

تطور أسعار المواد الغذائية في الأسواق الجزائرية

أ.توفيق حناشي
أستاذ مساعد أ
جامعة العربي التبسي تبسة
Hannachi.toufik@yahoo.fr

د. قتال عبد العزيز
أستاذ محاضر ب
جامعة العربي التبسي تبسة
gattalazize@Gmail.com

ملخص:

توجد عدة أنواع من المواد الغذائية التي تباع في الأسواق الجزائرية، منها منتجات محلية ومنتجات مستوردة من الخارج، وذلك لتلبية احتياجات المواطنين. وتتحدد أسعار هذه المواد الغذائية من طرف سياسة الدولة والمؤسسات المعنية، لتكون الأسعار في متناول أفراد المجتمع، وذلك مع إبقاء هامش الربح تحت تصرف التجار. فبالطلب والعرض على المنتجات في فترة زمنية معينة يتم تقييم نشاط هذه الأسواق وتطور أسعار منتجاتها. مما يعكس الحياة المعيشية للأفراد الجزائريين.
الكلمات المفتاحية: الأسعار المحلية، المواد الغذائية، الأسواق الجزائرية.

Abstract:

There are several types of various foodstuffs sold in the Algerian market, including local products, including products imported from abroad, so as to meet the needs of Algerian citizens. And determine the prices of these foodstuffs by state policy and institutions concerned, the prices are within the reach of individuals society, while keeping the profit margin at the disposal of the merchants. And use the demand and supply of products in a given period of time to evaluate the activity of these markets and the evolution of prices of their products. Reflecting the life of Algerians for individuals.

Key words: Domestic prices, Foodstuffs, The Algerian market.

نظراً لما شهده الاقتصاد الجزائري في السنوات الأخيرة من ارتفاع في مستوى أسعار المواد الغذائية، الذي أدى إلى تدهور المستوى المعيشي لدى المستهلكين، و إلى تدخل الحكومة لوضع بعض الإصلاحات على المنظومة الاقتصادية، مثل: زيادة الأجور للعمال، التخفيف من الضرائب والرسوم الجمركية للمستوردين، المتابعة المستمرة للأسواق المحلية والتأكد من الأسباب التي تدعو إلى ارتفاع أسعار بعض السلع بين الحين والآخر... الخ. هذا راجع إلى ارتفاع الأسعار في الأسواق العالمية التي أثرت على الأسعار في الأسواق المحلية، وإلى التكاليف الإضافية الأخرى المؤثرة في استيراد السلعة منها تكاليف الشحن مع متغيرات اقتصادية مثل: المنافسة و الاحتكار... الخ المتواجدة في الأسواق الجزائرية. وذلك للحفاظ على استقرار الأسعار في الأسواق الجزائرية و مستوى الدخل البسيطة في وسط المجتمع الجزائري.

الإشكالية الرئيسية: وفي ظل ماسبق نطرح الإشكالية التالية: إلى أي مدى تطورت أسعار المواد الغذائية في الأسواق الجزائرية؟

التساؤلات الفرعية: إلى جانب السؤال الجوهري السابق، يمكن طرح التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما هي المواد الغذائية المتداولة في السوق الجزائرية؟
- ماهي الأسواق الغذائية الجزائرية وماهي أنواعها؟
- كيف يتم تحديد أسعار المواد الغذائية في الأسواق الجزائرية وإلى أي مدى تطورت؟
- أهداف البحث: يمكن تلخيص أهداف البحث في الآتي:

- اكتشاف مفاهيم حول الأسواق المحلية للمواد الغذائية.
- إبراز مراحل انتقال المواد الغذائية من المستورد إلى المستهلك النهائي في الجزائر.
- التعرف على أسواق المواد الغذائية في الجزائر وإلى أنواعها وكيفية التعامل فيها.
- الاطلاع على العوامل المؤثرة على أسعار المواد الغذائية في الأسواق الجزائرية والعالمية.

منهج البحث: قصد الإجابة على الإشكالية المطروحة في هذه الدراسة، سيتم اختيار المنهج الوصفي التحليلي، وذلك حسب طبيعة البحث، فالمنهج الوصفي سيتم استخدامه في المحور الأول والثاني من هذه الدراسة، لتوضيح المفاهيم الأساسية، وبيان أهميتها وتأثيرها، أما المنهج التحليلي يستخدم في المحور الثالث لتحليل الإحصائيات خلال فترة البحث والمستخرجة من الأسواق الجزائرية. ثم يتم تحليلها حسب ما يخدم البحث، وذلك من أجل إسقاط الدراسة النظرية على واقع أسعار أسواق المواد الغذائية الجزائرية. ومعالجة الإشكالية المطروحة قمنا بتقسيم البحث إلى ثلاثة محاور، هي:

أولاً: المواد الغذائية المتداولة في الأسواق الجزائرية؛

ثانياً: أسواق المواد الغذائية الجزائرية؛

ثالثاً: تطور الأسعار المحلية للمواد الغذائية في الأسواق الجزائرية.

أولاً. المواد الغذائية المتداولة في الأسواق الجزائرية.

1. مفهوم المواد الغذائية: هي السلع التي يتيسر وجودها من حيث المكان والزمان للمستهلك إذ يستطيع الحصول عليها من أي متجر قريب، لذا يطلق عليها البعض (سلع الاستقطاب)، وبالتالي فإن المستهلك لا يبذل جهداً خاصاً في البحث عنها بل يشتريها من أقرب متجر ولا يبذل وقتاً طويلاً في التخطيط لعملية الشراء أو المقارنة بين الأصناف، أو في اختيار متجر معيناً دون غيره، وعادة تباع المواد الغذائية إلى عدد كبير جداً للمستهلكين بكميات وأحجام صغيرة، وذلك حسب الشكل رقم (01).

وتنقسم المواد الغذائية إلى ثلاثة أنواع¹:

1.1. المواد الأساسية (المعتادة): هي تلك السلع التي يشتريها المستهلك بشكل مستمر، مثل: الخبز، القهوة، الزيت..... الخ؛

2.1. المواد الفورية: هي تلك المشتريات غير المخطط لها أو التي يبذل فيها المستهلك جهداً ضئيلاً من التخطيط لشراءها والبحث عنها، مثل: المشروبات الغازية، وتوجد هذه السلع في كل الأماكن التي يرتادها العملاء؛

3.1. المواد الاضطرارية: هي تلك السلع التي لا يفكر المشتري في شرائها في ظل الظروف العادية، وإنما يتم شراؤها للوفاء بحاجات ملحة.

2. خصائص المواد الاستهلاكية: تتميز الأسواق الاستهلاكية بعدة خصائص، هي²:

1.2. عدد المشتريين كبير والأسواق منتشرة: تباع السلع الغذائية مع وجود القدرة الشرائية عند المشتريين، وتتوفر لديهم رغبة بالسلعة، وهذا يعني أن سوق السلع الغذائية منتشرة بشكل واسع، وبالطبع يقوم عدد من المصنعين بتحديد منطقة السوق التي يعملون فيها، ومع ذلك يبلغ عدد زبائنهم المحتملين بالآلاف وحتى الملايين، ومن أجل خدمة عدد كبير من المشتريين المحتملين كهذا، يكون ضروري للمنتج الصناعي أن يختار بشكل دقيق طريق التوزيع خاص به، وفي أكثر الحالات يجب أن يعتمد على المؤسسات التجزئة، لوضع سلعته في متناول المستهلك الأخير، وفي بعض الحالات يمكن أن يستعمل مؤسسات الجملة للبيع لمؤسسات التجزئة.

2.2. وحدة الشراء تكون صغيرة: يميل المستهلكون إلى الشراء بكميات صغيرة، وغالباً في فترات متكررة، ولكون المشتريين كبير العدد، فإن منتج السلع الغذائية يكون ملزماً، باستمرار تغذية منافذ التوزيع على الدوام.

3.2. قلة المعلومات لدى المشتريين: بما أن المستهلكين العاديين يشترون تنوعاً كبيراً من السلع من كميات صغيرة.. وأن هناك حقيقة ذات أهمية أساسية هي أن المستهلكين نادراً ما يحاولوا أن يصبحوا مشتريين مهرة، فعليهم أن يعتمدوا بدرجة كبيرة على بيانات التجزئة وعن وسائل ناتجة عن النشاط الترويجي.

4.2. الاعتبارات الشخصية توجه المشتري: بالنظر لقيام المشتري بالشراء من أجل الاكتفاء الشخصي، فإن الشروط التي تحيط بالبيع غالبا ما تتخذ أهمية كبرى، فالخدمة تكون مهمة بشكل خاص لبعض المشتريين، وتعتبر بالنسبة لهم جزءاً من السلعة التي يشترونها. وفي حالات كهذه، تكلفة الخدمة تكون غالبا موجودة في سعر السلعة وأسعار السلع المتماثلة مثلا، تكون غالبا أعلى في محل يرتكز على الخدمة، من محل لا يقدم خدمة. وبالنسبة لمنتج السلع الغذائية، يكون مهما أن يضع سلعته بالمتناول في المنافذ التي يرغب المستهلك أن يشتري منها، سواء أكان هناك تركيز على الخدمة أم لا.

ثانيا. أسواق المواد الغذائية في الجزائر:

تعددت تعاريف الأسواق وأنواعها حسب السلع المعروضة فيها، وبما أن الأسواق في الجزائر لها أهمية كبيرة في توفير حاجيات الأسر، فتعتبر أسواق المواد الغذائية في الجزائر عبارة عن أسواق مرتبطة مع بعضها البعض لتشكل شبكة توصيل المواد الغذائية من عارضي السلع إلى طالبيها، وهذا ما سنتطرق إليه فيما يلي:

1. مخطط أسواق المواد الاستهلاكية في الجزائر:

يمكن إظهار أسواق المواد الاستهلاكية في الجزائر من خلال الشكل رقم (02)³، الذي يوضح مايلي:

1.1. أسواق المواد الغذائية (المؤسسات المستوردة، المؤسسات المنتجة): المتمثلة في المتعاملين الاقتصاديين الذين يقومون باستيراد المواد الغذائية، ومن هذه المؤسسات الوطنية المعنية بتمويل السوق الوطنية بالمواد الغذائية مايلي⁴:

- ✓ وحدة كوجيسي (كوغرال)؛
- ✓ مجموعة كوجيبي (لابال)؛
- ✓ شركة عافية من مجموعة سافولا السعودية؛
- ✓ مجمع سيفيتال؛
- ✓ شركة سورا سوكر وشركة بروليبيوس؛
- ✓ شركة واست أن بور.

2.1. أسواق الجملة في الجزائر: هي عبارة عن مؤسسات صغيرة تقوم بتمويل مدينة أو أكثر بالسلع النهائية، مثل: المواد الغذائية، وهذا حسب الاختصاص المخول لها قانونيا، والتي تمارس بها عملها سواء الزراعي أو الصناعي، وتمون أسواق الجملة من طرف المتعاملين الاقتصاديين الذين يقومون باستيراد المواد الغذائية. ويعد تجار الجملة حلقة وصل بين المنتجين وتجار التجزئة، إذ يشترون السلع من المنتج ثم يبيعونها إلى تجار التجزئة، ومن خلال ما سبق نستنتج ان تجار الجملة يقدمون خدمات لكل من تجار التجزئة و المنتج، ومن هذه الخدمات مايلي:

1.2.1. خدمات تاجر الجملة لتاجر التجزئة: تتمثل في ما يأتي:

- التجميع ثم التوزيع؛
- ضمان السلع وتسوية المشاكل الخاصة بذلك؛
- الائتمان التجاري؛
- مساعدات لتوزيع السلع؛
- يتولون تدريب مندوبي البيع العاملين لدى تجار التجزئة؛
- يتحمل تاجر الجملة المخاطر التجارية ويرفعها عن كاهل تاجر التجزئة؛
- دراسة طلب المستهلكين النهائيين للسلع في المنطقة التي يخدمها تاجر التجزئة.

1.2.2.2. خدمات تاجر الجملة للمنتج: وهي كما يلي:

- تخطيط المنتجات من خلال توفير المعلومات الضرورية عن السوق؛
- البيع إذ يشتري تاجر الجملة ويعيد بيعها لتجار التجزئة؛
- النقل: إذا يمتلك تاجر الجملة وسائل النقل الخاصة بهم؛
- التخزين: إذ يمتلك تاجر الجملة مخازن خاصة بهم أيضا،
- دراسة السوق وتقديم معلومات للمنتج؛
- الترويج من خلال الاستعانة بمندوبي البيع التابعين لهم.

1.3.2.1. أنواع محلات الجملة: وهناك أنواع لمحلات تجار الجملة، منها:⁵

1.3.2.1.1. محلات الجملة العادية: حيث تقوم هذه المحلات بجميع وظائف تجارة الجملة من شراء السلع وبيعها، ومنح الائتمان التجاري، وتخزين السلع و توصيل الطلبات إلى الزبائن من تجار التجزئة في الوقت المناسب والمكان المناسب وتكون هذه المحلات كبيرة جدا.

1.3.2.1.2. محلات الجملة المتخصصة: هذه المحلات تقوم بعدد محدود من الوظائف التي تقوم بها

المحلات الجملة، وتنقسم إلى ثلاثة أقسام، هي:

أ. متعهدوا التوزيع: إذ تقوم هذه المحلات بالبيع نقدا لتجار التجزئة والذين يتحملون مسؤولية تدبير

وسائل النقل وتكلفتها.

ب. متعهدوا التوزيع وائتمان محدود: تقوم هذه المحلات بالبيع والتوصيل لسلع التي يشتريها تجار

التجزئة باستخدام وسائل النقل المملوكة لتاجر الجملة مرة كل أسبوع وائتمان تجاري لنفس المدة، مثل: المياه الغازية ومنتجات الألبان.

ج. متعهدوا الطلبات: يعمل هؤلاء التجار على تجميع طلبيات الزبائن من تجار التجزئة حتى تتكون منها كمية كبيرة تمكنهم من الحصول على نسبة كبيرة من الخصم ثم يرسلوها إلى المنتج ليقوم الأخير بشحن السلع مباشرة إلى تجار التجزئة. إذ يتم تخزينها أو نقلها من قبل تاجر الجملة.

3.1. أسواق التجزئة في الجزائر (محلات التجزئة): هي المؤسسات التسويقية التي تعمل على توزيع السلع والخدمات للمستهلك الأخير لاستعماله الشخصي، إذ تعمل هذه المحلات على خلق المنفعة المكانية والزمانية والحيازة عن طريق عرض السلع الملائمة للمستهلك الأخير. وأهم وظائف محلات التجزئة ما يأتي:

- ✓ تجميع السلع من مصادر مختلفة وعرضها للمستهلك الأخير؛
- ✓ تقدير طلب السوق، والاحتفاظ بالمخزون السلعي لمقابلة الطلب؛
- ✓ التعرف على احتياجات ورغبات المستهلكين؛
- ✓ تقديم خدمات الضمان وتسهيل الدفع كالبيع الآجل والتقسيم؛
- ✓ القيام بعمليات متعلقة بالترويج والإعلان عن السلع؛
- ✓ القيام بوظيفة التخزين للاستفادة من تقلبات الأسعار؛
- ✓ تقديم بيانات للمنتج عن سلوك المستهلك ورغباته والموقف التنافسي للسلع.

المحلات التجارية التي خول لها القانون بممارسة الشاك التجاري، في نوع معين من المواد الغذائية وهي تقوم بتمويل الأسر الجزائرية والمؤسسات الإنتاجية الصغرى بما يحتاجها من مواد الغذائية بأنواعها، والتي هي بدورها تمول من طرف أسواق الجملة التي تتعامل معها.

وبالتالي نجد أسواق المواد الغذائية هي عبارة عن أسواق غذائية متسلسلة، لا يمكن الاستغناء على سوق معين من هذه الأسواق، لأن كل سوق يقوم بدور فعال في الحياة الاقتصادية مقابل هامش ربح، وعبارة عن سلسلة توصيل المواد من مؤسسة الأم التي تتواجد خارج الجزائر أو داخلها إلى أن تصل إلى المستهلك الأخير وهي الأسر الجزائرية، وهي تتمثل في عدة أشكال نأخذ منها ما يلي:⁶

1.3.1. المحلات المستقلة: تتميز هذه بصغر حجمها، وعملها كوحدة إدارية مستقلة، إذ أنها تملك وتدار كمشروع فردي، وهذه المحلات على نوعين:

- ✓ محلات مستقلة عامة: مثل محلات المواد الغذائية؛.
- ✓ محلات مستقلة متخصصة في بيع مجموعة سلعية واحدة، مثل: الخبز، الخضر والفواكه،.....الخ.

2.3.1. محلات السلسلة: هي محلات التجزئة تضم أكثر من محل، وتبيع نفس السلع وتتبع نظام موحد نتيجة لخضوعها لإدارة مركزية واحدة. ومن أمثلة هذه المحلات ماكدونالدز.

3.3.1. محلات الأقسام: هي محلات تجزئة كبيرة متكاملة تتعامل مع عدد كبير من مجموعات السلع المختلفة، ويتم تنظيم المحلات داخليا على أساس أقسام، كل قسم يضم مجموعة من السلع، مثل: الملابس، الأقمشة، الأدوات المدرسية..... الخ، ومن أمثلة ذلك مول أريديس في الجزائر.

4.3.1. محلات السوبر ماركت: يعتبر السوبر ماركت بمثابة محل التجزئة على أساس خدمة المستهلك لنفسه بنفسه، وينقسم داخليا إلى عدة أقسام يقوم كل منها ببيع مجموعة كاملة من السلع، وتختص هذه المحلات في بيع المواد الغذائية.

5.3.1. الجمعيات التعاونية الاستهلاكية: هي محلات يمتلكها ويديرها مجموعة من المستهلكين ويكون الغرض منها هو البيع بالتجزئة للسلع الاستهلاكية التي تشتريها أو تقوم بإنتاجها بنفسها أو بالتعاون مع غيرها من الهيئات التعاونية الأخرى. ويتم بيع السلع بأسعار منخفضة ومعقولة الربح.

6.3.1. محلات البيع بالخصم: تتخذ هذه المحلات السعر كعامل أساسي لزيادة مبيعاتها وتقدم سلعها بأسعار وأرباح منخفضة وميزة هذا البيع الكبير والأرباح القليلة هذه تعرف بمحلات الخصم.

2. كيفية تحديد السعر في الأسواق الجزائرية:

يتحدد السعر في الأسواق الجزائرية بما يخدم مواطنها، حيث تقوم الحكومة بوضع آليات تتحكم في الأسعار في هذه الأسواق، لتكون المواد الاستهلاكية في متناول المستهلك الجزائري.

1.2. ضوابط التحكم في الأسعار في الأسواق الجزائرية:

للتذكير منذ الاستقلال وإلى غاية سنة 1995، كانت هوامش الربح لكل المنتجات النهائية الموجهة للاستهلاك المباشر، محددة تبعا لإصدار الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة، في إطار الإصلاحات الاقتصادية التي اعتمدت آنذاك، تم تكريس مبدأ حرية الأسعار.

خلال التعديل في أوت 2010 ومع الاحتفاظ بمبدأ حرية الأسعار، فإنه تم تعديل المادة الخامسة بإدراج أحكام جديدة تسمح بتحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها وذلك على أساس اقتراحات القطاعات المعنية. بموجب هذه التعديلات يمكن تحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها قصد⁸:

✓ تثبيت استقرار مستويات أسعار السلع والخدمات الضرورية أو ذات الاستهلاك الواسع في حالة اضطراب محسوس للسوق؛

✓ مكافحة المضاربة بجميع أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك؛

✓ تتمثل أسعار المنتجات والخدمات المقننة حاليا في: فريضة الخبازة، الخبز (العادي والمحسن)، السميد، حليب الأكياس، مياه الشرب.

✓ وضع آلية لتعويض المنتجين لما تتجاوز أسعار المواد المستوردة الحد الذي لا يمكن عنده وصول مادتي الزيت المائدة العادي والسكر الأبيض للمواطن بالأسعار المسقفة.

✓ كما تجري حالياً متابعة يومية لتطور أسعار كل المنتجات الغذائية الأساسية من طرف مصالح وزارة التجارة والتي يتم على أساسها تدخل السلطات العمومية لوضع الآلية المناسبة لتأطير سعر أي منتج عند الحاجة.

2.2. تحديد أسعار المواد الغذائية في الأسواق الجزائرية:

تتحدد أسعار المواد الاستهلاكية حسب أسعار الاستيراد و التوزيع، كمايلي⁹:

1.2.2. الأسعار عند الاستيراد: تشمل السلع المستوردة إذ تحدد أسعارها بصورة مباشرة من طرف وزير التجارة أو عن طريق المستورد بدلالة سعر الشراء مع هامش ربح كما يجب على المستورد دفع الفروقات المحتملة بين سعر الحصول عليها من الخارج والسعر المحلي للسلع المشابهة إلى الخزينة.

2.2.2. الأسعار عند التوزيع: إن أسعار الجملة والتفصيل "التجزئة" تحسب على قاعدة أسعار الاستيراد أو أسعار الإنتاج، بإضافة هوامش الجملة أو التجزئة محددة مركزيا نسبيا أو مطلقا. فالهوامش عند جميع المستويات غير مصرح بها.

ما يمكن استنتاجه بالنسبة لهذه المرحلة هو أن التسيير الإداري للأسعار أدى إلى ارتفاع الطلب في السوق الرسمية، وانتشار بعض الظواهر السلبية كالندرة في السلع، وكثرة الطوابير عليها، مع وجود تضخم التكلفة نتيجة زيادة التكاليف كرد فعل عكسي على سعر البيع. ما يمكن ملاحظته في هذا الإطار مايلي:

✓ عملية تصحيح الأسعار تسيير ببطء بينما تتطور الأسعار العالمية بوتيرة عالية.

✓ إن القطاع العام الإنتاجي، لا يبيع وفق مبدأ الفعالية والربحية وبالتالي زيادة غير محدودة للقروض البنكية لا يستطيع رفع سعر البيع حتى وان كانت التكاليف في ارتفاع مستمر، أو بالأحرى عدم وجود نظام حقيقي للمحاسبة التحليلية وهو في طور النشأة، فهذا القطاع يقوم بوظيفة اجتماعية مجسدا لمحتوى النظام السياسي الشعبي "نظام اشتراكي" أكثر من الوظيفة التجارية.

✓ إن تثبيت الأسعار أدى إلى تبيذير مجموعة كبيرة من الموارد النادرة، ذلك أن سعرها ثابت وتستورد بالعملة الصعبة، إضافة إلى أن تثبيت هذه الأسعار استهدف حتى الأسعار على مستوى التجزئة.

ثالثا. تطور مؤشر الغذاء في الجزائر:

نجد في الأسواق الجزائرية مواد غذائية متنوعة منها المستوردة ومنها المنتجة في الوطن، والتي تستورد من الخارج مرتبطة بالأسواق العالمية من حيث السعر والتكلفة والكمية فهي عوامل تتحكم فيها الأسواق العالمية بالعرض والطلب الكلي عليها، أما المواد المنتجة في الداخل تتحكم فيها الحكومة والمؤسسات المنتجة للمواد، حيث تتدخل الحكومة في الأسواق بفرض سعر ثابت للمواد الغذائية في الأسواق، وهذا بالاتفاق مع

المؤسسات المنتجة والهيئات المعنية بذلك، وكذلك المؤسسات المنتجة تتحكم في أسعار المواد المنتجة من حيث الطلب والعرض والاحتكار المطلق في الأسواق الجزائرية، وفي مايلي بيانات حول المواد الغذائية في الأسواق الجزائرية.

1. بيانات حول المواد الغذائية في الأسواق الجزائرية: فالاستهلاك للمواد الغذائية لها أنواع كثيرة منها مختلفة ومنها متشابهة وتختلف في الجودة والنوعية حسب كل مؤسسه المنتجة، والجدول رقم (01) يوضح تطور أسعار المواد الغذائية، لأنها كثيرة الاستهلاك في الجزائر¹⁰.

سجلت أسعار المواد الغذائية بما فيها الذرى والقمح ارتفاعا من سنة 2002 المقدر بـ 102.2 إلى جانفي 2017 المقدر بـ 204.5. وهذا عائد إلى عدة أسباب.

2. أسباب ارتفاع الأسعار في الأسواق الوطنية: توجد عوامل كثيرة ومتداخلة في ارتفاع الأسعار في الأسواق الوطنية، يمكن عرض البعض منها كالتالي¹¹:

- ارتفاع الأسعار عند الاستهلاك في السوق الوطني مرتبط بتقلبات الأسعار في الأسواق الدولية؛
- تمثل الكمية المستوردة في إطار نظام الحصص نسبة 10% من الطلب الوطني؛
- ضعف هيكل السوق الجزائري الخاص وتبعية الاستهلاك الوطني للسوق الدولية؛
- احتكار القلة لسوق الاستيراد مما أدى إلى نقص الهوامش التي تشجع المنتجين على البقاء في السوق؛
- عامل المضاربة المتصل بقانون العرض والطلب، وكذا التقلبات المسجلة في أسعار العملات الدولار واليورو؛
- عامل المناخ الذي أثر على المحاصيل في أكبر البلدان المنتجة، منها الجفاف في البرازيل والفيضانات التي مست أستراليا.

غياب مجلس المنافسة على أرض الواقع وسببها سياسة الدعم المنتهجة التي كلفت الدولة قيمة 300 مليار دج من جهة وإصدار مرسوم تنفيذي المتضمن تسقيف الأسعار عند الاستهلاك، وكيفية تعويض فارق السعر لفائدة المتعاملين.

الخلاصة:

من خلال الدراسة التي قمنا بها عن الأسعار المحلية للمواد الغذائية في الجزائر توصلنا إلى بعض النتائج منها:

- تشكل أسواق المواد الغذائية في الجزائر سلسلة تتكون من مراحل تبدأ من الاستيراد وتنتهي في المحل بالتجزئة، أي المستهلك النهائي، ولكل مرحلة لها هامش ربح تحدده الأسواق إن كانت هناك منافسة في تلك السلع مثل المواد الغذائية، أو تحدده الحكومة بالرقابة الدورية لتلك المحلات.

- وجود دعم الأسعار بشق أنواعه المؤثرة في أسعار المواد الغذائية في الأسواق الجزائرية تخفض الأسعار الى متناول المستهلك النهائي، ولكن تكون مرتفعة التكاليف بالنسبة للحكومة الجزائرية.
- انخفاض العملة أمام العملات الصعبة مما يزيد في رفع أسعار المواد الغذائية بطريقة غير مباشرة، فهي تؤثر على الميزان التجاري وخاصة في حجم الواردات وبالتالي على الأسعار في الأخير.
- قلة وجود المؤسسات المنتجة للمواد الغذائية في الجزائر، وذلك ما تؤكد تطور المتزايد الواردات الجزائرية مما يدل على قلة أو ضعف الإنتاج الاستهلاكي في الجزائر.
- وجود علاقة بين تغير أسعار العالمية للمواد الغذائية وتغير أسعار المحلية للمواد الغذائية.
- لتحقيق الأمن الغذائي والتقليص في الفجوة الغذائية ورفع من نسبة تغطية الصادرات للواردات من المواد الغذائية في المدى الطويل لمواجهة أثر الشراكة مع الاتحاد الأوروبي وأثر قرار المنظمة العالمية للتجارة، وتسعى هذه الأخيرة في عوامة الأسعار دون الأخذ بالتكاليف النسبية للإنتاج، وعليه فإن انتقال الجزائر إلى اقتصاد السوق في مرحلة متميزة بعدم استقرار الاقتصاد الاجتماعي وتأثير انخفاض سعر الصرف وانعكاساته على مستوى العام للأسعار زاد في ارتفاع تكاليف الإنتاج للوحدة الواحدة. وهذا ما يصعب على المؤسسات المحلية منافسة السلع الأجنبية في الأسواق المحلية.

ملحق الجداول والأشكال البيانية:

الجدول رقم 1: تطور مؤشر أسعار المواد الغذائية في الجزائر

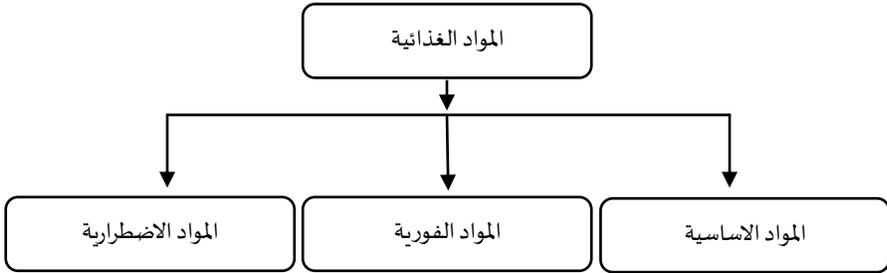
| السنوات | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| مؤشر الأسعار | 102.0 | 106.7 | 111.6 | 112.1 | 115.1 | 122.9 | 132.1 | 144.5 |

| السنوات | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | جانفي 2017 |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|
| مؤشر الأسعار | 150.6 | 159.5 | 183.9 | 190.2 | 195.3 | 198.9 | 199.4 | 204.5 |

المصدر:

ديوان الوطني للإحصاء ONS.

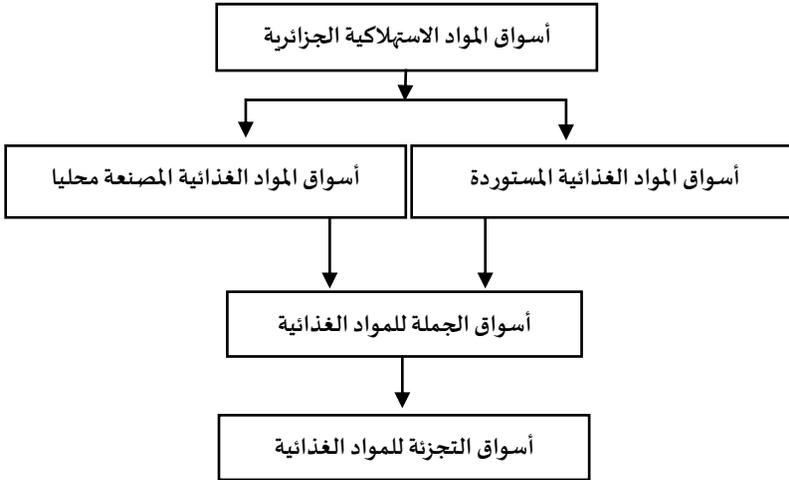
الشكل رقم 1: أنواع المواد الغذائية في الأسواق الجزائرية



المصدر:

من إعداد الباحث حسب بعض المراجع.

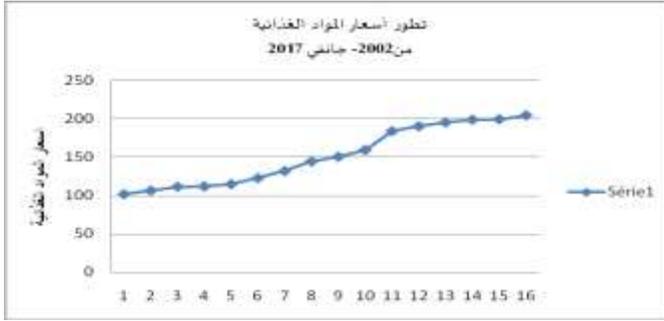
الشكل رقم 2: مخطط الأسواق المواد الاستهلاكية في الجزائر



المصدر:

من إعداد الباحث على المعطيات مقدمة.

الشكل رقم 3: تطور أسعار المواد الغذائية من 2002 إلى جانفي 2017.



المصدر:

من اعداد الباحثين بالاعتماد على معلومات الجدول رقم 01

الإحالات والمراجع:

- 1- عفيفي صديق محمد، التسويق الدولي، وكالة المطبوعات، الكويت، 1983، ص 35
- 2- زكريا عزام وآخرون، مبادئ التسويق الحديث (بين النظرية والتطبيق)، دار المسيرة، ط1، عمان، 2008، ص182.
- 3- ابراهيم طلعت، النظام الاقتصادي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2011، ص 311
- 4- تقرير لجنة البرلمان حول ندرة وإرتفاع أسعار بعض المواد الغذائية ذات الاستهلاك الواسع، أكتوبر 2011، ص ص 15-20
- 5- ابراهيم طلعت، النظام الاقتصادي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2011، ص 311
- 6- ابراهيم طلعت، المرجع السابق، ص ص 307-309
- 7 - بوكحنون، ضبط السوق وإشكالية أسعار المواد الغذائية الأساسية، وزارة التجارة، الجزائر، فيفري 2011
- 8 - S.A Ferroukhi, S. Cheikh, L'adhésion de l'Algérie à l'organisation mondiale du commerce (OMC) . Revue semestrielle. N° 6. Mai 2000
- 9- خباية عبد الله، سياسة الاسعار في إطارالعمولة الاقتصادية، مذكرة دكتوراه، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005، ص ص 45-46.
- 10 - ديون الوطني للإحصاءONS
- 11 - تقرير لجنة البرلمان حول ندرة وإرتفاع أسعار بعض المواد الغذائية ذات الاستهلاك الواسع، أكتوبر 2011، ص ص 15-20.