

العدد: 17

بتاريخ: 2020-7-28

رأي في أزمة الصناعات التحويلية (تابع)

صناعات استنفادت من الأزمة: الصناعات الغذائية صناعة منتجات الألبان



مقدمة التقارير التفصيلية الخاصة بالصناعة التحويلية

إحاقا للتقرير الأول عن تأثير الصناعات التحويلية ككل بالأزمة الحالية، تهدف التقارير التفصيلية إلى تحليل أكثر عمقا وفقا لأنواع الصناعات المتنوعة. وعليه، تم تقسيم قطاع الصناعات التحويلية إلى ثلاثة أقسام وفقا لظهور تأثير الأزمة عليها في مراحلها الأولى وذلك على النحو التالي:

- 1 - صناعات استنفادت من الأزمة
- 2 - صناعات ابتعدت عن الأضواء
- 3 - صناعات تكافح من أجل البقاء

وسوف يقدم التقرير لكل مجموعة تقييمًا للموقف مبني على تحليل اقتصادي تفصيلي للوضع الحالي لنموذج من كل مجموعة يجاوب على الأسئلة الآتية:

- 1- ما هي تفاصيل التغيير المفاجئ في سلسلة القيمة؟
- 2- كيف تتأثر الصناعة في إطار دورة الأزمة بصدمات العرض والطلب الخارجي والداخلي؟
- 3- ما هي الإجراءات المطلوبة للتعامل لتخفيف التأثير السلبي أو زيادة الميزة النسبية في وقت الأزمة؟

“Here are things that we have to address. Let’s address them now before they become an issue.” Spoiler alert... the rate of change in the food and ag industry, including dairy, won't slow down!”

Fred Schonenberg

Founder at Venture Fuel, Inc., which helped California Milk do a "Shark Tank" style program.

“هذه هي الأمور التي يجب علينا التعامل معها الآن وقبل أن تتحول إلى مشكلة... معدل التغيير في الصناعات الغذائية والزراعية، بما في ذلك صناعة الألبان، لن يتباطأ.”

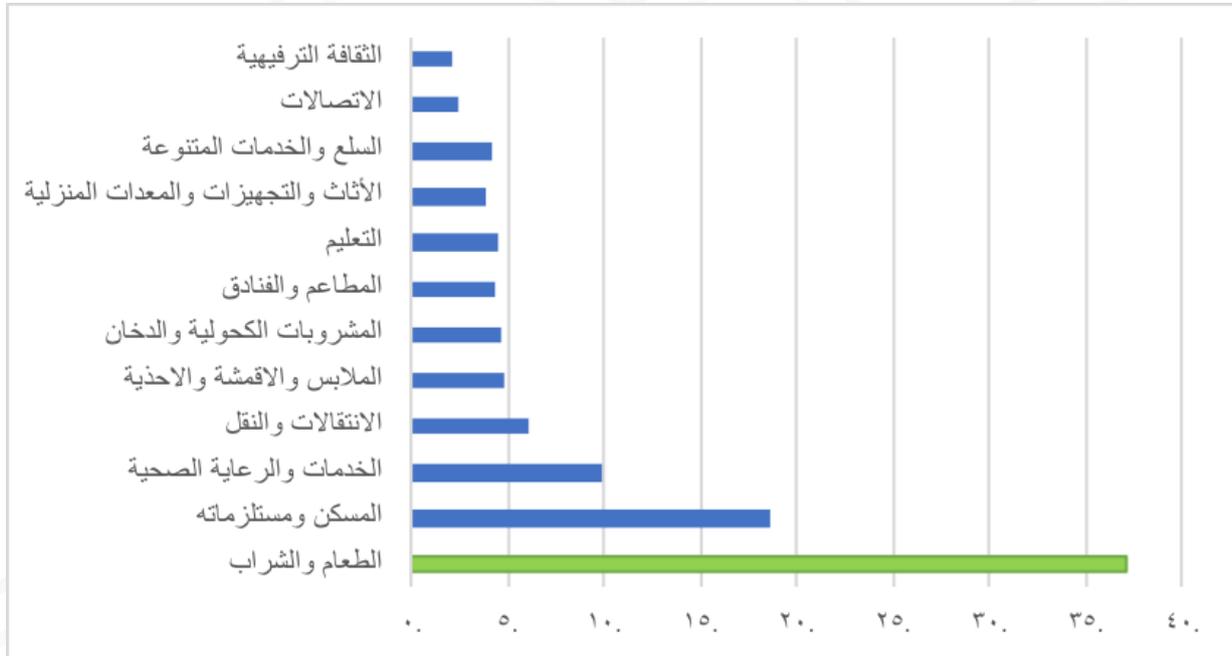
فريد شونونبيرج

مؤسس شركة Venture Fuel، والتي ساعدت شركة California Milk على تنفيذ برنامج شبيه ببرنامج "Shark Tank"

أولاً: لماذا تم اختيار الصناعات الغذائية كنموذج للصناعات التي إستفادت من الأزمة؟

تأتي الصناعات الغذائية من ضمن قائمة الصناعات التي صنفتها المركز بوصفها صناعات استفادت من الأزمة، وهي مجموعة الصناعات التي شهدت طلباً كبيراً عليها خلال فترة الجائحة على الأقل في المرحلة الأولى، كما أن الصناعات الغذائية لها أهمية كبيرة، وذلك على النحو التالي:

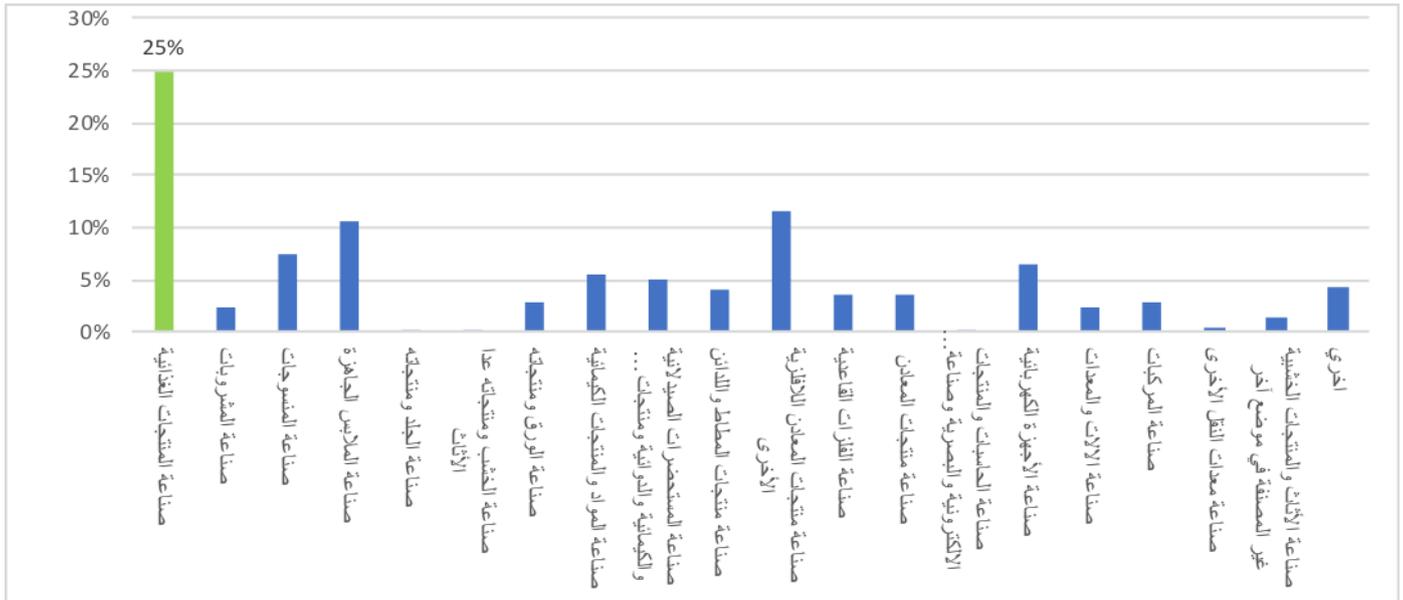
- **الحاجة إلى الغذاء هي في مقدمة الاحتياجات الأساسية للفرد، حيث شكل الطعام والشراب البند الأول في الإنفاق الكلي للأسر عام ٢٠١٧/٢٠١٨ بنصيب يصل إلى ٣٧,١٪ على النحو الموضح في الشكل (١)، وترتفع تلك النسبة في الريف لتصل إلى ٤٠,٢٪ مقارنة بـ ٣٣,٩٪ في الحضر.**
- الشكل (١): الاستهلاك الفعلي/ إنفاق الأسر من إجمالي الإنفاق الكلي وفقاً لبنود الإنفاق للعام ٢٠١٧/٢٠١٨



المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء (٢٠١٩)، أهم مؤشرات بحث الدخل والإنفاق والاستهلاك للعام ٢٠١٧/٢٠١٨.

- **يشكل قطاع الصناعات الغذائية أكبر مولد لفرص العمل من بين الصناعات التحويلية، حيث يعمل به حوالي ٢٥٪ من إجمالي المشتغلين في الصناعة التحويلية.**

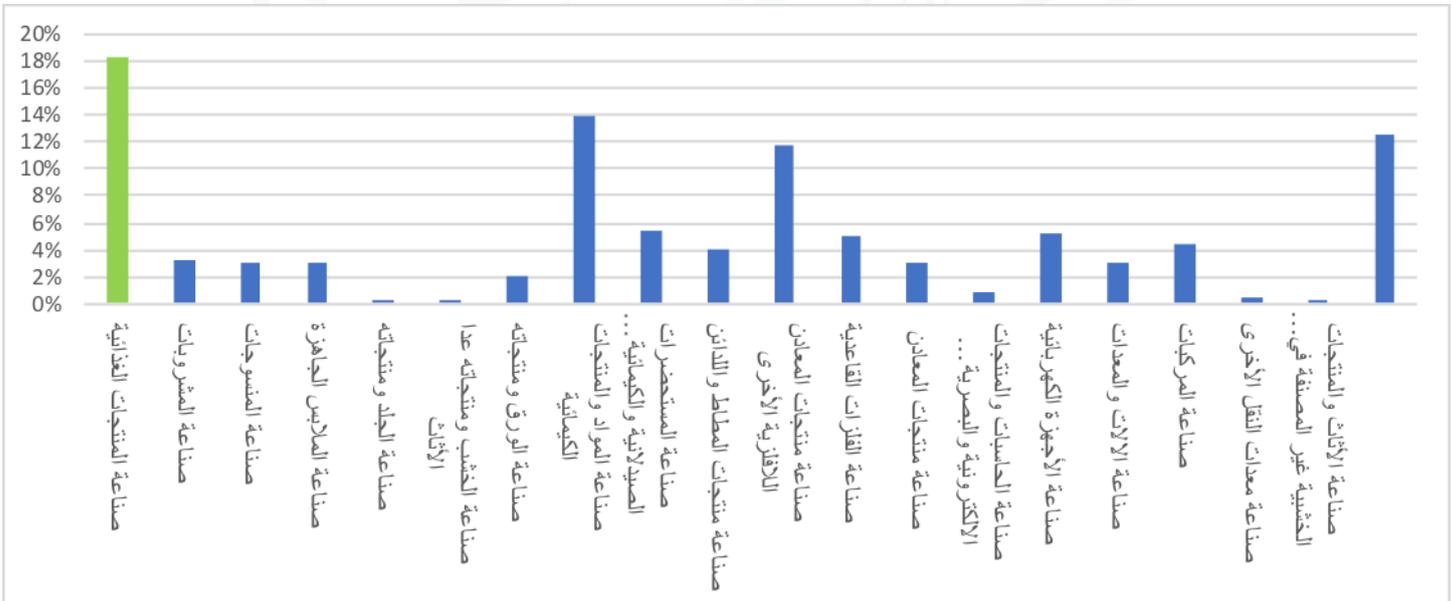
الشكل (٢): النسب المئوية للمشتغلين في الصناعات التحويلية قطاعياً



المصدر: محسوب من واقع بيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء - الإحصاء الصناعي السنوي، قطاع خاص ٢٠١٦.

- تعد الصناعات الغذائية أكبر صناعة من حيث نصيبها في صافي القيمة المضافة للصناعات التحويلية على النحو الموضح في الشكل (٣).

الشكل (٣): المساهمة القطاعية في صافي القيمة المضافة



المصدر: محسوب من واقع بيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء - الإحصاء الصناعي السنوي، قطاع خاص ٢٠١٦.

- تعتبر الصناعات الغذائية من الصناعات التي يتوافر محلياً معظم أجزاء فيها سلسلة القيمة محلياً، لأنها تعتمد في الأساس على النشاط الزراعي وبالتالي تلعب الصناعات الغذائية دوراً هاماً في تطوير القطاع الزراعي سواء تطوير

السلاطات الزراعية المستخدمة أو تحسين الممارسات الزراعية من خلال توليد الطلب على المنتجات الزراعية عالية الجودة، مما ينعكس في النهاية على ارتفاع دخول المزارعين والتقليل من مستويات الفقر في الريف.

ونظراً لأن الصناعات الغذائية تضم مجموعة متنوعة من المنتجات التي تختلف في سلسلة القيمة الخاصة بها، فسوف نركز في هذا التحليل على عدد من المنتجات تم اختيارها بناء على المعايير التالية:

- 1 - منتجات ذات أهمية استراتيجية من الناحية الاستهلاكية والإنتاجية
- 2 - معظم عناصر سلسلة القيمة الخاصة بها موجودة محلياً
- 3 - ارتباط هذا المنتج بحركة التجارة الخارجية استيراداً وتصديراً
- 4 - وجود طلب على هذا المنتج وقت الأزمة

وبناء على هذه المعايير تم اختيار قطاعين من الصناعات الغذائية للتحليل التفصيلي هما صناعتي منتجات الألبان والحلويات. وسوف نركز في هذا التقرير على صناعة منتجات الألبان.

صناعة الألبان

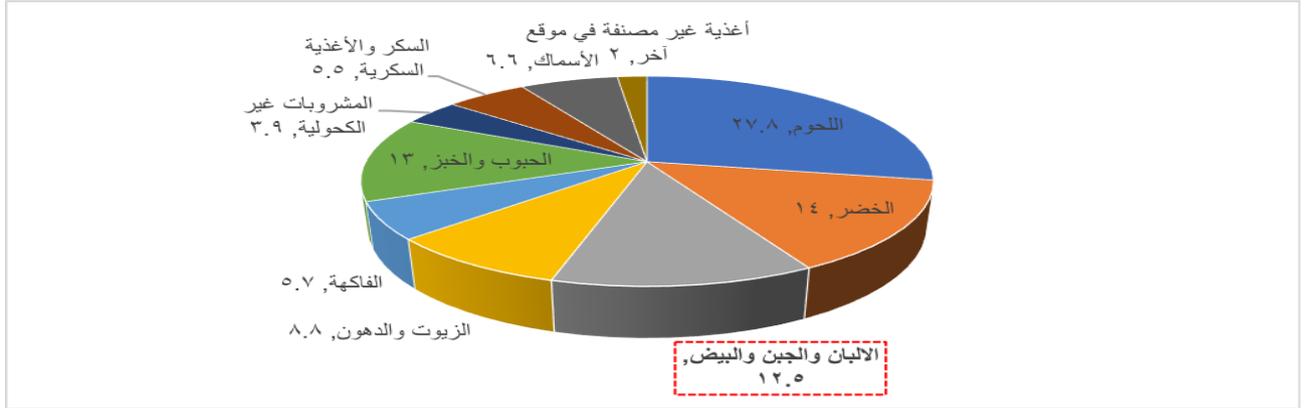
أولاً: لماذا الاهتمام بصناعة الألبان؟

بالإضافة إلى كون صناعة الألبان من الصناعات التي أثبت البحث الأولي أنها قد تكون تأثرت إيجاباً بالأزمة من خلال زيادة الطلب عليها، نجد أن لصناعات الألبان أهمية صحية واجتماعية واقتصادية كبيرة. وفيما يلي أهم الحقائق المرتبطة بهذا القطاع:

- تضم صناعة منتجات الألبان مجموعة متنوعة من المنتجات شاملة اللبن المبستر، كل أنواع الجبن، الزبدة، السمن، اللبن الزبادي والآيس كريم، كما تدخل الألبان في صناعات غذائية أخرى مثل الشيكولاتة والبسكويت والحلويات.
- تتميز صناعة الألبان بشكل عام بأنها مصدر هام للبروتين منخفض السعر مقارنة بمصادر البروتين الأخرى²، وبالتالي تحتل نسبة كبيرة من الاستهلاك الفعلي للأسر على النحو الموضح في الشكل (٤).

² كل كيلوجرام من لبن الأبقار يحتوي ٣,٢ جرام من البروتين و٣,٧ جرام من الدهون، و٤,٦ جرام من النشويات.

الشكل (٤): التوزيع النسبي للاستهلاك الفعلي للأسرة على مجموعة الطعام والشراب عام 3٢٠١٨/٢٠١٧

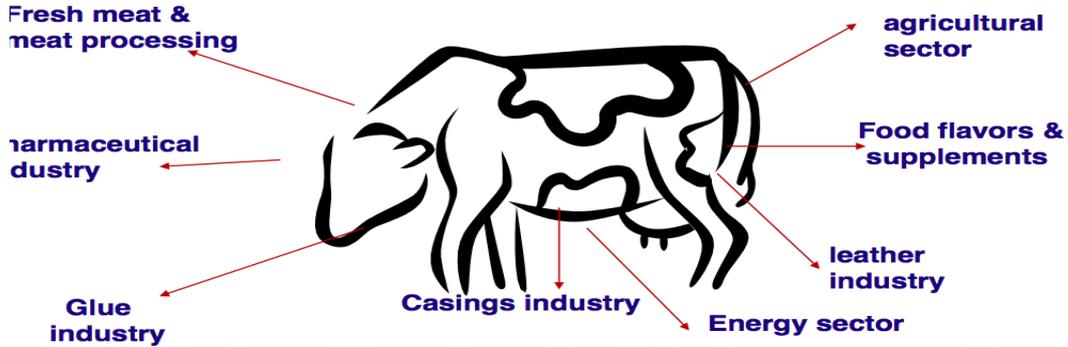


المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء (٢٠١٩)، أهم مؤشرات بحث الدخل والإنفاق والاستهلاك للعام ٢٠١٨/٢٠١٧.

- يمكن أن تلعب صناعة الألبان دورا هاما في تحقيق النمو الاحتوائي، فمن ناحية نجد أن الغالبية العظمى من إنتاج الألبان في مصر يأتي من المناطق الريفية، وبالتالي يمكن أن تسهم صناعة الألبان في توليد فرص عمل وزيادة الدخل في المناطق الريفية. ومن ناحية أخرى نجد أن جزءا كبيرا من صناعة الألبان ومنتجاته مرتبط بالمشروعات متناهية الصغر والصغيرة ومن ثم يمكن أن تسهم في توليد فرص العمل بين الشباب والنساء، فضلا عن التشغيل في المنشآت الأكبر حجما (المنشآت المتوسطة).
- تتميز صناعة الألبان بترابطاتها القوية مع عدد من القطاعات وسلاسل القيمة الأخرى وهي: الزراعة، صناعات اللحوم المصنعة، مكسبات الطعام، الجلود، الدواء، والغراء والطاقة على النحو المبين في الشكل (٥).

الشكل (٥): الترابطات بين قطاع إنتاج الألبان والأنشطة الاقتصادية والقطاعات الصناعية الأخرى

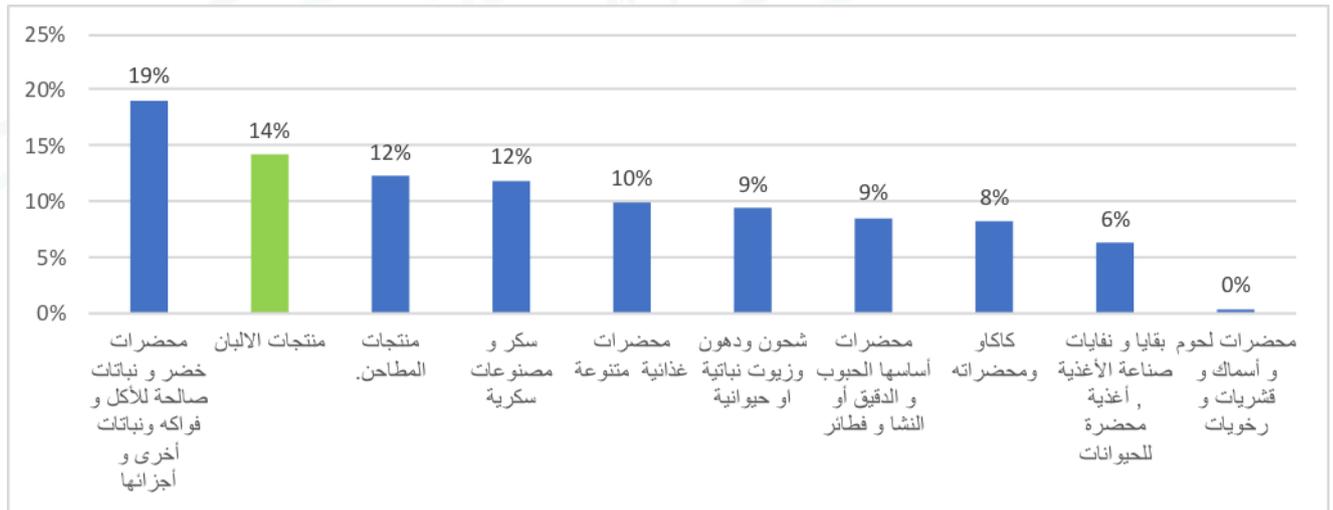
Strong linkages between the milk sector and a number of non-dairy sectors



المصدر: 4: Abdel-Latif, A.(2018)

- تعتبر منتجات الألبان من المنتجات التصديرية الهامة حيث تشكل ثاني منتج تصديري في الصناعات الغذائية بعد المُمحضرات من الخضر والفواكه، وتمثل صناعة منتجات الألبان ١٤٪ من إجمالي صادرات الصناعات الغذائية عام ٢٠١٩ علي النحو الموضح في الشكل (٦).

الشكل (٦): هيكل الصادرات من منتجات الصناعات الغذائية



المصدر: محسوب من واقع بيانات Trade map, May 2020.

⁴ Abdel-Latif, A.(2018), " The milk Sector in Egypt: Potential Crisis & Proposed Solutions, Food Chamber-unpublished study.

- يعمل بهذه الصناعة ٧٪ من إجمالي المشتغلين في الصناعات الغذائية، وتشكل ٩٪ من القيمة المضافة في الصناعات الغذائية كما هو مبين في الجدول (١).

الجدول (١): نصيب صناعة منتجات الألبان من إجمالي المشتغلين وصافي القيمة المضافة في الصناعات الغذائية

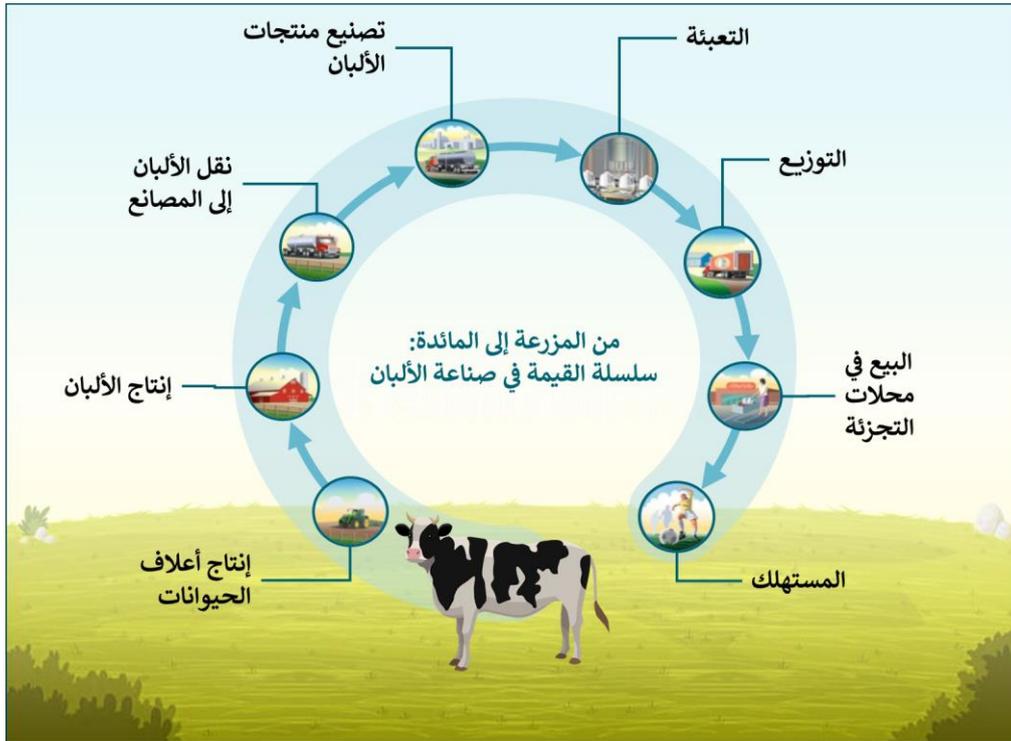
المنتج	نصيبها من إجمالي المشتغلين	نصيبها من صافي القيمة المضافة
تجهيز وحفظ اللحوم ومنتجاتها	%5	%5
تجهيز وحفظ وتعليب الأسماك والمنتجات السمكية	%0	%0
تجهيز وحفظ الفواكه والخضروات	%14	%15
الزيوت والدهون الحيوانية والنباتية	%5	%13
منتجات الألبان	%7	%9
طحن الحبوب ومنتجاتها	%8	%8
النشا ومنتجاته	%1	%2
منتجات المخابز	%35	%15
السكر وتكريره	%4	%5
الكاكاو والشيكولاتة والحلويات السكرية	%2	%1
المكرونات والمنتجات النشوية المماثلة	%2	%3
الوجبات والأطباق المعدة	%1	%1
منتجات غذائية أخرى غير مصنفة في موضع آخر	%13	%20
الأعلاف الحيوانية المعدة	%2	%3

المصدر: محسوب من واقع بيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء (٢٠١٩) - الإحصاء الصناعي السنوي، قطاع خاص ٢٠١٦.

ثانياً: الخطوط العريضة لسلسلة القيمة في صناعة الألبان

تتسم سلسلة القيمة لصناعة الألبان في مصر بقدر من التعقيد نظراً لتعدد الفاعلين بها واختلاف أحجامهم. وفيما يلي وصف مختصر لسلسلة القيمة:

الشكل (٧): سلسلة القيمة في صناعة منتجات الألبان



1 - المواد الخام

يمكن التفرقة بين نوعين من المواد الخام ألا وهي:

- **المواد الخام المرتبطة بإنتاج الألبان** والتي تتمثل بالأساس في الأعلاف الحيوانية.
- **والمواد الخام التي تدخل في صناعة منتجات الألبان** وتتكون من اللبن سواء في صورته السائلة أو لبن جاف ومواد تعبئة وتغليف ومواد خام أخرى مرتبطة بصناعة منتجات الألبان.

وسوف نتناول كلا منها بمزيد من التفاصيل كما يلي:

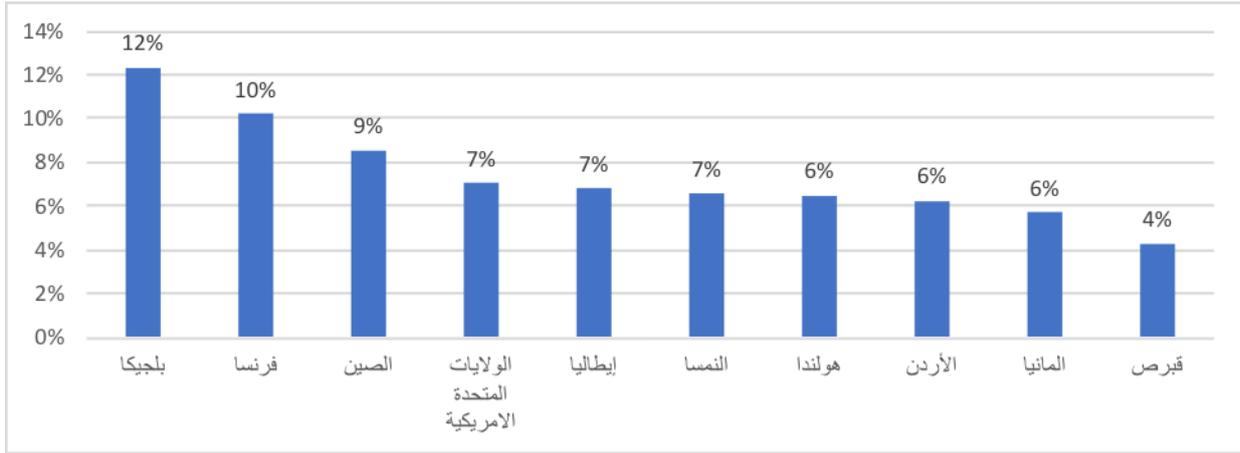
أ- الأعلاف الحيوانية

تستورد مصر حوالي ١٢٪ من إجمالي الكمية المتاحة للاستهلاك من أعلاف الحيوانات عام ٢٠١٤/١٥. ٥٢. وتأتي الدول الأوروبية في مقدمة الدول التي تستورد منها مصر الأعلاف الحيوانية على النحو الموضح في الشكل (٨)، حيث تشكل سبعة دول أوروبية ٥٢٪ من إجمالي الواردات المصرية من تلك المنتجات.⁶

⁵ آخر بيان متاح

⁶ تشكل أعلاف الحيوانات ذات الأساس النباتي الغالبية العظمى من الواردات المصرية من الأعلاف بنصيب يصل إلى ٦١٪ يليها الإضافات التي تحتوي على فيتامينات ومضادات حيوية ذات أساس نبات بنصيب يصل إلى ٢٨٪.

الشكل (٨): أكبر عشر دول تستورد منها مصر أعلاف الحيوانات عام ٢٠١٩ *

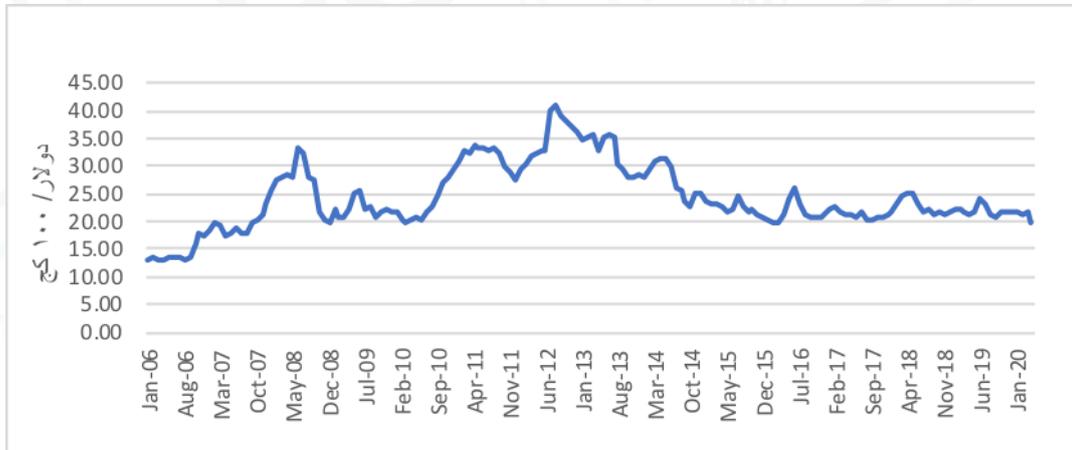


المصدر: Trade Map, 2020.

* HS 230990 شاملة الإضافات التي تحتوي على فيتامينات ومضادات حيوية لا تشمل أكل القطط والكلاب المباع في محلات التجزئة.

وتستفيد الصناعة حاليا من الاتجاه الواضح لانخفاض السعر العالمي للأعلاف منذ ٢٠١٣ مدفوعا بالانخفاض في الأسعار العالمية لكل من الذرة والقمح.

الشكل (٩): السعر العالمي للأعلاف خلال الفترة يناير ٢٠٠٦ - مارس ٢٠٢٠



المصدر: IFCN, May 2020.

ب- الألبان:

يوجد في مصر ثلاثة أنواع من منتجي الألبان هم صغار المزارعين والحظائر التجارية وكبار مزارع المواشي المتخصصة، وتنعكس الخصائص التي يتمتع بها كل منتج في الطريقة التي يتم بها توريد اللبن على النحو الموضح في الجدول (٣).

الجدول (٣): منتجو الألبان في مصر وطريقة التوريد وأكثر المشكلات التي تواجههم
شيوعا

المُنتج	خصائصه	طريقة التوريد	أكثر المشكلات شيوعاً
صغار المزارعين (يتراوح حجم المزرعة من ١ - ٢٠ بقرة)	<ul style="list-style-type: none"> يُعتبروا المورد التقليدي للألبان في مصر. مسؤولون عن إنتاج ما يقرب من ٧٠ ٪ من إنتاج الألبان في مصر يتم حلب الأبقار بالطرق التقليدية 	<ul style="list-style-type: none"> هناك أربع قنوات أساسية لبيع الألبان هي: من المزارع إلى المستهلك مباشرة من المزارع إلى المصانع مباشرة داخل نفس القرية في حالة تواجدها. من المزارع إلى تاجر وسيط والذي يقوم بدوره بتسليم الألبان إلى مصنع الألبان. من المزارع إلى نقطة التجميع داخل القرية ومنها إلى تاجر الجملة ثم إلى كبرى مصانع الألبان أو محال التجزئة إلى المستهلك. 	<ul style="list-style-type: none"> الحاجة إلي سلاطات من الأبقار عالية الإدرار. عدم القدرة على توفير الأعلاف الجيدة للأبقار. الطرق البدائية لحلب الأبقار ونقل الألبان وتجميعها. ضعف خدمات الدعم الفني المقدمة. ارتفاع النشاط غير الرسمي فيما يتعلق بمراكز تجميع الألبان الوضع الاحتكاري لمنتجات وتجار الأعلاف النظام الآجل في دفع ثمن اللبن الخام من نقطة التجميع إلى المزارعين تعدد حلقات التوريد
الحظائر التجارية (Commerc ial Barns) (يتراوح حجم المزرعة من ١٠-٥٠ بقرة)	<ul style="list-style-type: none"> موجودة على حدود المدن الكبرى. تهتم هذه المزارع بعلف المواشي. يتم حلب الأبقار بالطرق التقليدية تستطيع تلك الحظائر استخدام كونتيرات مبردة للاحتفاظ بالألبان طازجة 	<ul style="list-style-type: none"> عادة ما يتم بيع الألبان المنتجة من الحظائر التجارية إلى المستهلكين مباشرة في كبار المدن من خلال محال التجزئة. 	<ul style="list-style-type: none"> الطرق البدائية لحلب الأبقار ونقل الألبان وتجميعها. الاعتماد بشكل كبير على الأعلاف المستوردة، مما يعرضها للتقلبات في الأسعار العالمية للأعلاف، وارتفاع تكاليف الإنتاج.

<ul style="list-style-type: none"> ■ الاعتماد بشكل كبير على الأعلاف المستوردة، مما يعرضها للتقلبات في الأسعار العالمية للأعلاف، وارتفاع تكاليف الإنتاج. ■ غياب تنظيم العلاقة بين منتجي الألبان ومصانع الألبان، ويتم تحديد سعر توريد اللبن الخام من قبل مصانع الألبان الكبرى (٣ مصانع) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ تقوم تلك المزارع بتوريد إنتاجها لمراكز تجميع مملوكة لمصنع كبير للألبان أو مراكز تجميع مستقلة. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ مزارع كبيرة عادة ما تخصص في نوع واحد من المواشي. ■ مسؤولة عن إنتاج ما يقرب من ١٠٪ فقط من إجمالي الإنتاج من الألبان ■ تعتمد على التكنولوجيا الحديثة والوسائل الميكانيكية في حلب الأبقار. ■ وتحظى تلك المزارع بالأولوية لدى مراكز التجميع الكبيرة وكبار مصانع الألبان. ■ هناك بعض مزارع المواشي المملوكة لكبار مصنعي الألبان. 	<p>كبار مزارع المواشي المتخصصة (يبلغ حجم المزرعة أكثر من ٥٠ بقرة)</p>
--	---	---	---

المصادر: مجمع من المصادر التالية: (Abdel latif, A. (2008), Soliman, I.. & Ahmed Mashhour.(2011), 7.

- يتركز موسم إنتاج اللبن في الشتاء والربيع، حيث يتم إنتاج ٦٥٪-٧٥٪ من إجمالي الإنتاج السنوي من الألبان خلال تلك الفترة. ووفقا للنشرة السنوية لإحصاءات الثروة الحيوانية لعام ٢٠١٦، تنتج مصر ٥,٠٨٨ مليون طن من الألبان، منهم ٥١٪ من الأبقار و ٤٥,٨٪ من الجاموس⁸.
- تعتبر محافظات الوجه البحري⁹ هي المصدر الأساسي للألبان، حيث يصل نصيبها ٥٨٪ من إجمالي إنتاج الألبان في مصر وعلى رأسها محافظة البحيرة بنصيب يصل إلى ٢١٪ (يبين الشكل رقم (١) في الملحق التوزيع الجغرافي لإنتاج الألبان في مصر).
- تستخدم مصانع منتجات الألبان اللبن المجفف لتعويض النقص في المعروض المحلي من الألبان. ويتم استيراد الألبان المجففة من الخارج بالأساس حيث شكلت ٤٤٪ من إجمالي الواردات المصرية من منتجات الألبان عام ٢٠١٩ (يوضح الجدول (١) في الملحق هيكل الواردات المصرية من منتجات الألبان)، وتستورد مصر من خمس دول فقط (نيوزلندا وألمانيا وفرنسا وكندا والمملكة المتحدة) ٦٩٪ من إجمالي وارداتها من هذه المنتجات. هذا، وقد شهدت الأسعار العالمية للألبان المجففة (سواء كاملة الدسم أو خالية الدسم) اتجاها نحو الانخفاض منذ منتصف ديسمبر ٢٠١٩ - بعد ارتفاعها خلال

⁷ Ibrahim,S. & Ahmed Mashhour.(2011), "Dairy Marketing System In Egypt", Sustained Working Paper

⁸ آخر بيان مُتاح

⁹ يضم الوجه البحري المحافظات التالية: البحيرة، الشرقية، الغربية، المنوفية، الدقهلية، دمياط، القليوبية، كفر الشيخ والإسكندرية.

الأشهر السابقة من عام ٢٠١٩-١٠ لتصل إلى أدنى مستوى لها خلال شهر مايو، ثم تعاود الارتفاع في شهري يونيو ويوليو (يوضح الشكلان (٢) و(٣) في الملحق تطور الأسعار العالمية للبن المجفف كامل ومنزوع الدسم). هذا ويلعب الطلب من الصين دورا أساسيا في تحديد أسعار الألبان المجففة ومنتجات الألبان بصفة عامة.

■ هذا ويعتبر اللبن الخام أعلى عناصر التكلفة في إنتاج منتجات الألبان؛ فوفقا لإحدى الدراسات¹¹ يمثل اللبن الخام ٧٦٪ من تكاليف إنتاج اللبن الزبادي و ٨٥٪ من تكاليف إنتاج الجبن الأبيض، و ٩١٪ من إنتاج اللبن المبستر.

ت-منتجات وسيطة أخرى

تستخدم صناعة منتجات الألبان مجموعة من المنتجات الوسيطة الأخرى وفي مقدمتها منتجات التعبئة والتغليف¹² فضلا عن منتجات وسيطة أخرى مثل المنفحة، أملاح توازن الكالسيوم، ملح الطعام، أملاح مثبتة، مواد استحلاب والدهن النباتي، هذا بالإضافة إلى الآلات المستخدمة في صناعات الألبان.

وتمثل منتجات البلاستيك ٥٨٪ من إجمالي مواد التعبئة والتغليف المستوردة¹³ يليها الألومنيوم فويل بنسبة تصل إلى ٢٨٪ ثم المنتجات الورقية شاملة الورق المقوى بنصيب يصل إلى ١٤٪. وبالإضافة إلى ذلك يتم استيراد الآلات والمعدات الخاصة بالتعبئة والتغليف، وتنظيف وتجفيف وتعبئة وغلق الزجاجات والعبوات، بالإضافة إلى قطع الغيار بما تقترب قيمته من ٢٣٥ مليون دولار¹⁴. وبالنظر إلى أهم الدول التي تستورد منها مصر منتجات التعبئة والتغليف، نجد أنه بالرغم من أن الصين تعتبر من أكبر خمس دول موردة لمنتجات التعبئة والتغليف لمصر إلا إنها لا تتمتع بوضع احتكاري في هذا الصدد باستثناء الألومنيوم فويل حيث تستورد مصر ٩٦٪ من وارداتها من الألومنيوم فويل من الصين تليها الهند. أما بالنسبة لمنتجات البلاستيك، فتأتي السعودية على رأس القائمة بنصيب يصل إلى ٣٧٪، ثم الصين بنصيب يصل إلى ١١٪، وأخيرا، فيما يتعلق بالورق فتصدر الصين قائمة الموردين بنصيب يقدر بـ ٢٥٪ يليها السعودية بنصيب يقدر بـ ٢١٪.

وبصفة عامة تتم تلك المرحلة من مراحل سلسلة قيمة صناعة منتجات الألبان بارتفاع درجة المخاطر المرتبطة بهذا النشاط وذلك نتيجة أن:

¹⁰ فبالرغم من أنها شهدت ارتفاعا خلال شهر يناير إلا إنها لم تصل إلى المستويات التي تحققت خلال الأشهر السابقة من عام ٢٠١٩، كما أنها عادت للانخفاض مرة أخرى في شهر فبراير.

¹¹ عبد السلام، محمود (٢٠١٥). "اقتصاديات تصنيع وتسويق الألبان بمحافظة الفيوم"، رسالة دكتوراه، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة. جامعة الفيوم.

¹² هناك ستة أنواع من التعبئة والتغليف مستخدمة من قبل صناعات الألبان وهي: الورق المقوى متعدد الطبقات (النتراباك)، العبوات المعدنية، العبوات البلاستيكية، العبوات الزجاجية، الألومنيوم فويل، الورق المقوى.

¹³ تضم الأكواد: ٧٦٠٧١١، ٣٩٢٠٢٠، ٣٩٢٣٥٠، ٣٩٢٣٢٩، ٤٨٠٨١٠، ٤٨١٩١٠، ٤٨٠٨٤٩، ٤٨١١٥٩، ٤٨٠٨٣٠، ٤٨٠٨٢٠، ٤٨٠٨٢٠.

¹⁴ تمثل هذه الأرقام إجمالي الواردات المصرية من تلك المنتجات والتي تعتبر صناعة منتجات الألبان واحدة من أهم مستخدميها.

- رأس المال الأساسي هو الأبقار والتي لها متطلبات رعاية خاصة في التغذية والرعاية الصحية وتختلف مع اختلاف دورة حياة الأبقار.
- في حالة تعرض القطيع لمرض يكون أشبه بالوباء قد يصيب كامل المزرعة مما يعرض المزرعة لخسارة فادحة.
- الاعتماد على الأعلاف المستوردة.
- المنتج الأساسي (اللبن) منتج سريع التلف وشديد الحساسية للتبريد والنظافة وكل عناصر التداول.
- وجود قدر من الموسمية في إنتاج الألبان.
- يتم تسليم الألبان بشكل يومي وفي نفس الوقت يتم الدفع بعدها بفترة تتراوح ما بين ١٠-٢٥ يوم، وهو ما يعرض المزارعين لأزمة حقيقية في حالة وجود أي صدمة ولاسيما في ظل الحاجة إلي شراء أعلاف الحيوانات بكميات كبيرة والاحتفاظ بقدر مقبول من المخزون في بعض أنواع الأعلاف.
- عملية الخروج من هذا النشاط تعتبر بطيئة ومكلفة حيث لا تستطيع مزارع الألبان بيع القطيع بالكامل بدون تكبد خسائر كبيرة، ومن ثم يلجأ المزارعون في هذه الحالة إلى البيع التدريجي، وتكون درجة المخاطر أعلى بالنسبة للمزارع الصغيرة (Abel-Latif, A. 2008)

2- تصنيع منتجات الألبان

- تتسم صناعة منتجات الألبان بارتفاع حجم القطاع غير الرسمي، فوفقا لبيانات غرفة الصناعات الغذائية يوجد ١١٤٤ مصنع لمنتجات الألبان مسجل لدى الغرفة عام ٢٠٢٠، في حين نجد أنه وفقا لبيانات وزارة الزراعة يوجد ١١٤٧ مصنع لتصنيع الجبن الأبيض فقط عام ٢٠١٥. هذا التعارض في الأرقام يشير إلى وجود نشاط غير رسمي ضخم في هذا القطاع لا ينعكس في الأرقام المسجلة لدى الغرفة (يتضمن الشكل رقم ٣ في الملحق التوزيع الجغرافي لمنشآت منتجات الألبان ومناطق إنتاج الألبان في مصر).
- بصفة عامة لا تستغل كافة المصانع كامل طاقتها الإنتاجية، مع وجود اختلافات بين المحافظات وهو ما يترتب عليه ارتفاع التكاليف¹⁵ (يوضح الشكل رقم (٤) في الملحق نسبة الطاقة الإنتاجية الفعلية إلى الطاقة القصوى لإنتاج الجبن الأبيض في محافظات الجمهورية).

¹⁵ علي سبيل المثال، فيما يخص الجبن الأبيض، تتراوح نسبة الطاقة الإنتاجية الفعلية إلى الطاقة القصوى ما بين ٢١٪ في حدها الأدنى والذي تحقق في محافظة الغربية، و٨٩٪ في حدها الأعلى والذي تحقق في محافظة القاهرة.

■ تتنوع أحجام المنشآت العاملة في صناعة منتجات الألبان ما بين صغيرة ومتوسطة بالإضافة إلى المصانع الكبيرة، والمصانع التي تعمل بشكل غير رسمي، وكل مجموعة من المنشآت تواجه مجموعة من التحديات الخاصة بها على النحو الذي يلخصه الجدول التالي:

الجدول (٤): خصائص الأحجام المختلفة من المنشآت العاملة في صناعة الألبان والمشكلات الأكثر شيوعاً التي تواجهها

حجم المنشأة	خصائصها	أكثر المشكلات شيوعاً
منشآت صغيرة (رسمية وغير رسمية)	<ul style="list-style-type: none"> تكنولوجيات تقليدية. مجموعة محدودة من منتجات الألبان. تتواجد غالبيتها في المحافظات ولاسيما في القري. تحصل على الألبان من المزارعين مباشرة أو تجار الجملة أو مراكز التجميع التقليدية. تعتمد إلى حد كبير على الألبان المجففة جانب كبير من إنتاجها غير معبأ آلياً توجه إنتاجها للسوق المحلي بالأساس تعتبر مجال البقالة التقليدية هي قناة التوزيع الأساسية 	<p>1-المشكلات الخاصة بالخامات</p> <ul style="list-style-type: none"> ارتفاع نسبة الفاقد في اللبن عدم جودة الألبان الموردة وجود مشكلات في مدخلات الإنتاج الأخرى ولاسيما المنفحة. عدم القدرة على استخدام منتجات التعبئة والتغليف الجيدة. ارتفاع التكاليف المرتبطة باستيراد اللبن المجفف <p>2-المشكلات الخاصة بالعملية الإنتاجية</p> <ul style="list-style-type: none"> ارتفاع نسبة الهادر في المنتج النهائي. عدم توفر السيولة اللازمة لتحديث تكنولوجيات الإنتاج غياب الاختبارات اللازمة للتحقق من جودة المنتج <p>3-المشكلات الخاصة بالتوزيع والتسويق</p> <ul style="list-style-type: none"> ارتفاع الهادر والبضاعة المرتجعة عدم توفر المعلومات التسويقية انخفاض الطلب على الأجبان التقليدية كالجبن الدمياطي
منشآت متوسطة وكبيرة	<ul style="list-style-type: none"> يوجد ثلاث شركات كبيرة فقط في إنتاج اللبن المبستر والزبادي تكنولوجيات حديثة مميكنة مجموعة متنوعة من منتجات الألبان ارتفاع جودة المنتجات تحصل على الألبان إما من مزارعها أو من كبرى المزارع و مراكز التجميع 	<p>1-تحديات خاصة بالمواد الخام</p> <ul style="list-style-type: none"> ارتفاع تكاليف الإنتاج نتيجة استيراد جزء كبير من مستلزمات الإنتاج <p>2-تحديات خاصة بالإنتاج</p> <ul style="list-style-type: none"> نقص الأيدي العاملة الماهرة ضعف البحث والتطوير الغياب التام لأنشطة البحث لتطوير المنتجات التقليدية (من الجبن الدمياطي) عدم وجود مواصفة مصرية للقيمة الغذائية في مختلف منتجات الألبان عدم توفر معامل لإجراء بعض الاختبارات وكذلك وجود مشكلات مرتبطة بدقة نتائج الاختبارات

<p>وسرعة الحصول عليها.</p> <p>3- تحديات خاصة بالتوزيع والتسويق</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ عدم وجود جهود تسويقية للأجبان التقليدية مثل وجود Brand names لها ■ سوء المناولة والتخزين لدى تجار الجملة والتجزئة ■ تحديات مرتبطة بالتجارة الخارجية وتتمثل في: ■ طول فترات الإفراج الجمركي ■ عدم التفرقة في الجمارك بناء على نسبة البروتين في المنتج ■ غياب الاتفاقيات التجارية الثنائية مع بعض الأسواق التصديرية المحتملة مثل البرازيل ■ عدم توفر المعلومات السوقية اللازمة، وضعف الجهد التسويقي لبعض الأسواق التصديرية غير التقليدية مثل السوق الأفريقي وروسيا، والصين ■ بطء استرداد المصدرين لمستحقاتهم من دعم الصادرات 	<ul style="list-style-type: none"> ■ توجه إنتاجها للسوق المحلي والتصدير 	
---	--	--

المصادر: (Soliman, I.. & Ahmed Mashhour (2011) ؛ Kassem, A. et al., 2018¹⁶؛ Abdel- Latif, A. ,2008)

٣- التسويق والتوزيع

أما عن تسويق المنتج النهائي فنجد أن منتجات الألبان يتم استهلاكها محليا بالأساس؛ حيث تصدر مصر ٢٢٪ من إجمالي الإنتاج التام من منتجات الألبان عام ٢٠١٦. وبصفة عامة تعتبر محال البقالة التقليدية هي المنفذ الأساسي لبيع منتجات الألبان في مصر بنصيب يصل إلي ٥٤,٢٪ (EU,2019)¹⁸ (الشكل رقم ٥) في المحلق يبين قنوات توزيع منتجات الألبان في مصر). وتختلف القناة التي يتم التوزيع من خلالها وفقا لنوع الجبنة على النحو الموضح في الجدول (٥)، ويلاحظ أن هناك بعض الأجبان ولاسيما الأجبان الأوروبية يتم بيعها للمطاعم والفنادق بالأساس

الجدول (٥): أنواع الأجبان المختلفة وقنوات توزيعها

نوع الجبن	القناة التي يتم التوزيع من خلالها
<ul style="list-style-type: none"> ■ الأجبان المصنوعة من الزيوت النباتية 	<ul style="list-style-type: none"> ■ تجار الجملة ■ تجار الأجبان (Cheese Traders) ■ البيع المباشر لتجار التجزئة باستخدام سيارات مبردة ■ منطقة توزيع مبردة

¹⁶ Kassem, A. et al. (2018), " Strengthening Entrepreneurship and Enterprise Development : Dairy Value Chain Mapping and Assessment", USAID

¹⁷ الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء (٢٠١٨)، الإحصاء الصناعي السنوي: قطاع خاص ٢٠١٦

¹⁸ EU(2019). " The food and Beverage Market Entry Handbook-Egypt", Egypt Market Entry Handbook.

▪ منفذ بيع في المصنع للمستهلك مباشرة	
▪ تجار الأجبان (Cheese Traders)	الجبنة الدمياطي
▪ تجار الأجبان (Cheese Traders)	جبنة الرأس
▪ تجار الأجبان (Cheese Traders) ويتم توزيعها في محافظات الوجه القبلي بالأساس	الجبنة الملاوي
▪ الهايبر ماركت	
▪ الفنادق والمطاعم والسوبرماركت والهايبر ماركت	الأجبان الأوروبية
▪ الفنادق والمطاعم، وتجار الجملة والتجزئة (محلات البقالة المتخصصة في المنتجات السورية)	الأجبان السورية
▪ تجار الجملة	الأجبان المطبوخة
▪ تجار التجزئة	
▪ الشركات الكبيرة	السمن
▪ مصانع ومحلات الحلويات	
▪ والمنازل في المناطق الريفية	
▪ السوبر ماركت والهايبرماركت	اللبن سريع الذوبان
▪ تجار التجزئة	
▪ مندوبي المبيعات	

المصدر: .kassem,A. et al,2018

ويشهد حجم السوق في مصر نموا متزايدا لجميع منتجات الألبان، فعلى سبيل المثال حقق حجم سوق منتجات الزبادي واللبن الرائب متوسط معدل نمو يقدر بحوالي ٣,١٣٪ خلال الفترة (٢٠١٢-٢٠١٧)، يليه كل من الألبان والأجبان بمتوسط معدل نمو سنوي يُقدر بحوالي ٣,١٢٪ و ٤,٧٪ على التوالي (EU,2019) (يتضمن الشكل (٦) في الملحق معدلات نمو حجم سوق منتجات الألبان في مصر خلال الفترة (٢٠١٢-٢٠١٧) وتوقعات معدلات نموه المستقبلية خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠٢٢).

أما عن الصادرات فتركز الصادرات المصرية من منتجات الألبان في الأجبان والتي تشكل ٨٣٪ من إجمالي الصادرات المصرية من منتجات الألبان عام ٢٠١٩. وبالتركيز على الصادرات من الأجبان نجد أنها تتركز في الجبن المطبوخ (Processed Cheese) والجبن الطازج غير المنضج (Fresh cheese "unripened or uncured") حيث يمثل الاثنان ٨٠٪ من إجمالي الصادرات المصرية من الأجبان. وتعتبر مصر من أكبر الدول المصدرة للأجبان المطبوخة في العالم، إلا أنها لم تتمكن في أي مرحلة أن يكون لها منتج خاص بها (Brand) بالرغم من أن الجبن الدمياطي يتمتع بالخصائص التي تؤهله لذلك.

وبالرغم من تركيز الصادرات المصرية من الأجبان في هذين المنتجين إلا أن مصر استطاعت تحقيق قدر من التنوع في الصادرات المصرية من الأجبان في السنوات الأخيرة، حيث حققت الأجبان ذات العروق الزرقاء والأجبان الأخرى أعلى متوسط نمو للصادرات خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠١٩) مقابل تراجع معدلات نمو الصادرات المصرية التقليدية من الأجبان المطبوخة والجبن الطازج غير المنضج (يتضمن الشكل (٧) في الملحق معدلات نمو الصادرات المصرية من الأنواع المختلفة من الأجبان).

وتصدر مصر منتجات الألبان بالأساس إلى الدول العربية، حيث تشكل تلك المجموعة ٩٢٪ من إجمالي الصادرات المصرية من الألبان عام ٢٠١٩. ويأتي كل من السعودية وليبيا والأردن في مقدمة الدول التي تصدر لها مصر منتجات الألبان بأصبغة تقدر بـ ١٩٪، ١٦٪ و ١٤٪ على التوالي من إجمالي الصادرات المصرية من الألبان. وخارج الدول العربية تعتبر كل من روسيا وتركيا وارتريا في مقدمة الدول التي تصدر لها مصر منتجات الألبان بأصبغة ١،٢٪ لكل منها. وعند قيام المنشآت الصغيرة بالتصدير يكون ذلك من خلال شركة للتصدير. Exporting Agency.

رابعاً: كيف تأثرت صناعة منتجات الألبان بالأزمات السابقة

تأثرت صناعة منتجات الألبان شأنها شأن الصناعات التحويلية الأخرى بالأزمات السابقة والتي تم تحليلها بشكل تفصيلي في تقرير المركز السابق العدد رقم ٦ عن الصناعات التحويلية مجمعة، إلا إنه نظراً لكون منتجات الألبان من السلع الضرورية (وبالتالي انخفاض مرونة الطلب عليها)، بالإضافة إلى أن الغالبية العظمى من مبيعاتها موجهة للسوق المحلي، فإن تأثر تلك الصناعة بالأزمات السابقة كان أقل حدة عن باقي الصناعات التحويلية، كما أن تأثيرها في معظم الأوقات كان تأثيراً مؤقتاً. وسوف نركز هنا على تحليل تأثير صناعة الألبان بأزمة تعرضت لها الصناعة وهي أزمة تعويم الجنيه عام ٢٠١٦. فقد ترتب على تعويم الجنيه تأثيران أساسيان:

1 - **الارتفاع في سعر مستلزمات الإنتاج:** وهنا يجب التفرقة بين نوعين من مستلزمات الإنتاج:

أ- مواد التعبئة والتغليف (النتراباك والألومنيوم فويل ومنتجات البلاستيك):

وقد اختلف تعامل المنشآت مع ارتفاع تكاليف مواد التعبئة والتغليف وفقاً لمدى توفر البديل المحلي لتلك المنتجات، ففي حالة مواد التعبئة والتغليف التي ليس لها بديل محلي مثل الألومنيوم فويل والنتراباك فقد لجأت المنشآت إلى تحميل الزيادة في تكلفتها على المستهلكين بشكل تدريجي. أما في حالة مواد التعبئة والتغليف من

البلاستيك والتي قد يوجد بديل محلي لبعض أنواعها فقد لجأت المنشآت إلي استخدام البديل المحلي ولو جزئياً شريطة ملائمة الجودة.

ب- اللبن المجفف: أدى ارتفاع أسعار اللبن المجفف نتيجة لارتفاع سعر الدولار إلي تحفيز المنشآت لزيادة نسبة اللبن السائل المستخدمة في الإنتاج (من المزارع ومراكز التجميع) وخاصة بالنسبة للشركات المنتجة للبن المبستر والزابدي بشرط جودة الألبان وملاءمة العد البكتيري. وقد ترتب على عملية الإحلال توفير العملة الصعبة، فضلاً عن تحقيق قدر أكبر من السيولة لدى الشركات حيث يتم دفع ثمن الألبان السائلة على دفعات بناء على التوريد على خلاف اللبن الجاف الذي يتم شراء كمية كبيرة منه مرة واحدة وتخزينها. هذا ولم تستطع الشركات المنتجة للأجبان الإحلال محل اللبن المجفف نظراً لأن طبيعة عملياتها الإنتاجية يستلزم بالضرورة استخدام اللبن المجفف.

2 - انخفاض الطلب: نتيجة انخفاض القوة الشرائية للمواطنين: وهو ما ترتب عليه انخفاض في حجم المبيعات، وكان من المتوقع أن تعود الصناعة إلى معدلاتها الطبيعية بحلول عام ٢٠٢٠.

خامساً: كيف تأثرت صناعة منتجات الألبان بصدمات العرض والطلب في إطار دورة الأزمة

يرتبط التأثير المتوقع على جانبي الطلب والعرض بالمرحلة التي نحن بصدددها من دورة الأزمة، وعلى ذلك يمكن أن نتتبع خمس مراحل زمنية وفقاً لدورة الأزمة، ويلخص الشكل التالي هذه المراحل على النحو الآتي:

الشكل (10): مراحل الأزمة



وفيما يلي توصيف موجز لكل مرحلة:

المرحلة الأولى: ظهور الفيروس

شهدت بداية الأزمة وتفاقمها في الصين فقط، ولم يتأثر باقي العالم ومنه الدول العربية والأوروبية بالأزمة بعد .

المرحلة الثانية: بداية الانتشار

انتشار واسع للفيروس عالميا، وتأثرت الدول الأوروبية بشدة به وبدأت الدول العربية في التأثر مع نهاية شهر فبراير وبادرت باتخاذ تدابير احترازية منعا لانتشار الفيروس.

المرحلة الثالثة: تفاقم المشكلة

تفاقم الوضع في العالم وإجراءات مشددة في الدول الأوروبية والعربية وخاصة السعودية وتفاقم كبير للأزمة في إيطاليا وبدايات انحسار الفيروس في الصين وبداية انتشاره في الولايات المتحدة الأمريكية.

المرحلة الرابعة: انحسار الأزمة

بداية التعافي من الفيروس عالميا بدءا من الصين ويتوقع أن تليها الدول الأوروبية وأخيرا الدول العربية، والولايات المتحدة.

المرحلة الخامسة: التعافي:

التعافي الكامل بشكل تدريجي لجميع الدول ومنها الدول العربية وإن كان يتوقع تأخر تعافي الأخيرة بحكم قوة تأثيرها بالاقتصاد العالمي وضعف تأثيرها فيه.

وسوف نعرض في الجدول (٦) تأثير صناعة منتجات الألبان بالأزمة منذ بدايتها وتحليل الموقف الحالي وتوقعات المرحلة القادمة بدءا من أغسطس ٢٠٢٠- حتى يونيو ٢٠٢١ وذلك في ضوء المفاهيم والافتراضات التالية:

المفاهيم

- **صدمة الطلب:** تغير مفاجئ في الطلب على منتجات الألبان وأنماط الاستهلاك
- **صدمة العرض:** عدم قدرة مصانع الألبان على تلبية الطلب أو التوافق مع أنماط الاستهلاك

افتراضات التحليل

1. يتم تتبع الطلب على منتجات الألبان من خلال الطلب على السوبر ماركت.
2. طلب السوبر ماركت على منتجات الألبان المعبأة مرتبط بسعته التخزينية.
3. طبيعة دورة رأس المال في صناعة منتجات الألبان والتي ترتبط بتأثير الأزمة على القطاع تتسم بالخصائص التالية:

أ- الموسمية في إنتاج اللبن السائل.

ب- الحاجة إلى تخزين قدر مقبول من منتجات الأعلاف لضمان استدامة توفر العلف.

ت- الحاجة إلى تخزين اللبن المجفف، التي قد تصل في بعض الحالات إلى الاحتفاظ بمخزون يكفي لسته أشهر.

ث- القدرة المحدودة للمزارع بشكل عام وخصوصا صغار مربى المواشي على التحكم في السعر، مع قيام مصانع الألبان بدفع ثمن الألبان الموردة من مزارع الألبان بشكل آجل.

4. درجة تأثر مزارع الألبان بالأزمة مرتبط بدرجة تأثر مصانع منتجات الألبان بها.

5. التركيز بالأساس على السوق المحلي نظرا لأن صناعة منتجات الألبان في مصر هي في الأساس موجهة للسوق المحلي.

6. لا يتم تحليل الصادرات في الجدول ليس فقط لقلتها بل أيضا لأن الأجبان المطبوخة (المنتج التصديري الأساسي لمصر) من المنتجات الاستهلاكية الأساسية لدى كافة المواطنين في كل أنحاء العالم، وبالتالي لم يتأثر الأداء التصديري بالأزمة¹⁹.

7. التقدير الكمي للتغير في المبيعات تم وضعة بشكل تقريبي من خلال استبيان محدود مع عدد من مصانع منتجات الألبان بمختلف أنواعها²⁰.

الجدول (٦): تأثر صناعة منتجات الألبان بالأزمة منذ بدايتها وتحليل الموقف الحالي وتوقعات المرحلة القادمة بدءا من أغسطس ٢٠٢٠ - حتى يونيو ٢٠٢١

المرحلة	صدمة الطلب و/أو صدمة العرض	التحليل	التأثير على مصر
المرحلة الأولى: ظهور الفيروس (ديسمبر 2019 - يناير 2020)	لا يوجد أي صدمات	<ul style="list-style-type: none">■ ظهور الفيروس في الصين وعدم تأثر مصر خلال تلك الفترة وبالتالي استمرار النشاط الاقتصادي بشكل طبيعي■ انخفاض السعر العالمي من الألبان المجففة في النصف الثاني من ديسمبر مدفوعا بالأساس بانخفاض واردات الصين من الألبان كنتيجة مباشرة لكوفيد ١٩، بالإضافة إلى وجود فائض	<ul style="list-style-type: none">■ لا يوجد تأثير على جانب الطلب■ لا يوجد تأثير على تكاليف إنتاج المنتجين نظرا لقيام المنتجين بشراء مستلزمات الإنتاج من الألبان المجففة وتخزينها في فترة سابقة على انخفاض السعر.■ أما عن مستلزمات الإنتاج الأخرى ولاسيما منتجات التعبئة والتغليف، فإن احتفاظ المنتجين سواء مزارع الألبان أو مصانع منتجات الألبان بقدر من المخزون قد خفف من تأثير الأزمة في الصين على توفر مستلزمات

¹⁹ من واقع الاستبيان المحدود الذي تم مع عدد من مصانع منتجات الألبان.

²⁰ تم ترتيب اللقاء مع مجموعة المصنعين لمنتجات الألبان بالتعاون مع غرفة الصناعات الغذائية

<p>الإنتاج وخاصة فيما يتعلق بالألومنيوم فويل. بالإضافة إلي توفر أسواق بديلة وعلي رأسها السعودية وتركيا في حالة البلاستيك والمنتجات الورقية.</p>	<p>في إنتاج الألبان، حيث جاءت التوقعات بمعدلات نمو إيجابية لا كبر ٧ مناطق منتجة للألبان في العالم خلال الربع الثاني من عام 21٢٠٢٠.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ عدم قدرة الصين علي توريد مستلزمات الإنتاج من منتجات التعبئة والتغليف والأعلاف 		
<ul style="list-style-type: none"> ■ لم يتأثر العرض نتيجة لاحتفاظ المنتجين بمخزون من مستلزمات الإنتاج وخاصة في ظل استعدادات شهر رمضان ■ تغير أنماط الاستهلاك في اتجاه العبوات الأكبر نظراً لعدم وجود طلب على العبوات الصغيرة مع تعليق الدراسة، بالإضافة إلي رغبة المستهلكين في التخزين. ■ نقص بسيط في طلب المطاعم والكافيهات نتيجة وجود بداية لاتجاه المستهلكين للبعد عن الأكل في الخارج لعدم تأكدهم من انتقال المرض من خلال الطعام 	<ul style="list-style-type: none"> ■ استمرار الوضع العالمي على النحو السابق ■ بداية ارتفاع الطلب المحلي علي منتجات الألبان وخاصة مع بدء الإجراءات الاحترازية في شهر مارس مدفوعا بخوف المستهلكين من مستقبل الأمن الغذائي الخاص بهم ودرجة توفر احتياجاتهم من الغذاء ■ قرار تعليق المدراس وتطبيق بعض الإجراءات الاحترازية ■ عدم وضوح مصادر انتقال المرض 	<p>صدمة طلب محدودة ولا يوجد صدمة عرض</p>	<p>المرحلة الثانية: بداية انتشار الفيروس (فبراير - منتصف مارس 2020)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ■ انعكس ارتفاع الطلب على منتجات الألبان في زيادة الطلب على الألبان السائلة ولكنه لم ينعكس على السعر بشكل واضح²³. ■ استمرار ارتفاع الطلب بالرغم من تراجع رغبة المستهلكين في التخزين نتيجة الطلب الكبير الطبيعي على الألبان والزبادي خلال شهر رمضان مقرونا بالعروض الترويجية التي قدمتها الشركات. ■ جاء الطلب بالأساس من خلال منافذ البيع (السوبرماركت و الهايبرماركت 	<ul style="list-style-type: none"> ■ الارتفاع الكبير في الطلب على كل المنتجات الغذائية شاملة منتجات الألبان المعبأة تحديدا مدفوعا برغبة المستهلكين في التخزين مع حالة الخوف التي انتابتهم مع تشديد الإجراءات الاحترازية وتطبيق حظر التجوال²². ■ تزامن تفاقم الأزمة مع حلول شهر رمضان في نهاية شهر إبريل 	<ul style="list-style-type: none"> ■ صدمة كبيرة في الطلب ■ صدمة عرض محدودة 	<p>المرحلة الثالثة: تفاقم المشكلة (منتصف مارس - منتصف مايو 2020)</p>

²¹ <https://www.dairyreporter.com/Article/2020/03/17/The-ripple-effects-of-COVID-19-A-look-into-global-dairy>

²² لمزيد من التفاصيل حول تأثير الأزمة علي الطلب في محلات البقالة والسوبرماركت يمكن الرجوع إلي رأي في أزمة - العدد ١٢

²³ سعر اللبن الخام تحده مصانع منتجات الألبان.

<p>ومحلات البقالة)، في حين انخفض الطلب جدا من الفنادق والمطاعم والكافيات²⁴ نتيجة الإجراءات الاحترازية وتوقف السياحة.</p> <p>■ اقتصر تأثير إجراءات حظر التجوال على حركة البضائع والعمال على أول أسبوعين فقط، ليزول أثرها بعد قرار الحكومة باستثناء ما يرتبط بالنشاط الصناعي من ساعات حظر التجوال والحصول على التصاريح اللازمة لذلك.</p> <p>■ استطاعت المنشآت زيادة المعروض من منتجات الألبان نتيجة مجموعة من العوامل:</p> <p>1 - استعداد المنشآت المسبق لاستقبال شهر رمضان (بما يطلق عليه فرشة رمضان) وبالتالي توفر جميع مستلزمات الإنتاج.</p> <p>2 - وجود طاقة عاطلة لدى بعض المنشآت وبالتالي القدرة على زيادة الإنتاج لمواجهة تزايد الطلب، أو اللجوء إلي العمل بأكثر من وردية لمواجهة الزيادة في الطلب.</p> <p>■ صدمة في العرض لبعض المنشآت ولاسيما الصغيرة منها لعدم قدرتها على الوفاء بالطلب على المنتجات المعبأة أليا نتيجة عدم قدرة تلك المصانع على التحول نحو المنتجات المعبأة لارتفاع التكاليف المرتبطة بذلك والحاجة إلى ضخ استثمارات جديدة. وقد اختلف هذا التأثير وفقا لمنفذ البيع للمنتجات غير المعبأة، حيث انخفض التوريد للسوبر ماركت والهايبر ماركت بنسب تتراوح ما بين ٢٠٪-٢٥٪. في حين توقف التوريد تماما للشركات التي تقوم بتقديم وجبات لعاملها وهو ما يمثل نسبة كبيرة من نشاط بعض المصانع</p>	<p>■ التوقف التام للنشاط السياحي</p> <p>■ زيادة الوعي الصحي للمواطنين نتيجة تخوفهم من كوفيد- ١٩ وبالتالي عدم الإقبال على منتجات بعينها دون أخرى</p>	
---	---	--

²⁴لمزيد من التفاصيل حول تأثير الأزمة علي الطلب في المطاعم والكافيات يمكن الرجوع إلي رأي في أزمة - العدد ١٦

<p>الصغيرة والتي قد تصل إلى ٤٠٪ وما فوق.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ التراجع الكبير في الطلب على الأجبان الأوروبية الـ Fresh والتي تطلبها الفنادق بالأساس وتعرض منتجي هذه المجموعة من المصانع لأزمة سيولة ناتجة عن وجود ارتجاج في البضائع المباعة للفنادق نظراً لأن الغالبية العظمى منها تالف، ووجود تأخير في سداد المستحقات، وهو ما أدى إلى لجوء بعض المصانع إلى إنتاج أجبان ذات مدة صلاحية أعلى. ■ ترتب على الخسائر التي تحملتها بعض المصانع لجوءها إلى تخفيض مرتبات العاملين وخفض محدود للعمالة ■ زيادة المبيعات المحلية من منتجات الألبان الأساسية من اللبن والزبادي بحوالي ١٢٪-١٣٪ في الربع الأول من هذا العام مقارنة بالربع الأول من العام الماضي معظمها في النصف الأخير من مارس. 			
<p>المرحلة الأولى:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ تراجعت المبيعات من اللبن والزبادي خلال شهر مايو بحوالي ٥٪ مقارنة بالعام السابق. ■ عانت مزارع الألبان خلال شهر مايو لمدة أسبوع واحد فقط لتواجد مخزون من الألبان لدى مصانع منتجات الألبان وانخفاض الطلب خلال شهر مايو ■ استمرار اتجاه المصنعين إلى إنتاج الأجبان ذات الفترة التخزينية الأعلى والابتعاد عن منتجات الأجبان الطازجة ومرتفعة الثمن. ■ خطط بعض المصانع لتحديث خطوط الإنتاج إلى أساليب التعبئة الآلية شريطة توفر التمويل اللازم. 	<p>يمكن تقسيم تلك الفترة إلى ثلاث مراحل:</p> <p>المرحلة الأولى مايو:</p> <p>شهدت تلك الفترة تراجع في الطلب على منتجات الألبان نتيجة انخفاض القدرة الشرائية للمستهلكين وتراجع الدخول، هذا بالإضافة إلى توشي الحذر في الإنفاق بالنسبة لشرائح الدخل المرتفع نتيجة حالة عدم التأكد بشأن مستقبل الفيروس.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ استمرار الصدمة الكبيرة في الطلب ■ استمرار الصدمة المحدودة في العرض 	<p>المرحلة الرابعة: انحسار الأزمة (منتصف مايو- أغسطس 2020)</p>
<p>المرحلة الثانية</p> <p>انعكس الارتفاع الطفيف في الطلب</p>	<p>المرحلة الثانية: شهر يونيو- يوليو</p>		

<p>خلال شهري يونيو ويوليو على ارتفاع المبيعات بنسبة تتراوح ما بين ٢٪-٣٪ مقارنة بنفس الفترة في العام الماضي</p>	<p>مع التخفيف من الإجراءات الاحترازية وعودة نشاط المطاعم والفنادق تدريجياً بدأ يتحسن الطلب على منتجات الألبان مرة أخرى.</p>		
<p>المرحلة الثالثة</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ السيناريو المتفائل: استمرار التحسن التدريجي في المبيعات خلال شهر أغسطس ■ السيناريو الأوسط: بقاء المبيعات عند نفس مستوياتها المتحققة خلال شهر يوليو ■ السيناريو المتشائم: تراجع المبيعات لتصل إلى المستويات المتحققة خلال شهر مايو 	<p>المرحلة الثالثة: أغسطس</p> <p>يوجد ثلاثة سيناريوهات وفقاً لتطور الفيروس:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ السيناريو المتفائل: استمرار انخفاض معدلات الإصابة بالفيروس والمزيد من التخفيف من الإجراءات الاحترازية ■ السيناريو المتوسط: استمرار معدلات الإصابة بالفيروس على نفس مستوى شهر يوليو وتمديد نفس الإجراءات الاحترازية ■ السيناريو المتشائم: عودة الارتفاع في معدلات الإصابة كنتيجة للتخفيف من الإجراءات الاحترازية خلال شهري يونيو ويوليو 		
<ul style="list-style-type: none"> ■ السيناريو المتفائل - تحسن كبير في الطلب والعودة إلى مستويات الطلب المتحققة خلال نفس الفترة من العام السابق ولكن مع عدم تحقق ما كان متوقفاً من قبل مصنعي الألبان من عودة الأرباح إلى مستوياتها قبل قرار التعويم في ٢٠١٦. - اتجاه المصانع الصغيرة إلى تحديث عملية التصنيع نحو الاستثمار في التعبئة والتغليف نتيجة زيادة الوعي الصحي للمواطنين ولكن يتوقف ذلك على توفر التمويل. - عودة الأنماط الاستهلاكية السابقة فيما يتعلق بحجم العبوات المباعة أو نوعيات الأجبان المباعة مع عودة النشاط السياحي وعودة نشاط 	<ul style="list-style-type: none"> ■ السيناريو المتفائل استمرار التعافي حتى تنتهي الأزمة تماماً خلال النصف الثاني من سبتمبر وبالتالي عودة النشاط الاقتصادي بشكل طبيعي ودخول المدارس في شهر أكتوبر كما أعلنت وزارة التربية والتعليم 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ترتبط صدمات الطلب والعرض بسرعة التعافي 	<p>المرحلة الخامسة التعافي (بداية من سبتمبر 2020 حتى يونيو ٢٠٢١)</p>

المطاعم والكافيات.			
<p>■ السيناريو المتوسط</p> <p>- بقاء المبيعات عند نفس مستوياتها المتحققة خلال شهر يوليو</p> <p>- استمرار اتجاه المصانع في تحويل خطوطها الإنتاجية بعيداً عن الأجبان الطازجة</p>	<p>■ السيناريو المتوسط</p> <p>استمرار الفيروس حتى نهاية العام والاستمرار في الإجراءات الاحترازية المطبقة في السيناريو المتوسط من المرحلة السابقة</p>		
<p>■ السيناريو المتشائم</p> <p>- تراجع مستويات الطلب إلى المستوى المتحقق خلال شهر مايو في قمة الأزمة</p> <p>- إغلاق بعض المصانع الصغيرة ومتناهية الصغر الغير قادرة على الاستثمار في تحديث عملياتها الإنتاجية والاتجاه نحو المنتجات المعبأة آلياً</p> <p>- اتجاه بعض المنشآت إلى التقليل من مستويات العمالة</p>	<p>■ السيناريو المتشائم</p> <p>ظهور موجة ثانية من الفيروس مع بداية فصل الشتاء، وعدم عودة المدارس</p>		

نخلص من التحليل السابق أنه بالرغم من الاستفادة الظاهرية لصناعة منتجات الألبان من الأزمة، إلا إن هذه الاستفادة هي في واقع الأمر استفادة مؤقتة مرتبطة بخوف المواطن، ولم تتحقق لجميع المنشآت وكافة المنتجات وذلك على النحو التالي:

- لم تستفد جميع القطاعات الفرعية لصناعة منتجات الألبان، حيث جاءت الاستفادة الأساسية لصالح المنتجات ذات القدرة التخزينية الأعلى، والمنتجات الأساسية في النمط الغذائي للمواطن، والمنتجات منخفضة السعر. وتضم تلك المجموعة من المنتجات كل من اللبن المبستر، والزبادي والأجبان الجافة والمطبوخة. في حين تعرضت منتجات الأجبان الطازجة والأنواع الأوروبية من الأجبان لخسائر خلال فترة الأزمة.
- لم تستفد جميع أحجام المنشآت من الأزمة، حيث استفادت المنشآت التي تستخدم أساليب التعبئة الآلية، والتي يتوفر لديها الطاقة الإنتاجية لمواجهة الزيادة في الطلب خلال فترة تفاقم الأزمة.
- من غير المتوقع تكرار الاستفادة المؤقتة التي تحققت للصناعة في حالة ظهور موجة ثانية من الكوفيد ١٩ نتيجة تأقلم المواطنين مع الوضع القائم نتيجة الفيروس ووجود نوع من الطمأنينة حول أمنهم الغذائي، وفي مقابل ذلك من المتوقع أن يستمر الأثر السلبي المرتبط

بانخفاض القوة الشرائية للمواطن في حالة عدم التعافي أو ببطء هذا التعافي، كذلك من المتوقع استمرار التغير في الأنماط الاستهلاكية للمواطنين.

وهنا تجدر الإشارة إلي إنه يمكن لصناعة منتجات الألبان الاستفادة بشكل كبير من زيادة الوعي الصحي للمواطن لتحديث خطوط الإنتاج باتباع أساليب التعبئة الآلية وزيادة جودة المنتجات وهو ما يتطلب الدعم الحكومي لهذه الصناعة من خلال تقديم التمويل اللازم، والتغلب على العوائق المؤسسية التي تواجه هذه الصناعة وهو ما سيتضح في الأقسام التالية من هذه الدراسة.

سادساً: الإجراءات المطلوبة لتخفيف التأثير السلبي وقت الأزمة

تعاني المنشآت حالياً، ولاسيما الصغيرة منها، من وجود أزمة في السيولة نتيجة الانخفاض الشديد في الطلب وهو ما يتطلب:

- 1-مراجعة السياسات المتبعة من قبل جهاز تنمية المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة لتكون في أقل التقديرات متماشية مع السياسات التي أقرها البنك المركزي المصري سواء فيما يتعلق بفترة تأجيل سداد القروض أو المصاريف الإدارية المقررة مقابل تأجيل سداد القرض.
- 2- صرف كافة متأخرات دعم الصادرات المستحقة للمصدرين.
- 3-تصميم برنامج تمويلي لصالح المنشآت الصغيرة العاملة في صناعة منتجات الألبان لتحديث خطوط الإنتاج وشراء المعدات الخاصة بالتعبئة الآلية بشروط ميسره.

سابعاً: أوجه الضعف المؤسسي التي كشفتها الأزمة ومقترحات للتغلب عليها

لقد أظهر تحليل سلسلة القيمة الخاصة بصناعة منتجات الألبان وجود مجموعة من المشاكل المؤسسية التي تعاني منها الصناعة والتي تعوق نموها وهو ما يتطلب تطبيق مجموعة من الإجراءات المتكاملة الكفيلة بمعالجة تلك المشاكل في إطار رؤية واضحة لمستقبل القطاع. وتشمل تلك الإجراءات على سبيل المثال لا الحصر ما يلي:

- 1 - ضرورة تنظيم العلاقة بين مزارع الألبان والمصانع للوصول إلى صيغة عادلة لسعر توريد اللبن.
- 2 - أهمية وضع نموذج مختلف لتطوير مراكز تجميع الألبان (على غرار النموذج الهولندي) وليس مجرد إجراء مجموعة من الإصلاحات الجزئية، وذلك لدورها الهام في زيادة الاستفادة من الألبان السائلة من خلال تحسين جودتها وملائمتها للمواصفات

المطلوبة لصناعات منتجات الألبان وهو ما ينعكس في النهاية في التقليل من التكاليف المرتبطة باستيراد اللبن المجفف.²⁵

3- الحاجة إلى تقديم الدعم الفني من المؤسسات الحكومية المتخصصة لصغار المزارعين لتحسين جودة الألبان

4- دراسة إمكانية التوسع في صناعة الأعلاف في مصر بحيث يتم التقليل من الأعلاف المستوردة

5- الإسراع في عملية إصدار وتحديث المواصفات الخاصة بمنتجات الألبان واشتراك صغار المنتجين في اللجان الخاصة بوضع تلك المواصفات.

6- ضرورة تفعيل الكامل لهيئة سلامة الغذاء حيث لاتزال بعض الجهات الرقابية مثل الصحة والتموين تعمل بشكل منفرد بالرغم من وجود الهيئة

7- أهمية تطوير المعامل الحكومية لزيادة دقة النتائج وضمان عدم تعارضها، والتقليل من الفترة الزمنية للحصول على النتائج.

8- ضرورة توفير الموارد المالية والبشرية اللازمة للجهات الحكومية (شاملة الوحدات البيطرية والجهات الرقابية والمعامل) حتى تقوم بمهامها على أكمل وجه.

9- ضرورة زيادة البحث والتطوير بما يزيد من القيمة المضافة لهذه الصناعة الهامة، ويحقق المزيد من التنوع في منتجاتها على النحو الموجود في الأسواق العالمية (مثل: الألبان الخالية من اللاكتوز).

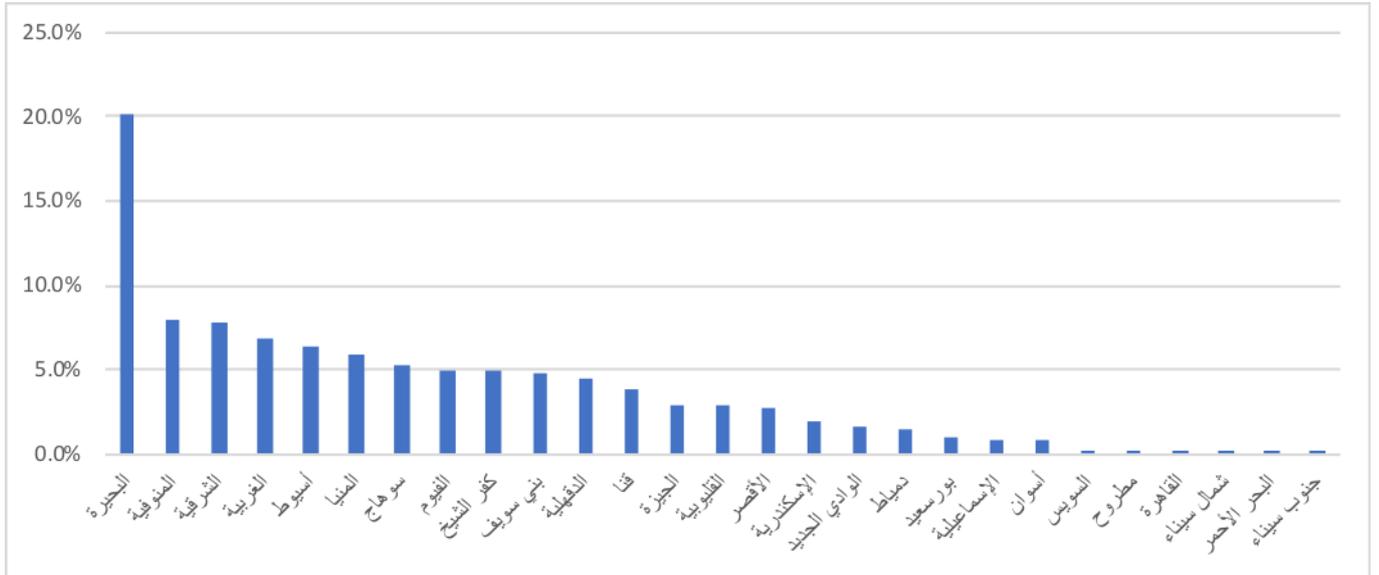
10- زيادة دور التمثيل التجاري في جذب الفرص التصديرية وخاصة في القارة الأفريقية

11- الحاجة إلى تقديم مميزات لشركات التصدير والاستيراد مماثلة لتلك المقدمة للمصنعين نظراً للدور الذي تقوم به هذه الشركات في خدمة المنشآت الصغيرة التي لا تقوم بالتصدير والاستيراد بشكل مباشر.

²⁵ في بداية هذا العام أعلنت الحكومة عن خطتها لزيادة إنتاج الألبان في مصر من خلال تنظيم عمل والتوسع في مراكز تجميع الألبان وتنظيمها من خلال إصدار تراخيص للتشغيل هذا بالإضافة إلى برامج التحسين الوراثي لسلاسل المواشي. كما أن هناك تجربة تمت من خلال غرفة الصناعات الغذائية بالتعاون مع منظمة العمل الدولية في تطوير أحد مراكز من خلال نموذج يقوم على الشراكة بين الشركات ومراكز تجميع الألبان. ولابد من التنسيق بين هذه الجهود في إطار مراجعة شاملة لمنظومة إنتاج الألبان في مصر ، وارتباطها بباقي حلقات سلاسل القيمة للصناعات المرتبطة بها

الملحق

الشكل (١): التوزيع الجغرافي للإنتاج المحلي من اللبن عام ٢٠١٦



المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء (٢٠١٨)، النشرة السنوية لإحصاءات الثروة الحيوانية.

الجدول (١): هيكل الواردات المصرية من منتجات الألبان عام 2019

الكود	المنتج	النسبة من إجمالي الواردات
'040110	ألبان و قشدة ، غس مركزة و لا محتوية على سكر مضاف أو مواد تحلية آخر ، تحتوى على دسم بنسبة لا تزيد عن 1% وزنا	0%
'040120	ألبان و قشدة ، غس مركزة و لا محتوية على سكر مضاف أو مواد تحلية آخر ، تحتوى على دسم بنسبة تزيد عن 1% ولا تتجاوز 6% وزنا	0%
'040130	ألبان و قشدة ، غس مركزة و لا محتوية على سكر مضاف أو مواد تحلية آخر ، تحتوى على دسم بنسبة تزيد عن 6% وزنا	0%
'040150	ألبان و قشدة ، غس مركزة و لا محتوية على سكر مضاف أو مواد تحلية آخر ، تحتوى على دسم بنسبة تزيد عن 10% وزنا	0%
'040210	ألبان مركزة محتوية على سكر مضاف أو مواد تحلية آخر بشكل مسحوق أو حبيبات أو بأشكال صلبة آخر ، تحتوى على دسم بنسبة لا تزيد عن 1.5 % وزنا	30%
'040221	ألبان بشكل مسحوق أو حبيبات أو بأشكال صلبة آخر ، تحتوى على دسم بنسبة تزيد عن 1.5 % وزنا	14%
'040229	ألبان آخر مركزة ومحتوية على سكر أو أي مواد تحلية آخر بشكل مسحوق أو حبيبات أو بأشكال صلبة آخر ، تحتوى على نسبة دسم تزيد عن 1.5 % وزنا	0%
'040291	ألبان وقشدة مركزة ، لا تحتوى على سكر مضاف أو مواد تحلية أخرى (بخلاف تلك في شكل مسحوق)	0%
'040299	ألبان وقشدة مركزة ومحتوية على سكر مضاف أو مواد تحلية أخرى (بخلاف تلك في شكل مسحوق)	0%
'040310	لس رائب "زبادي" وان كان مركزا أو محتوي على سكر مضاف أو مواد تحلية آخر أو منكهة أو محتوي على فواكه أو أثمار قسرية (مكسرات) أو كاكاو ، مضافة .	0%
'040390	مخيض ، لس مخمر ، كفسر و غيره من أنواع الألبان ، وان كانت مركزة أو محتوية على سكر مضاف أو مواد تحلية آخر أو منكهة ، أو محتوية على فواكه أو أثمار قسرية [مكسرات] أو كاكاو ، مضافة (بخلاف الزبادي)	0%
'040410	مصل اللس أو مصبل اللس المعدل وأن كان مركزا و محتوي على سكر أو مواد تحلية أخرى	3%
'040490	منتجات مكونة من عناصر حليب طبيعية ، وان كانت محتوية على سكر مضاف أو مواد تحلية أخرى غس مذكورة ولا داخله في مكان آخر .	10%
'040510	الزبد	14%
'040520	منتجات اللبان قابلة للدهن	0%
'040590	مواد دسمة أخرى وزيوت مشتقة من اللس (باستثناء الزبد الطبيعي).	8%
'040610	جس طازج غس منضج بما في ذلك جس مصبل اللس وجس اللس المحمر	0%
'040620	أجبان مبشورة أو في شكل مسحوق من جميع الأنواع	1%
'040630	أجبان معالجة بالحرارة غس مبشورة ولا في شكل مسحوق	4%
'040640	أجبان ذات عروق زرقاء وأجبان تحتوى على عروق	1%
'040690	أجبان أخرى	14%

المصدر: تم حسابه من Trade map 2020.

الشكل (٢): تطور الأسعار العالمية للألبان الجافة منزوعة الدسم

Skim Milk Powder Prices



المصدر: [/https://www.globaldairytrade.info/en/product-results](https://www.globaldairytrade.info/en/product-results)

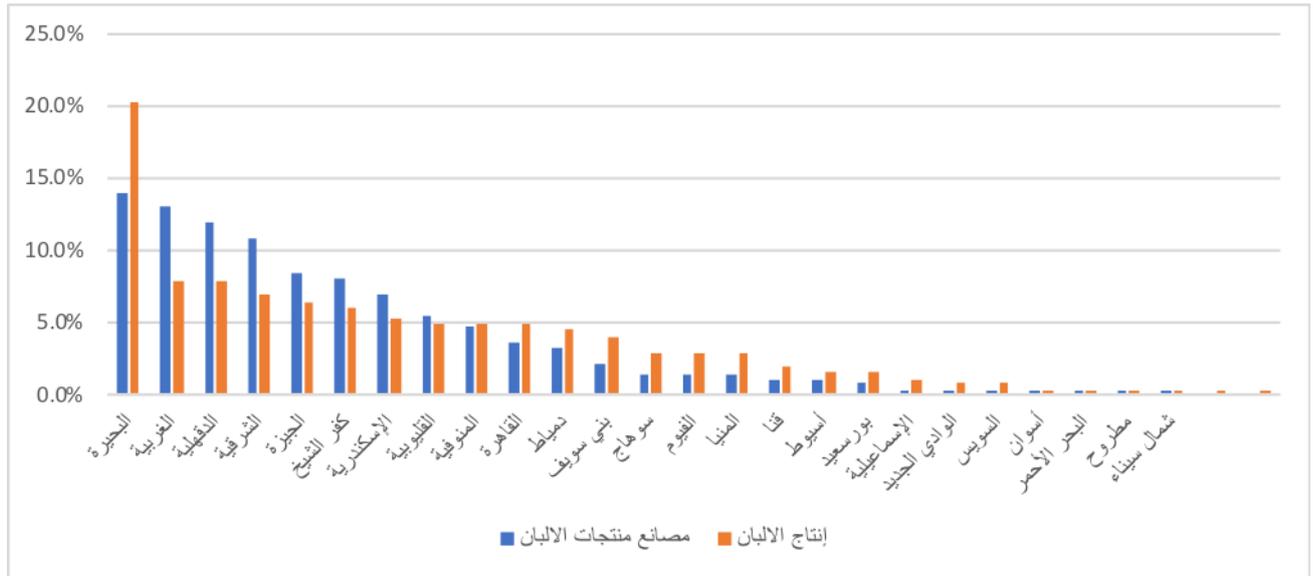
الشكل (٢): تطور الأسعار العالمية للألبان المجففة كاملة الدسم

Whole Milk Powder Prices



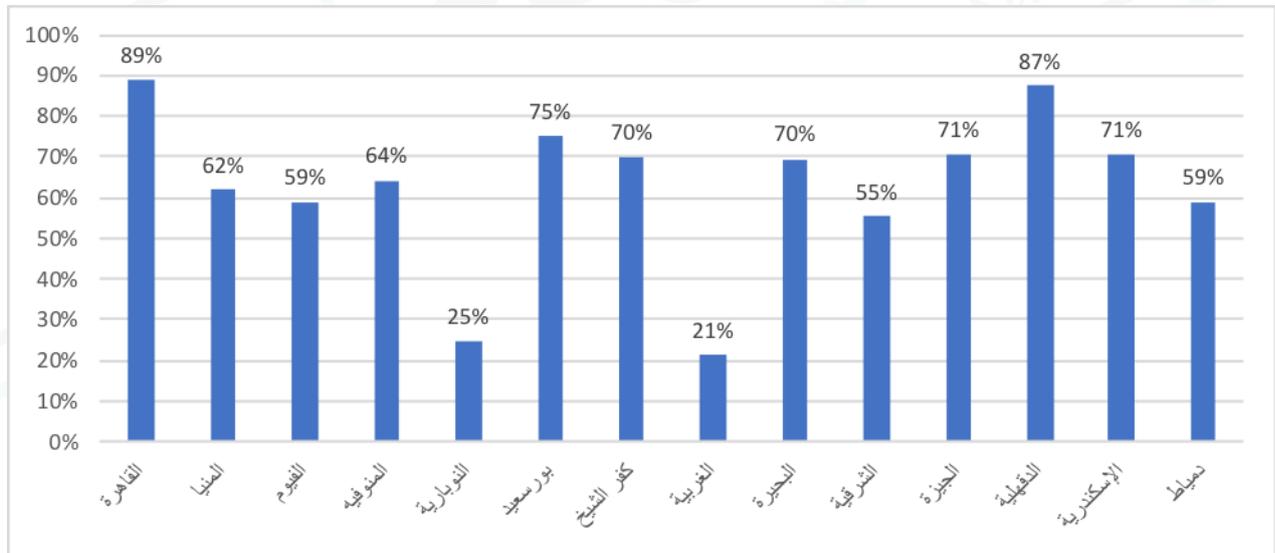
المصدر: [/https://www.globaldairytrade.info/en/product-results](https://www.globaldairytrade.info/en/product-results)

الشكل (٣): التوزيع الجغرافي لمنشآت منتجات الألبان ومناطق إنتاج الألبان في مصر



المصدر: حسابات الباحثة من واقع بيانات كل من غرفة الصناعات الغذائية والجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء.

الشكل (٤): نسبة الطاقة الإنتاجية الفعلية إلى الطاقة القصوى لإنتاج الجبن الأبيض في محافظات الجمهورية

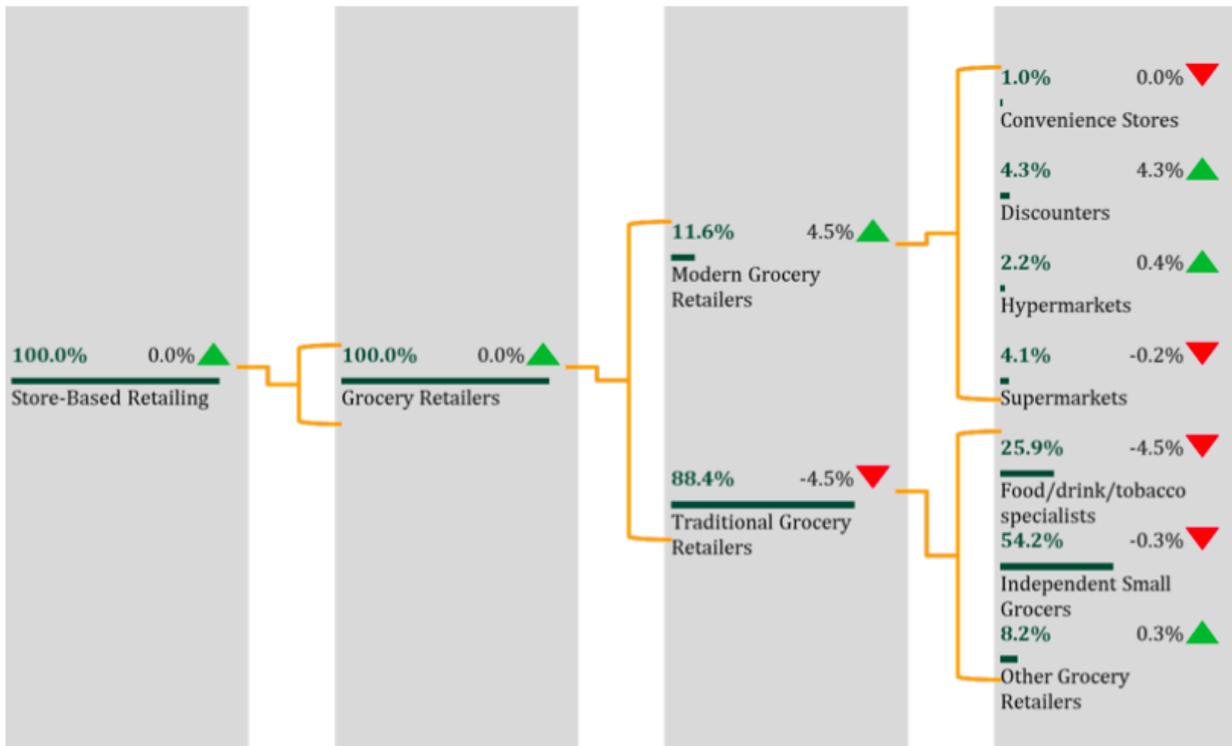


المصدر: محسوب من قبل الباحث من واقع البيانات الواردة في (Kassem, A.et al.(2018))²⁶

²⁶ Kassem, A.et al.(2018), “ Strengthening Entrepreneurship and Enterprise Development : Dairy Value Chain Mapping and Assessment”, USAID

الشكل (٥): قنوات توزيع منتجات الألبان في مصر

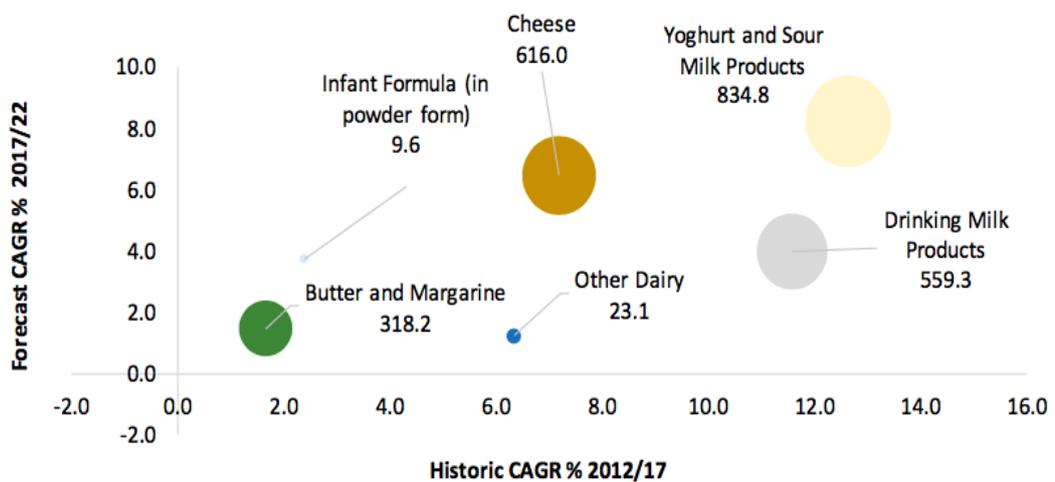
Figure 5-4: Distribution channel overview of dairy in Egypt (2017); all dairy products; retail value



Source: Euromonitor International: Packaged Food, 2018

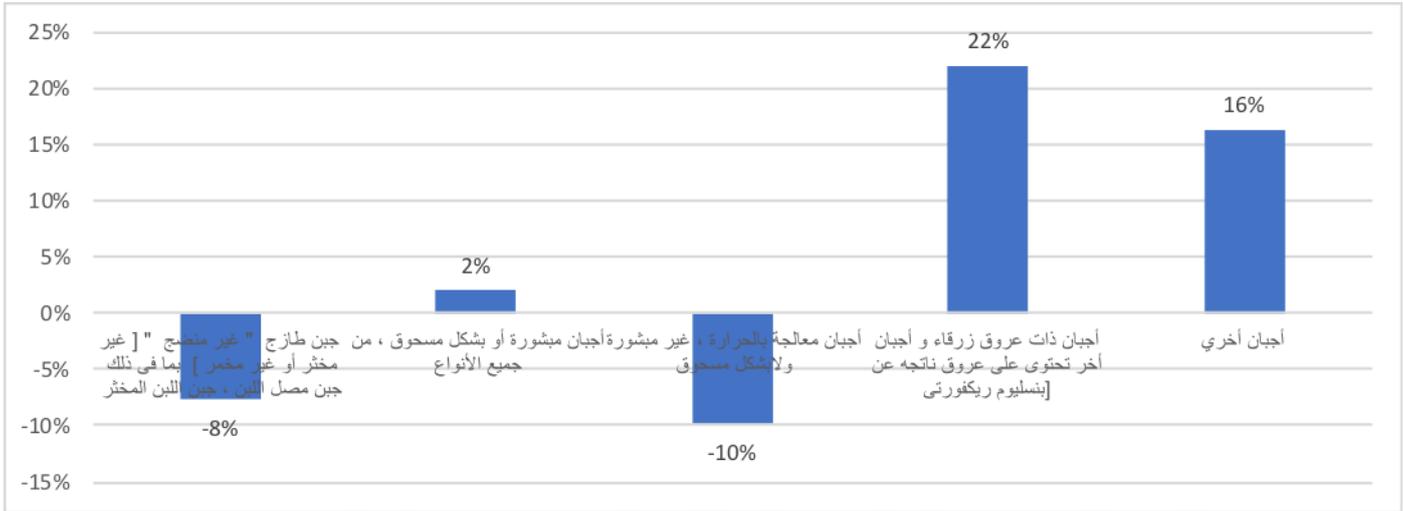
الشكل (٦): معدلات نمو حجم سوق منتجات الألبان في مصر وتوقعات معدلات نموه المستقبلية

Figure 5-1: Evolution and forecast of dairy market (000 tonnes) in Egypt, retail total volume 2012-2022



Source: Euromonitor International: Packaged Food, 2018

الشكل (٧): متوسط معدل نمو الصادرات المصرية من الأجبان خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠١٩)



المصدر: محسوب من المصدر: تم حسابه من Trade map 2020.

تنبيه هام:

أعد هذا التقرير لأغراض التوزيع للمركز المصري للدراسات الاقتصادية ولا يجوز نشره أو توزيعه دون موافقة كتابية من إدارة المركز، ولا تعد أي من البيانات أو التحليلات أو المعلومات الواردة بهذا التقرير توصية، كما أن ما ورد بالتقرير ليس اعتماداً للجداول التجارية للنشاط موضوع التقرير ولا لقدرته على تحقيق نتائج معينة، وقد تم إعداد هذه البيانات والتحليلات بناء على وجهة نظر المركز والتي اعتمدت على معلومات وبيانات تم الحصول عليها من مصادر نعتقد بصحتها وأمانتها وفي اعتقادنا فإن المعلومات والنتائج الواردة تعتبر صحيحة وعادلة في وقت إعدادها، كما أن هذه البيانات لا يعتمد بها كأساس لاتخاذ أي قرار استثماري والمركز غير مسئول عن أي تبعات قانونية أو استثمارية نتيجة استخدام المعلومات الواردة، ونؤكد أن أي أخطاء قد تكون وردت عند إعداد هذه البيانات هي من قبيل المصادفة وغير مقصودة.

(c) المركز المصري للدراسات الاقتصادية 2020 ECES
جميع الحقوق محفوظة