عكس الحال في حالة تجارة التجزئة حيث تداول السكر عبر المنشآت المتخصصة في تجارة السلع الغذائية المتنوعة والتي تشير الأعداد المتواجدة منها إلى غياب احتمالات وجود الصفة الاحتكارية فيما بينها حيث بلغ تعدادها في عام ٢٠١٦/١٥ نحو ٥٤٢,١ ألف منشأة وفرع متخصص بالإضافة إلى ٣١,٩ ألف منشأة وفرع غير متخصص بالقطاع الخاص، فضلاً عن وجود عدد (٥٥١) منشأة وفرع بالقطاع العام.

إن سياسة التوافق والموازنات الحكومية المشار إليها، وإن كانت تشير ضمناً إلى ضعف عمل السوق الحرة بآلياتها الكاملة المعروفة في هذه الصناعة، إلا أن نتائجها تنفي وجود الممارسات الاحتكارية من قبل المنشآت المتواجدة في السوق (إنتاج، وتسويق) حيث لا وجود للقصد الاحتكاري فيما بينها، وهنا يجدر الإشارة إلى ما حدث من ارتفاع في سعر الجملة للسكر بالسوق المحلية ونسبة بلغت نحو ٣١%، ١٠,٦% في شهرى نوفمبر، وديسمبر من عام ٢٠١٦، إذ أن أسباب ذلك مرجعه تخفيض قيمة العملة الوطنية، ومن ثم ارتفاع قيمة الواردات من السكر والتي بلغت ما يقرب من ٢٥% من إجمالي الكميات المتداولة بالسوق، مع وجود التعريفات الجمركية عليها والسارية آنذاك والبالغة نحو ٢٠%. ومما يشير أيضاً إلى غياب السمة الاحتكارية في هذه المرحلة أيضاً انتقال ومعدل نفاذ التغيرات السعرية للسكر من مستوى إلى آخر على مساره التسويقي على طول الفترة من أول يناير ٢٠١٤ إلى ديسمبر ٢٠١٦، حيث بلغ هذا المعدل نحو ١٠٤,٩% بالنسبة لانتقال التغيرات السعرية من سوق المنتج إلى سوق الجملة ونحو ٩٣,٢% بالنسبة لانتقال التغيرات السعرية في سوق الجملة إلى سوق التجزئة، وهي معدلات قريبة من معدلات نفاذ مثل هذه التغيرات في حالة وجود التنافسية الكاملة.

وأخيراً إذا كانت الدراسة تستخلص غياب السمة الاحتكارية على طول القناة التسويقية للسكر بدءاً من مرحلة الإنتاج وحتى المستهلك النهائي، إلا أنها تستنتج من ذلك سمة احتكار المنشآت المصنعة في علاقاتها الخلفية مع وردى المحاصيل السكرية ومن المؤشرات الدالة على ذلك ارتفاع سعر المنتج للسكر في الربع الثانى من عام ٢٠١٧ بنسبة تبلغ نحو ٢٥٥% عنه في عام ٢٠٠٥/٠٤ مقابل نسبة زيادة بلغت نحو ١٠٤% في سعر المنتج للمحاصيل السكرية، وهو ما يستدعى التوصية بتضمين موردى المحاصيل السكرية في سياسة التوافق والموازنات المشار إليها بدرجة متوازنة مع باقى الأطراف المتعاملة في هذه السوق. وكذلك أيضاً تستخلص الدراسة احتمالات ارتفاع درجة التركيز داخل هذه الصناعة وظهور القوة الاحتكارية بها، مع النمو في الاحتياجات المحلية من السكر، ومن ثم الحاجة إلى زيادة الإنتاج من خلال الشركات المتواجدة حالياً، ومن ثم التوصية بوقف التصاريح التي تمنح لهذه الشركات بشأن إنشاء خطوط إنتاج جديدة، وفي المقابل توسيع دائرة المشاركة لمستثمرين جدد في صناعة السكر لإنشاء كيانات جديدة مستقلة عن المنشآت المتواجدة حالياً بغرض تخفيض درجة التركيز وزيادة درجة

التنافسية، وكما يجب أن يراعى فى ذلك توطين مثل هذه الكيانات الجديدة فى مناطق زراعية جديدة لا تتوافر بها الكيانات المتواجدة حالياً.

(٢) وفى حالة السوق المحلية لزيوت الطعام يبدأ مسارها التسويقي من نقطة إنتاج وتوريد البذور الزيتية ثم النقل إلى مراكز استخراج وتجهيز الزيوت كمرحلة ثالثة على هذا المسار والتي تنتهى إلى النقل والتوزيع إلى تجارة الجملة ثم التجزئة. ومع بداية المسار يتواجد التنوع فى البذور الزيتية، إلا أن ما يستخدم منها لغرض استخراج وتجهيز زيوت الطعام ينحصر أساساً فى بذور كل من فول الصويا، وعباد الشمس، والقطن. والتي لا يفى الإنتاج المحلى منها، وبإستثناء بذور القطن، حاجة الصناعة المحلية لهذا الغرض، حيث يمثل ما نسبته ٣,٦% تقريباً من إجمالى استخدامات فول الصويا (٢٠١٤) فى هذه الصناعة، كما يمثل ما نسبته ٢٩,٧% تقريباً من إجمالى استخداماتها من بذور عباد الشمس، ومن ثم تأتى الواردات منها ومن الزيوت الخام للوفاء بباقي احتياجات الصناعة من المواد الخام، وحيث يمثل بذلك كل من منتجى بذور فول الصويا، وعباد الشمس بالزراعة المصرية إلى جانب مستوردى هذه البذور والزيوت الخام من الخارج الموردون الأساسيون للمادة الخام الأساسية فى هذه الصناعة.. وهنا تأتى تقديرات الحد الأدنى لعدد منتجى كلا النوعين من البذور لتشير إلى أنها تبلغ نحو ١٨,٢ ألف منتج فى حالة بذور فول الصويا، وفى دائرة سوق ضيق يتمثل فى محافظات المنيا، وبنى سويف، وأسيوط، كما تبلغ نحو ٤,٧ ألف منتج فى حالة بذور عباد الشمس وفى نطاق سوق ضيق أيضاً، وحيث يتعامل هؤلاء المنتجون مع منافذ الاستهلاك النهائى (استهلاك آدمى مباشر، وصناعة) من خلال الاتصال المباشر فى بعض الحالات، وعبر الوسطاء والتجار المحليين فى حالات أخرى، وفقاً لآليات السوق الحرة. ومع هذه الأعداد ونظم تعاملها فى السوق يأتى افتراض الدراسة بوجود المنافسة الكاملة وغياب السمة الاحتكارية بين المنتجين، كما أنه، وبغض النظر عن طبيعة ممارساتهم التجارية، فإن نتائج هذه الممارسات تكاد تنحصر كلية على جانب الاستهلاك الأدمى المباشر منها وخارج دائرة صناعة استخراج زيوت الطعام. وكذلك أيضاً تأتى فرضية الدراسة بوجود حالة المنافسة الكاملة وغياب السمة الاحتكارية بين مستوردى هذه البذور، وزيوتها الخام باعتبارهم يتمثلون أساساً فى أصحاب المنشآت القائمة على استخراج وتجهيز زيوت الطعام، وهو ما يمكن أن يستخلص معه غياب السمة الاحتكارية بين موردي المادة الخام الرئيسية اللازمة لصناعة زيوت الطعام وعند نقطة البداية لمسارها التسويقي.

وبالنسبة لاستخراج وتجهيز الزيوت فيتواجد فى هذه الصناعة عدد (٣٣) منشأة فضلاً عن ما قد يوجد من معاصر صغيرة غير مسجلة. وتتباين هذه المنشآت فيما بينها من حيث السعة الإنتاجية، وفى تكنولوجيا الإنتاج المستخدمة، وفى المراحل الإنتاجية لتجهيز المنتج النهائى، وكذلك الأصناف المنتجة من الزيوت وعلاماتها التجارية. وتنتج وتستهلك زيوت الطعام فى السوق المصرية على أشكال مختلفة تشمل مجموعة الزيوت النقية المنفردة لبذور محصول معين، ومجموعة الزيوت الخليط من مجموعة من الزيوت المنفردة معاً، ومجموعة السمن الصناعى النباتى. ومع تعدد المنشآت المنتجة لهذه الزيوت تتعدد

أيضاً العلامات التجارية للإنتاج منها حيث يتواجد منها وفي عام ٢٠١٧/١٦ ٣٦ علامة تجارية للزيوت المنتجة بمنشآت القطاع الخاص، وعدد (١٠) علامة تجارية للزيوت المنتجة في منشآت القطاع العام. وتعمل منشآت القطاع الخاص المنتجة لزيوت الطعام وفقاً لمبادئ السوق الحر بالنسبة لمشترياتها من البذور الزيتية والزيوت الخام، كما تعمل وفقاً لهذه المبادئ في تصريف إنتاجها إلى أسواق الجملة والتجزئة. أما منشآت القطاع العام فتعمل أيضاً وفقاً لهذه المبادئ بالنسبة لمشترياتها من البذور والزيوت الخام، إلا أنها تعمل في تصريف إنتاجها إلى السوق المحلية وفقاً لمبادئ دعم المستهلك، وفي إطار ما يعرف بنظام الكارت الذهبي، ومع استناد الصناعة المحلية لزيوت الطعام على استيراد احتياجاتها من البذور الزيتية وزيوت الطعام الخام، ومع ما تستهدفه الدولة من توفير احتياجات السوق المحلية من هذه الزيوت بتكلفة تتناسب مع مستوى دخول غالبية المستهلكين جاء إعفاء الواردات من البذور الزيتية وزيت النخيل وزيت بذرة القطن من الرسوم الجمركية. ولقد سجل العاميين الآخرين تخفيض سعر العملة الوطنية بما لذلك من دلالات على ارتفاع تكلفة الواردات من البذور الزيتية والزيوت الخام والمكررة خلال عامي ٢٠١٦، ٢٠١٧.

أما عن مؤشرات التركيز بين المنشآت القائمة على استخراج وتجهيز الزيوت، ودلالاتها في عام ٢٠١٦/١٥، فقد بلغ مؤشر نسبة نصيب الأربع شركات الأولى من الكميات المتداولة في السوق نحو ٢٦,٩%، كما بلغ مؤشر نصيب الثمان شركات نحو ٦٩,٢%، وبما لهما من دلالة على تراوح ممارسات هذه المنشآت ما بين حالة المنافسة الكاملة، والمنافسة الاحتكارية، أما مؤشر هيرشمان فبلغت قيمته نحو ٧١٨,٠ بما له من دلالة على وجود التركيز في منتصف المستوى الثاني للتركز ومن ثم وجود حالة المنافسة الكاملة بين هذه المنشآت. هذا إلا أن تقديرات معامل جيني للتركز والتي بلغت ما نسبته ٥٩%، فتأتى لتصنيف التركيز في هذه الصناعة عند المستوى الذي يجعل منها تتراوح ما بين حالة المنافسة الاحتكارية، وحالة احتكار القلة. ومع هذه التباينات المحدودة في دلالات المؤشرات الثلاث فقد يجوز للدراسة استخلاص تراوح حالة المنافسة فيما بين هذه المنشآت ما بين حالة المنافسة الكاملة، والمنافسة الاحتكارية خلال العام المشار إليه. وهنا أيضاً ومع فرضية تواجد التركيز عند مستوى يسمح بوجود درجة من قوة السوق ومن ثم الاحتكار بين هذه المنشآت، فيأتى التساؤل عن ما إذا كان لهذه المنشآت ممارسات احتكارية فعلية تؤثر على أسعار المستهلك النهائي لزيوت الطعام؟ .. إن الإجابة على ذلك تكمن في دراسة الاتجاهات السعرية لهذه الزيوت عبر فترة ٥٤ شهراً من بداية عام ٢٠١٣، وإلى نهاية يوليو ٢٠١٧ والتي تأتى نتائجها إلى غياب هذه الممارسات إذ أن ما حدث من ارتفاع في أسعار هذه الزيوت خلال عامي ٢٠١٦، ٢٠١٧ مرجعه تخفيض قيمة العملة الوطنية، وارتفاع سعر العملة الأجنبية ومن ثم تكلفة الواردات من البذور الزيتية والزيوت الخام أو النقية.

هذا وبالنسبة لتجارة الجملة ثم التجزئة فهي تتمثل في حالة منشآت القطاع العام المنتجة للزيوت في الشركة المصرية لتجارة الجملة (والتابعة للشركة القابضة للصناعات الغذائية) والتي تتولى بدورها

توزيع هذه الزيوت على المجمعات الاستهلاكية التابعة للشركة القابضة للصناعات الغذائية والتي يبلغ تعدادها ٥٠٠٠ جمعية بغرض البيع للمستهلك النهائى بالإضافة إلى ما يقرب من ٢٧٠٠٠ بقال متعاقد معها بغرض تنفيذ برنامج الكارت الذهبى للدعم. أما شركات القطاع الخاص المنتجة لزيوت الطعام فتتولى تصريف إنتاجها إلى تجار الجملة، وبالتبعية إلى تجار التجزئة والتي تنتوع المنتجات الغذائية التي تتعامل في توزيعها إلى المستهلك النهائى، والتي تتماثل أعدادها مع الأعداد السابق ذكرها في حالة سلعة السكر. ومع تعذر قياس حالة التركيز ودلالاتها، بالنسبة لتواجد المنافسة أو الاحتكار، في تجارة الجملة والتجزئة لعدم توافر المعلومات حول أعداد التجار ونصيب كل منها في الكميات المتداولة من الزيوت في السوق، إلا أنه يمكن الدلالة على ذلك من خلال دراسة الاتجاهات السعرية لزيوت عباد الشمس، والأذرة، وبذرة القطن، وانتقال ومعدل نفاذ تغيراتها من مستوى إلى آخر بالسوق المحلية خلال السنوات (٢٠١٣-٢٠١٧)، حيث تشير نتائج هذه الدراسة إلى تقدير معدل نفاذ التغيرات السعرية في سوق المنتج إلى سوق الجملة على طول هذه الفترة بما يقرب من ١٧٧,٣%، ٢٠٢,٦%، ١٧٩,١% في حالة كل من زيت عبد الشمس، وزيت الأذرة، وزيت بذرة القطن وعلى الترتيب وبما له من دلالة على وجود الحالة الاحتكارية في أسواق الجملة للزيوت، وهو ما يستلزم وبالتبعية البحث في تنظيم وإدارة هذه السوق بالأدوات التي تواجه حالة الاحتكار بها. أما حالة تجارة التجزئة فيقدر نفاذ التغيرات السعرية في سوق الجملة إليها (تجارة التجزئة) بمعدل بلغ نحو ٨٨,٧%، ٨٩,٨%، ٩٥,٣٢% بالنسبة لكل من الزيوت الثلاث وعلى الترتيب، وعلى طول الفترة المشار إليها، وبما لذلك من دلالة على غياب سمة الاحتكار في تجارة التجزئة، ومن ثم وجود حالة المنافسة الكاملة بها.

(٣) تتميز السوق المحلية للحوم عن غيرها من أسواق السلع الغذائية الفردية الأخرى بتعدد أنواع وأصناف اللحوم المتداولة بها حيث أن هناك اللحوم الحمراء بأصنافها، كما أن هناك اللحوم البيضاء بأصنافها (والتي تعد في حكم البدائل بعضها لبعض)، فضلاً عن كثرة أعداد المنتجين بها، ومن ثم فقد يستخلص البعض استبعاد سمة الاحتكار في هذه السوق، والقول بأن ما قد يحدث من تغيرات سعرية في هذه الأسواق مرجعه ظروف الطلب والعرض في منافسة حرة... بينما قد يرى البعض الآخر وجود هذه السمة في البعض من هذه الأسواق أو في بعض المواقع على المسار التسويقي للحوم.

وبالنسبة للحوم البيضاء والتي تشكل ما بين ٤٥% - ٥١% من المعروض من اللحوم في السوق المحلية خلال السنوات (٢٠١١-٢٠١٥) فيبدأ مسارها التسويقي من نقطة توفير المدخلات الرئيسية اللازمة للإنتاج في مرحلة ما قبل الإنتاج، ويستمر هذا المسار إلى مرحلة الإنتاج وتجهيز اللحوم ثم إلى تجارة الجملة والتجزئة. وبالنسبة لمرحلة ما قبل الإنتاج فهي تشمل المنشآت القائمة على إنتاج وتجهيز المدخلات الأساسية لإنتاج اللحوم البيضاء، والممثلة في مزارع إنتاج البيض اللازم لإنتاج كتاكيت التربية والتسمين وهي ما تعرف بمزارع أمهات التسمين، بالإضافة إلى معامل تقريخ البيض لإنتاج كتاكيت التسمين، وصناعة أعلاف الدواجن. ولقد بلغت أعداد مزارع أمهات التسمين في عام ٢٠١٥ نحو ٣١٠

مزرعة بسعة إنتاجية تقرب من ١٨٤٨,٤ مليون بيضة بينما بلغت طاقتها الإنتاجية الفعلية ما نسبته ٦٤,٦% من الطاقة الكاملة من البيض - وتتباين هذه المزارع فيما بينها من حيث متوسط إنتاجية المزرعة وبمدى يتراوح ما بين مليون بيضة عند الحد الأدنى، ١٤,٣ مليون بيضة عند الحد الأعلى. أما معامل التفريخ فبلغت الأعداد العاملة منها في نفس العام سابق الذكر نحو ٩٠٩ معمل بلغ البيض الموضوع بها بغرض التفريخ نحو ١,٦٦٣ مليار بيضة وبما نسبته ٦٥,٨٤% من إجمالي الطاقة الكاملة لهذه المعامل ، وخصص منها ما يقرب من ٩٦% لغرض إنتاج اللحوم، ومن بين هذه المعامل يوجد ٣٦٠ معمل صناعي موزعة على عدد (٢٢) محافظة كما يوجد عدد (٥٤٩) معمل بلدي موزعة على ١٧ محافظة. وتعد معامل التفريخ الصناعية هي المصدر الأساسي لتوفير احتياجات مزارع إنتاج اللحوم الداجنة. وتأتي صناعة الأعلاف بعدد ٢٣٦ مصنع عامل في عام ٢٠١٥، وبطاقة إنتاجية كلية تبلغ نحو ٤,١٣٦ مليون طن/ سنة وبطاقة فعلية تبلغ نحو ١,١٢٤ مليون طن وبما نسبته ٢٧,٢% من الطاقة الكلية خلال هذا العام، وبمتوسط إنتاجية بلغ نحو ٤٧٦١ طن. وتتنوع هذه المصانع على عدد (٢٢) محافظة .

هذا وتأتي مؤشرات التركيز للمنشآت الثلاث المشار إليها لتكشف عن غياب مستويات التركيز التي يمكنها من ممارسة الأعمال الاحتكارية، وكما تشير إلى ذلك قياسات مؤشرات نسبة التركيز، ومقياس هيرشمان ، ومعامل جيني للتركز. حيث تعبر النسبة الأولى عن كثرة أعداد المنشآت بالقياس إلى السعة الاستيعابية لأسواق مخرجات المنشآت الثلاث، كما تأتي قياسات مؤشر هيرشمان والتي بلغت نحو ٥١,٥٤ في حالة كل من مزارع أمهات التسمين، ومعامل التفريخ، وصناعة الأعلاف وعلى الترتيب، ولتعتبر بذلك أيضاً عن وجود حالة المنافسة الكاملة وغياب السمة الاحتكارية في أنشطة المنشآت الثلاث، أما مؤشر معامل جيني للتركز فتبلغ قياساته ما نسبته ٣٥,٠%، ٤٠,٠%، ٦١% في كل من المنشآت الثلاث وعلى الترتيب، وليعبر بذلك عن غياب مستوى التركيز غير المرغوب ومن ثم سمة الاحتكار بين منشآت كل من مزارع أمهات التسمين، ومعامل التفريخ، وبالتبعية وجود حالة المنافسة الكاملة فيما بينها، أما في حالة صناعة الأعلاف فتأتي دلالة هذا المؤشر لتعبر على وجود حالة المنافسة الاحتكارية أو احتكار القلة ومن ثم وجود هذه الصناعة خارج إطار المنافسة، وهو ما يتتافى مع النتائج المستخلصة في إطار كلا المؤشرين السابقين.. وهنا ومع فرضية وجود مستوى التركيز الذي يمكن هذه الصناعة من ممارسة أعمال إحتكارية، فيأتي التساؤل عن ما إذا كانت مثل هذه الأعمال قد حدثت بالفعل؟ .. إن الإجابة على ذلك قد تأتي بالنفي أمام وجود الطاقة العاطلة بها وبنسبة تقترب من ٧٢,٥% من طاقتها الكاملة.

وبالنسبة لمرحلة الإنتاج من لحوم الدواجن بالمزارع المتخصصة، والذي يشكل إنتاجها نحو ٧٦% من إجمالي إنتاج هذه اللحوم، فتشمل ما يقرب من ٢٤,٧ ألف مزرعة وبسعة كلية تبلغ نحو ١٠٤٢,٧٤

مليون طائر وبطاقة فعلية بلغت ما نسبته ٦٥,٤٨% من الطاقة الكلية لهذه المزارع وبمتوسط بلغ نحو ٢٧,٦٤ ألف طائر/ للمزرعة. ولقد جاءت قياسات مؤشرات التركيز في هذه المزارع لتتفي تواجد مستويات التركيز غير المرغوبة وبالتبعية غياب سمة الإحتكار بها، حيث تبلغ نسبة التركيز قيمة قريبة من الصفر، وكذلك الحال أيضاً في حالة مقياس هيرشمان إذ بلغت قيمته نحو ٠,٩٩ حيث صغر نصيب كل من المزارع الفردية في الإنتاج، كما أن قياس معامل جيني للتركز بلغ ما نسبته ٠,٣٩٩ (٣٩,٩%) وبما يشير إلى وجود حالة المنافسة الفعالة بين المزارع المنتجة. وهنا أيضاً يأتي التساؤل عن مدى توافق التغيرات السعرية وإتجاهاتها خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠١٦) مع هذه السمة؟. إن نتائج دراسة التغيرات السعرية للحم الدواجن خلال هذه الفترة تكشف عن وجود زيادات تراكمية في أسعارها بلغت ما نسبته ٤٨,٣% على طول هذه الفترة، وهو ما يمكن تفسيره بوجود نظام السماسرة في أسواق هذه اللحوم وبما لهم من دور في تحديد الأسعار وتوقعاتها داخل هذه السوق، والذي قد يتسم بالخطأ أو عدم صحة التوقعات. وبالنسبة لأسواق الجملة، والتجزئة وعلى المسار التسويقي للحم الدواجن، وعلى الرغم من تعذر قياس مؤشرات التركيز بها (لغياب المعلومات حول أعداد التجار ونصيب كل منهم في السوق) فإن استخلاص حالة التنافسية أو سمة الإحتكار بها من خلال إتجاهات التغير في أسعارها ومعدل نفاذها من مستوي إلى آخر بالسوق خلال السنوات (٢٠١٣-٢٠١٦) تشير إلى إنتفاء السمة الإحتكارية في أسواق الجملة إذ بلغ معدل نفاذ التغيرات السعرية في سوق المنتج إلى سوق الجملة نحو ٩٥,٩% على طول هذه الفترة. كما ينفي هذا المؤشر وجود السمة الإحتكارية في أسواق التجزئة للدواجن في صورتها الحية، حيث يبلغ معدل نفاذ التغيرات السعرية في سوق المنتج لهذه الطيور إلى أسواق التجزئة نحو ٩٥,٧% في المتوسط خلال الفترة المشار إليها. أما بالنسبة لسوق التجزئة للحم الدواجن في صورتها المجهزة والمجمدة، فتشير قياسات هذا المؤشر إلى وجود السمة الإحتكارية بها خلال العام الأول (٢٠١٣) من هذه الفترة حيث بلغ معدل نفاذ التغيرات السعرية في سوق الجملة إلى سوق التجزئة نحو ٢٣,٤%، بينما تنتفى هذه السمة على طول الأعوام الثلاث الأخيرة من هذه الفترة، حيث يصل معدل نفاذ التغيرات السعرية في سوق الجملة إلى سوق التجزئة مع نهاية العام الرابع من هذه الفترة إلى نحو ٩٩,٨% كمتوسط للأربع سنوات، وبما ينفي أيضاً وجود السمة الإحتكارية في هذه السوق.

هذا وبالنسبة للحم الحمراء والتي يبدأ مسارها التسويقي من موقع موردي اللحوم الحية سواء من باب المزارع المحلية لتربية الحيوانات الحية، أو من الموانئ البحرية المحلية بالنسبة للواردات من الحيوانات الحية، فتأتي توقعات الدراسة بغياب السمة الإحتكارية بين حائزي المزارع المحلية لتربية الحيوانات الحية بغرض إنتاج اللحوم أمام كثرة أعدادها والتي تبلغ ما يقرب من ٢,٥٧٤ مليون حائر مع كثرة أعداد الماشية المحلية المذبوحة والتي بلغت ما يقرب من ٧,٤ مليون رأس أنتجت نحو ٩٧٥ ألف طن من اللحوم الحمراء الطازجة، كما تأتي أيضاً توقعات الدراسة بغياب هذه السمة بين تجار الجملة للمواشي الحية وصغار الوسطاء والتجار المتعاملين في توريد الحيوانات الحية، حيث تعذر حجب ما

يتوافر لديهم من أعداد عن التداول إلى الموقع الأخير من هذه المرحلة أمام الحاجة إلى تغذيتها مع الرعاية البيطرية مما يجعل من الإحتفاظ بها غير إقتصادي. وكذلك الحال أيضاً بالنسبة لمستوردي الماشية الحية واللحوم المجمدة، والتي تشير المواقع الألكترونية إلى تواجد عدد (١٥) شركة وفرد يسيطرون على إستيراد اللحوم (حية، ومجهزة) من الخارج، حيث تأتي توقعات الدراسة بغياب السمة الإحتكارية بينهم في ظل فردية المساواة في حصة كل منهم من إجمالي الواردات منها. ومع غياب المعلومات عن الأعداد الفعلية لعدد الشركات المستوردة لهذه اللحوم، وحصص كل منها في الكميات المستوردة، تضمنت الدراسة سيناريوهات بديلة لإفتراض حصص كل من الخمسة عشر شركة المشار إليها من الواردات من هذه اللحوم، بغرض الكشف عن السيناريو الذي تتواجد به السمة الإحتكارية بين المستوردين. وتأتي الإجابة على ذلك في وجود هذه السمة إذ ما بلغ نصيب الأربع شركات الأولى نحو ٦٠%، ونصيب الثمان شركات الأولى إلى ما نسبته ٩٥% من الواردات. وهنا يأتي التساؤل عن إحتتمالات وجود هذه الحالة؟.... حيث تأتي الإجابة على أنها من الإحتتمالات الواردة خاصة مع تواجد ما يسمى رابطة مستوردي اللحوم والدواجن، والتي قد تجعل من هذه الشركات أو جانب كبير منها صاحبة قرار واحد وممارسات غير قانونية.

وأخيراً وبالنسبة لتواجد السمة الإحتكارية للحوم الحمراء في أسواق الجملة والتجزئة، فيشير مؤشر نفاذية التغيرات السعرية من مستوي إلى آخر على طول المسار التسويقي إلى تواجد هذه السمة في سوق الجملة، وإنقفاء في سوق التجزئة، حيث نفاذية التغيرات السعرية في سوي المنتج إلى سوق التجزئة (مع فرضية أن المنتج هو مصدر التغيرات السعرية) بمعدل بلغ نحو ١٤٧% خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠١٣)، كما بلغ نحو ١٣٩,٥% (مع فرضية أن سوق التجزئة هو مصدر التغيرات السعرية، بينما بلغ هذا المعدل نحو ٧١,٧%، ٦٨% في حالة سوق التجزئة مع كل من الفرضية الأولى، والثانية على الترتيب، وحيث يمكن أن يستخلص من ذلك أهمية تنظيم أسواق الجملة لهذه النوعية من اللحوم.

(٤) وفي حالة السوق المحلية للأسماك تتنوع مصادر العرض منها حيث هناك الإنتاج المحلي إلى جانب الواردات منها، كما أن هناك تنوع مصادر العرض من الإنتاج المحلي حيث هناك الإنتاج من المصايد البحرية، والبحيرات والمنخفضات الساحلية إلى جانب الإنتاج من المياه الداخلية، والإستزراع السمكي والتي تتنوع مصادره أيضاً، حيث وجود نظم الإستزراع الحقلي، والأقفاص، والإستزراع المكثف. ويشكل الإنتاج المحلي المصدر الأساسي في المعروض من الأسماك وبنسبة بلغت نحو ٨٤,٦% في عام ٢٠١٥، كما يأتي الإستزراع السمكي في المركز الأول بين مصادر الإنتاج المحلي من الأسماك وبنسبة بلغت نحو ٧٧,٤% من إجمالي الإنتاج المحلي منها، وتمثل أصناف البلطي والعائلة البورية الوزن النسبي الأكبر من إجمالي الإنتاج المحلي من الأسماك وبنسبة بلغت نحو ٧٧,٦% من إجمالي الإنتاج. ويبدأ المسار التسويقي للأسماك من مصادر الإنتاج، ولينتهي بتجارة الجملة ثم التجزئة، وبإستثناء نظم الإستزراع السمكي، خاصة نظام المزارع الحقلية، والتي يبدأ مسارها التسويقي من موقع

سابق لموقع الإنتاج حيث تواجد المنشآت القائمة على إنتاج وتوفير المدخلات الأساسية اللازمة للإنتاج داخل هذه النظم والممثلة في الإنتاج من زريعة وأصبعيات الأسماك، وفي الأعلاف اللازمة لتغذية الأسماك. هذا ويجرى التعامل بين الأطراف المتعاملة على طول المسار التسويقي للأسماك وفقاً لمبادئ آليات السوق الحرة.

وعلى بداية المسار التسويقي لأسماك الإستزراع السمكي تتواجد مصانع إنتاج الأعلاف وبعدد بلغت تقديراته نحو ١٠٩ مصنع تشمل عدد (٩) مصانع قطاع عام وبطاقة إنتاجية بلغت نحو ١٠٠ ألف طن في عام ٢٠١٢، بالإضافة إلى عدد (٥٠) مصنع قطاع خاص مسجلة وبطاقة إنتاجية بلغت نحو ٦٧٠ ألف طن في نفس العام، وعدد (٥٠) مصنع أخرى غير مسجلة وبطاقة إنتاجية تراوحت ما بين ١٢٠-٢٤٠ ألف طن سنوياً.

ومع وجود هذه المصانع يلجأ كثيرون من أصحاب المزارع إلى تصنيع إحتياجاتهم من الأعلاف بأنفسهم بشراء توليفة المواد الخام اللازمة وتأجير المصانع المتواجدة في السوق. هذا وبالنسبة لمستوى التركيز داخل هذه الصناعة، ودلالته تأتي قياسات مؤشراته لتتنفى وجود القوة السوقية (الإحتكارية) داخل هذه الصناعة، حيث تدنى مؤشر نصيب الأربع والثمان شركات في إجمالي سوق هذه الصناعة، كما تبلغ قيمة مقياس هيرشمان نحو ١٠٠ وهى قيمة صغيرة قريبة من الصفر تعبر عن وجود حالة المنافسة الكاملة في هذه الصناعة، وتستخلص نفس النتيجة مع مؤشر معامل جينى للتركز، والذي بلغت قيمته ما نسبته ٢٨%.

وعلى بداية هذا المسار أيضاً تتواجد مفرخات ومحطات تحضين حكومية وأهلية ومراكز تجميع ذريعة الأسماك وإنتاج الأصبعيات وبعدد إجمالي بلغ نحو ٢٣٦ وحدة أنتجت ما يقرب من ٤٧٠,٧ مليون وحدة من ذريعة وأصبعيات المياه العذبة والبحرية، حيث تشير الدراسات إلى نمو إنتاج هذه المفرخات بمعدلات تسير الطلب على إنتاجها مع انخفاض أسعار الذريعة والأصبعيات في الوقت المعاصر بشكل متدرج. وبالنسبة لمستوى التركيز ودلالته داخل هذه الصناعة، تأتي قياسات مؤشراته بنتائج متناقضة حيث يشير كل من مؤشري نسبة التركيز، ومقياس هيرشمان إلى غياب مستوى التركيز غير المرغوب، ومن ثم وجود حالة المنافسة داخل هذه الصناعة حيث بلغت قيمة المؤشر الأول ما نسبته ٣٧,٨%، ٦٠,٧% في حالة الأربع، والثمان شركات الأولى وعلى الترتيب، كما بلغ مقياس هيرشمان ما قيمته ٥٥٠,٩، وهى قيم تتفى وجود حالة التركيز غير المرغوب فيه. أما مؤشر معامل جينى للتركز والذي بلغ ما نسبته ٧٢,٢% فتأتى دلالته على وجود التركيز غير المرغوب فيه ومن ثم وجود السمة الإحتكارية داخل هذا النشاط. وهنا ومع فرضية القبول بنتيجة هذا المؤشر ودلالته، فقد يأتى التساؤل عن ما إذا كان هناك من ممارسات إحتكارية فعليه من عدمه. وهنا فقد تأتى الإجابة على ذلك بنفى وجود هذه الممارسات في إطار ما تشير إليه نتائج دراسات معاصرة عن نمو الإنتاج من هذه المفرخات بمعدلات تسير الطلب على إنتاجها مع انخفاض أسعاره.

هذا وتأتى مصادر الإنتاج من الإستزراع السمكي في الموقع التالي على المسار التسويقي لأسماك، وممثلة في ذلك سوق المنتج على هذا المسار، بينما تأتى مصادر الإنتاج الأخرى من المياه البحرية، والبحيرات، والمياه الداخلية ممثلة لسوق المنتج على بداية المسار التسويقي لإنتاجها، وحيث تشكل مع سوق المنتج لأسماك الإستزراع، سوق المنتج للأسماك على المستوى الكلي للسوق المحلية. وبغرض الكشف عن مستويات التركيز وما قد يوجد من قوة إحتكارية داخل هذه السوق، وإستناداً على نموذج الإستزراع السمكي الحقلى بإعتباره يمثل المركز الأول من حيث المساهمة في الإنتاج، إلى جانب نموذج الصيد من المياه البحرية لكونه مصدراً هاماً للإنتاج ونوعية وأصناف الإنتاج به، جاءت قياسات مؤشرات التركيز داخل نموذج الإستزراع الحقلى بنتائج متناقضة أيضاً حيث صغر قيمة مؤشري نسبة التركيز، ومقياس هيرشمان، وبما لهما من دلالة على وجود حالة المنافسة الكاملة داخل هذه المزارع، بينما يأتى معامل جينى للتركز والذى بلغ ما نسبته ٦٠% للدلالة على وجود حالة المنافسة الإحتكارية أو إحتكار القلة... وهنا أيضاً، ومع فرضية وجود حالة التركيز داخل هذا النموذج، قد يأتى التساؤل عن ما إذا كان هناك ممارسات إحتكارية فعلية. وقد تأتى الإجابة على ذلك بالنفى إذ أن وجود الإحتكار بما قد ينطوي عليه من تحكم المنتج في المعروض من الأسماك خارج المزرعة، وتحمل المزرعة لتكاليف إضافية بالإبقاء عليها داخل المزرعة مقابل التغذية وغيرها من المصروفات وهو ما يتنافى مع الإقتصاديات الصحيحة للإنتاج.. أضف إلى ذلك أن نظام تسويق إنتاج هذه المزارع يقع في دائرة تحكم كبار تجار الجملة وبنظام المزايدات العلنية ومن ثم ضعف تأثير مواقف المنتج. أما في حالة نموذج الصيد من المياه البحرية فتأتى قياسات المؤشرات الثلاث للتركز لتتوافق في نتائجها بالدلالة على غياب السمة الإحتكارية في هذا النموذج حيث تدنى نسبة التركيز، كما بلغ مقياس هيرشمان ما قيمته ٢,٥، ومعامل جينى ما نسبته ٢٥%.

ويأتى تسويق أسماك المنتجين من مصادرها المختلفة، وعلى مسارها التسويقي، إلى سوق الجملة ثم إلى سوق التجزئة. وتدار عملية تسويق المنتج وتحديد السعر عبر أسواق الجملة وبعدد قليل من كبار تجار الجملة الذين يحددون السعر وفقاً لظروف الطلب والعرض حيث يباع غالبية الإنتاج إلى هؤلاء التجار من خلال المزايدات العلنية، كما أن هناك من صغار المنتجين الذين يبيعون إنتاجهم إلى تجار التجزئة وأحياناً إلى المستهلك النهائى بشكل مباشر، ويغلب على منتجى الأسماك بيع أسماكهم إلى تاجر الجملة تسليم باب المزرعة حيث يتولى الأخير نقل الأسماك إلى أسواق الجملة تمهيداً للنقل إلى أسواق التجزئة، أو نقلها مباشرة إلى تاجر التجزئة وذلك مقابل عمولة تتراوح ما بين ٣-٦% من قيمة المبيعات وتخصص من المنتج. وبغرض الكشف عن مستوى التركيز ودلالته في كل من سوق الجملة والتجزئة وإسترشاداً بالتغيرات السعرية ومعدل نفاذها من مستوى إلى آخر على المسار التسويقي لكل من أسماك البلطي، والبياض خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠١٦)، جاءت النتائج لتشير إلى وجود قوة السوق، ومن ثم السمة الإحتكارية في سوق الجملة إذ بلغ معدل نفاذ التغيرات السعرية في سوق المنتج إلى سوق الجملة

نحو ١٥٣,٤% في حالة أسماك البلطي، ونحو ١٣٦,٢% في حالة أسماك البياض وعلى إمتداد هذه الفترة. وبالنسبة لسوق التجزئة فتأتى التغيرات السعرية في سوق الجملة ومعدل نفاذها إلى سوق التجزئة في حالة كل من أسماك البلطي والبياض لتشير إلى غياب السمة الإحتكارية في هذه السوق حيث بلغ نفاذ التغيرات السعرية في حالة كل من الصنفين نحو ١٠٧,٠%، ٩١,٢% وعلى الترتيب على طول الفترة المشار إليها. كما تستخلص الدراسة بأن وجود السمة الإحتكارية في سوق الجملة لهذه الأسماك جاءت نتائجها لصالح كل من تاجر الجملة، والمنتج معاً على حساب الأطراف الأخرى المتعاملة في هذه السوق، حيث ارتفع الوزن النسبى لسعر المنتج في سعرالمستهلك من نحو ٧١,٨% في عام ٢٠١٣ لتصل إلى نحو ٧٤,٨٠% في عام ٢٠١٦، كما أزداد الوزن النسبى لسعر الجملة في سعر المستهلك من نحو ٧٣,٣% في عام ٢٠١٣ إلى ما يقرب من ٧٦,٩٠% في عام ٢٠١٦.

(٥) في إطار مضمون ما جاء بالدراسة يمكن أن يستخلص النتائج والتوصيات الواردة في النقاط التالية:

- على الرغم من غياب الممارسات الإحتكارية في صناعة السكر بسبب سياسة التوافق والموازنات المنفذة من قبل الدولة، والمشار إليها، إلا أن مستوى التركيز في هذه الصناعة قد يمكنها من قوة السوق والممارسة الإحتكارية مع غياب هذه السياسة، أو التوسع المستقبلى بها مع زيادة الطلب المحلى على السكر، وهو ما يستلزم عدم التصريح للمنشآت الصناعية المتواجدة حالياً بإنشاء خطوط إنتاج جديدة (بغرض التوسع في الإنتاج)، وتحفيز الإستثمار في كيانات جديدة مستقلة عن المنشآت المتواجدة، مع توطئنها في مواقع أخرى خارج دائرة المنشآت المتواجدة بغرض الإنتشار في مواقع وأراضى جديدة لإنتاج المحاصيل السكرية، وبغرض تقصير مسافات النقل وتخفيض تكلفته.
- مع وجود سمة التنافسية في سوق الجملة، وسوق التجزئة للسكر يبقى هناك السمة الإحتكارية لمنشآت صناعة السكر في إتجاهها الخلفى نحو موردى المحاصيل السكرية مما يستدعى تضمين منتجى المحاصيل السكرية في السياسة التوافقية والموازنات المنفذة مع شركات التصنيع لتحقيق درجة أكبر من التوازن في الإتجاهات السعرية للإنتاج من المحاصيل السكرية مع الإتجاهات السعرية للإنتاج من السكر لتحفيز الإنتاج من المحاصيل السكرية وتوريدها إلى الصناعة.
- مع وجود حالة المنافسة الإحتكارية بين منشآت إستخراج وتجهيز زيوت الطعام فإن هذه المنشآت قد تبقى على جزء من قواها الإحتكارية في السوق، وهو ما قد يستلزم، وكما هو الحال في حالة صناعة السكر، عدم التصريح للمنشآت الكبيرة المتواجدة بالتوسع فى طاقتها الإنتاجية وفى المقابل تحفيز الاستثمار في كيانات صناعية جديدة مستقلة عن المنشآت المتواجدة حالياً. كما يضاف إلى ذلك أيضاً أهمية تطوير نظام التعبئة والتغليف للمنتج من الزيوت بإلزام المنتج بوضع قائمة تعريف بالمنتج المعروض للبيع متضمنة الصنف وتركيبته، والرتبة الإنتاجية، وتاريخ

الإنتاج، ومدة وتاريخ إنتهاء الصلاحية، وسعر البيع في كل من أسواق المنتج، والجملة، والتجزئة ووضع هذه القائمة على عبوة التعبئة ، لتوفير المعلومات اللازمة لتحقيق المنافسة في سوق المنتج.

- إن إرتفاع أسعار المنتج لكل من السكر، وزيت الطعام في الربع الأخير من عام ٢٠١٦ لم يكن بفعل ممارسات إحتكارية بقدر ما كان بتأثير تخفيض قيمة العملة الوطنية، وهو ما يلفت النظر إلى أهمية الإدارة الجيدة للمخزون من كلا السلعتين، ومن مستلزمات إنتاجها الرئيسية للتمكين من الإدارة الجيدة للسوق وتجنب الممارسات الإحتكارية في مثل هذه الظروف الطارئة، وهو ما يتطلب وبالتبعية وجود النظام الملائم لتقدير ومتابعة حجم المخزون منها على المستويات المختلفة للمسار التسويقي لهذه السلع، وهو ما يقترح تنفيذه بتكوين شبكة الكترونية تربط ما بين تجار التجزئة عند القاعدة وتجار الجملة ثم المنشآت المنتجة للسلعة، وتنتهي بالمؤسسة المعنية بإدارة السوق عند القمة بغرض توفير المعلومات المتاحة حول المخزون من مستوى إلى آخر.
- إن لوجود سمة الإحتكار في أسواق الجملة لزيت الطعام، والأسماك (أو في غيرها من الأسواق) يعد مؤشراً على أهمية تنظيم هذه السوق، وتحديد هيكلها وبشفافية بحصر أعداد التجار المتعاملين في أى من هذه الأسواق، وحصص تعاملاتهم الأسبوعية/الشهرية في السوق، والمخزون وتغيراته، وغيرها من المعلومات اللازمة لتسير العمل بها وبشفافية، والكشف عن الممارسات الإحتكارية المحتملة.
- إن إحتتمالات وجود التركيز غير المرغوب فيه ومن ثم تواجد القوة الإحتكارية في الأنشطة الإنتاجية لذريعة وأصبعيات الأسماك وفي الإستزراع السمكى بالمزارع الحقلية، يدعو إلى تحفيز الاستثمار في هذه الأنشطة وإنشاء كيانات جديدة، على حساب توسعات الأنشطة المتواجد منها حالياً بالسوق.
- قد تتواجد مظاهر السمة الإحتكارية في بعض الأنشطة أو القنوات التسويقية على الرغم من عدم تواجد مستويات التركيز غير المرغوب أو الممارسات الإحتكارية المقصودة بها، وقد تعزى في واقع الأمر إلى عوامل وأسباب إقتصادية أو تنظيمية وإدارية أخرى حيث، وعلى سبيل المثال، ضعف الإستجابة لمتغيرات زيادة العرض أو المعروض من السلع، أو ترشيد الطلب عليها، أو غياب المعلومات أمام المتعاملين في السوق، وغيرها، وبما يكشف عن ضعف الجوانب التنظيمية والإدارية لأسواق مثل هذه الأنشطة أو السلع، والتي يمكن تطويرها بتفعيل وتنفيذ أحكام القوانين والتشريعات المرتبطة بإنتاج وتداول السلع الغذائية في المراحل المختلفة من تسويقها، وكذلك تلك المتصلة بتنظيم وإدارة هذه الأسواق، والثرية بالضوابط المساعدة على توفير مناخ المنافسة الحرة في الأسواق.

- الإرتقاء بوعي وثقافة المستهلك نحو أهمية مشاركته في ضبط السوق في حالة الإرتفاع المغالى فيه فى الأسعار، بتغيير سلوكياته وتفضيلاته للشراء والبحث عن منافذ أخرى للبيع بأسعار أقل أو بدائل سلعية أخرى أرخص، وسعيه للحفاظ على حقوقه كمستهلك بما في ذلك حقه في الحصول على البيانات والمعلومات الصحيحة عن السلعة.
- أهمية المتابعة والرقابة المستمرة على تنفيذ الأحكام والضوابط التى تشتمل عليها التشريعات من قبل المتعاملين في هذه الأسواق من منتجين، ووسطاء، وتجار.

المراجع

أولاً: مراجع باللغة العربية:

- ١- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، الكتاب الإحصائي السنوي، القاهرة، سبتمبر ٢٠١٧.
- ٢- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لإحصاءات المساحة المحصولية والإنتاج النباتي، القاهرة، يناير ٢٠١٧.
- ٣- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لتجارة الجملة والتجزئة، القاهرة، مارس ٢٠١٦.
- ٤- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية، والخدمات، القاهرة، أعداد مختلفة.
- ٥- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لمتوسط أسعار المستهلك لأهم السلع الغذائية، القاهرة، أعداد مختلفة.
- ٦- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لإحصاءات الإنتاج الصناعي في منشآت القطاع الخاص، القاهرة، سبتمبر ٢٠١٧.
- ٧- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لإحصاءات الإنتاج الصناعي في منشآت القطاع العام/ قطاع الأعمال العام، القاهرة، سبتمبر ٢٠١٧.
- ٨- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، نشرة إحصاءات الثروة الداجنة، القاهرة، أغسطس ٢٠١٦.
- ٩- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لحركة الإنتاج والتجارة الخارجية، والمناخ للإستهلاك من السلع الزراعية، القاهرة، يناير ٢٠١٧.
- ١٠- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لإحصاءات الثروة الحيوانية، القاهرة، أعداد مختلفة.
- ١١- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، الأرقام القياسية لأسعار المنتجين، القاهرة، أعداد مختلفة.
- ١٢- الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية، كتاب الإحصاءات السمكية السنوي، القاهرة، ٢٠١٥.
- ١٣- الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية، القاهرة، بيانات غير منشورة.
- ١٤- جهاز حماية المنافسة، قانون رقم (٣) لسنة ٢٠٠٥، بإصدار قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، القاهرة، ٢٠٠٥.
- ١٥- معهد التخطيط القومي، السوق المحلية للسلع الغذائية (جوانب القصور والتطوير) سلسلة قضايا التخطيط والتنمية، العدد رقم (٢٦٢) القاهرة، ٢٠١٤.
- ١٦- معهد التخطيط القومي، أولويات زراعة المحاصيل المستهلكة للمياه، وسياسات وأدوات تنفيذها، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية، العدد رقم (٢١٣) القاهرة، فبراير ٢٠٠٩.
- ١٧- وزارة الزراعة، الميزان الغذائي لعام ٢٠١٣، ولعام ٢٠١٤.
- ١٨- وزارة المالية، مصلحة الضرائب العقارية، أسعار صرف العملات الأجنبية، القاهرة، الموقع الإلكتروني للمصلحة.

ثانياً: مراجع باللغة الانجليزية:

- (1) Ahmed Wally, oil seeds and products annual, Egypt, USDA, Gain report, No 4/14/2016.
- (2) Ahmed Wally, oil seeds and products annual, Egypt's, soybean crushing capacity in expansion which should translate into more oil seeds imports,, Gain report, No 3/30/2017.
- (3) Ahmed Wally, The state and development of aquaculture in Egypt, Global agricultural in formation Network report, No : 11/6/2016.
- (4) Abdel- Fattah M. El sayed, value chain analysis of the Egyptian aquaculture feed industry, world fish, panan, Malaysia, project report, 2014.
- (5) Ahmed Mohamed Nasr- Allah and others, price setting in markets for Egyptian fishries fish, Aquaculture and Fisheries, science department, world fish, Abbassa, Abou Hamad, sharkia, Egypt, www/hrpub.org.
- (6) FAO, inequality analysis, the Gini index, Roma, 2005.
- (7) FAO, Arab Republic of Egypt, Broiler poultry industry, investment challenges and opportunities, investment center Division, 2017.
- (8) Mohamed Hamza, Egypt's government increases the supply price for cane and beets ceding to Farmer's demands, USDA foreign agricultural service, Gain report No: 4/18/2017.
- (9) Mona Bahaa El Din and Fatma Ahmed, current situation of edible vegetable oils and some Propositions to curb the oil Gob in Egypt, Nature and science jornal, 2010.
- (10) R.o. Abila and others, analysis of competition in the wholesale and retail markets for fish in Kusumu Kenya, Marine and fisheries research institute, Nairobi, Kenya, 1997.
- (11) World Fish center, improving employment and income through development of Egypt's aquaculture sector, (jeid 545) project, November 2012.
- (12) William j.Baumal and Alans, Economics principles and policy, the Dryden press, USA,1979.

ثالثاً: مواقع الكترونية:

- (1) uHPS: llen, Wikipedia-org/wiki/monopoly.
- (2) [https://www.tutor2u.net/economics/reference/market concentration.](https://www.tutor2u.net/economics/reference/market%20concentration)

سلسلة قضايا التخطيط والتنمية في مصر

تصدر هذه السلسلة عن معهد التخطيط القومي بالقاهرة منذ عام ١٩٧٨، لتقديم الإنتاج الفكري للهيئة العلمية بالمعهد والذي يركز بصفة خاصة على تناول المشكلات التي تواجه التنمية في المجتمع المصري سواء على المستوى الكلي أو المستوي القطاعي أو الإقليمي، ويقترح السياسات الكفيلة بعلاج تلك المشكلات ودفع عملية التنمية في مصر في ظل التغيرات المحلية والإقليمية والدولية المؤثرة.

وتعتبر الأعمال المنشورة في هذه السلسلة في معظم الحالات نتاجاً لجهد جماعي لفرق العمل البحثية التي تتشكل في المعهد لبحث قضايا وتحديات تنمية بعينها تواجه المخطط أو متخذ القرار، وذلك من خلال منهج علمي سليم وبمشاركة من أصحاب المصلحة والمعنيين بتلك القضايا من خارج المعهد.

وقد تنوعت القضايا التي تناولتها الأعداد المختلفة لهذه السلسلة على النحو المبين في الصفحات الأخيرة لكل عدد من إصدارات السلسلة بحيث أصبحت تلك الإصدارات تشكل في مجموعها عبر العقود المتتالية مكتبة علمية شاملة ومتنوعة، ورصيذاً معرفياً هاماً في مجالات التنمية والتخطيط في مصر.

ويأمل معهد التخطيط القومي أن يجد المفكرون، والباحثون وطلاب العلم، وكذلك المخططون وصناع السياسات ومتخذو القرارات في هذه السلسلة مرجعاً أساسياً للمعرفة والعلم النافع والخبرات العملية يمكنهم الاستفادة منه على النحو الذي يثري البحث العلمي ويفتح آفاقاً جديدة في تناول وحل مشكلات التنمية من جهة، ويدعم العمل التخطيطي والتنموي نحو مزيد من الارتقاء بالمستوى الاقتصادي والاجتماعي والبيئي المستدام للمجتمع المصري من جهة أخرى.