

تعزير المنافسة في أسواق مزادات الخضروات والفواكه بالكويت

ابريل 2020

فهرس المحتويات

ملخص التنفيذ	5
أولاً: لمحة عن سوق الخضروات والفواكه بالكويت	7
ثانياً: المزادات في الأسواق الزراعية	12
1. مؤشرات المعلومات في المزادات	15
2. كشف المعلومات	17
3. عدم التماثل والدخول	19
4. الأبحاث التجريبية	19
5. التواطؤ في أسواق المزادات	20
6. التعقيد المعلوماتي	24
7. تطبيق الشفافية	25
ثالثاً: أسعار الخضروات والفواكه في مزادات الكويت	31
رابعاً: تعزيز المنافسة في الخضروات والفواكه	41
خامساً: الأنظمة الضارة بالمنافسة والتدخل الحكومي	43
أ. تخصيص الأراضي	43
ب. الإنتاج	45
الإعانات ومعايير الجودة	45
ج. أسواق المزادات	46
د. السماسرة	48
هـ. سلسلة القيمة للخضروات والفاكهة المستوردة	49
و. خارطة طريق مكافحة الاحتكار	51
سادساً: المراجع	58
الملحق الأول: الاستغلال التجاري لمزادات السلع المحلية	63

64الملحق الثاني: شفافية السوق
69الملحق الثاني: 1. الشفافية دون تعزيز التواطؤ
70الملحق الثالث: بعض قضايا المنافسة في أسواق المواد الغذائية
70قضية الفلفل البارد (هولندا)
71قضية لحوم البقر (فرنسا)
72قضية الروبيان (هولندا)
73قضية منتجات الألبان (فرنسا)
75قضية كومبوت الفاكهة (فرنسا)
76قضية مزادات شراء الطيب لتوريده للمدارس (أمريكا)
78لحوم البقر (أستراليا)
79الماشية (الولايات المتحدة الأمريكية)
81الفاكهة والخضروات (اليونان)
82حبوب القمح (الهند)

فهرس الرسوم التوضيحية:

- رسم توضيحي 1: معدل نمو الواردات الغذائية
- رسم توضيحي 2: النظام الغذائي لدول مجلس التعاون الخليجي، تكوينه ونفقات الاستيراد
- رسم توضيحي 3: بعض الخضروات والفاكهة المختارة بسلة الكويت
- رسم توضيحي 4: حافظة واردات المنتجات لدول مجلس التعاون الخليجي – حالة الطماطم
- رسم توضيحي 5: تركز التوريد بالنسبة للفاكهة والخضروات والمنتجات الحيوانية
- رسم توضيحي 6: نسب الاكتفاء الذاتي المجاني
- رسم توضيحي 7: نظرة شاملة على سلسلة قيمة التوريد للفاكهة والخضروات
- رسم توضيحي 8: نماذج القواعد والأنظمة التي تؤثر على سلسلة قيمة التوريد الخاصة بالفاكهة والخضروات
- رسم توضيحي 9: المنتجات وأسعار المزادات في الاتحاد الكويتي للمزارعين
- رسم توضيحي 10: مؤشرات أسعار المزادات في الكويت
- رسم توضيحي 11: المؤشرات الشهرية لأسعار المزادات في الكويت
- رسم توضيحي 12: المؤشرات الشهرية لأسعار المزادات في الكويت
- رسم توضيحي 13: مؤشرات الأسعار، المستوى D
- رسم توضيحي 14: تذبذب مؤشرات الأسعار عبر 34 منتج و4 مستويات
- رسم توضيحي 15: النسبة المئوية للإعانات الحكومية الضمنية بحسب مستوى المنتج
- رسم توضيحي 16: مؤشر الهوامش الإجمالية للجمعيات التعاونية*
- رسم توضيحي 17: نتائج السياسات المقصودة: حوافز السوق التنافسية المناسبة
- رسم توضيحي 18: مصادر السلوكيات الضارة بالمنافسة
- رسم توضيحي 19: الركائز الأساسية لدعم المنافسة
- رسم توضيحي 20: سلسلة القيمة للخضروات والفاكهة المحلية والعقبات المحتملة
- رسم توضيحي 21: نتائج السياسات المقصودة: العناصر الموصى بها لسياسة إنفاذ مكافحة الاتحادات الاحتكارية

فهرس الجداول

- الجدول رقم 1: القواعد التي قد تعوق المنافسة في سوق الفواكه والخضروات
- الجدول رقم 2: خارطة طريق إصلاحات السياسة المؤيدة للمنافسة

ملخص تنفيذي

تستعرض هذه الوثيقة مزادات أسواق الخضروات والفواكه بالكويت. حيث توجد بعض الأوضاع البارزة في السوق التي تشير إلى وجود تشوهات سوقية كبيرة وسلوكيات ضارة بالمنافسة. فبالنظر إلى المعلومات والبيانات التي تم فحصها، يمكن تسليط الضوء على أن قواعد المزاد والنظم الحكومية إما تتداخل مع بعضها البعض أو تساهم في حدوث عمليات إقصاء بالأسواق. وبالتالي، يشير التقييم الحالي إلى أن السلوك الضار بالمنافسة موجود بقوة في سوق الخضروات والفواكه. ومن المرجح أن يتم تصحيح بعض تشوهات السوق من خلال سن حالات إنفاذ المنافسة وبعضها يمكن معالجتها بشكل أفضل من خلال تنفيذ إصلاحات لعملية المنافسة.

يمكن إرجاع مصادر السلوك الضار بالمنافسة في سوق الخضروات والفواكه إلى عدة نقاط مختلفة في سلسلة القيمة للتوريد. بداية من الأرض، إلى توفير المدخلات والسلع المستوردة، ومزادات البيع بالجملة والإعانات والسماسة وأخيراً إلى تجار التجزئة والمستهلكين. من الضروري ربط هذه المصادر المختلفة للسلوك الضار بالمنافسة ببعضها البعض لأنها مرتبطة بالنظم التي تؤثر على أفعال أو ردود أفعال المنتجين والمشتريين والموزعين والمؤسسات التجارية، وتتطلب مبادرات من السياسة الحكومية إلى جانب ذلك. وبالتالي، على الرغم من تركيز هذا التقرير على مزادات الخضروات والفواكه في أسواق البيع بالجملة، فمن المناسب فهم إخفاقات السوق في المزادات (بشأن الأسعار والكميات والجودة) من خلال تتبع مصادرها وربطها بأسواق المنبع و / أو أسواق المصب المرتبطة بهم في سلسلة القيمة للتوريد.

ينبغي لجهاز حماية المنافسة ممارسة كل مسؤولياته. حيث ينبغي أن يتم تنسيق وتنفيذ عملية تطبيق قانون المنافسة ومناصرة المنافسة من أجل الإصلاح من قبل الأقسام/ الكيانات التنظيمية، هذا إلى جانب السياسات القطاعية التي تقودها الوزارات. أنظمة السوق التي تتسبب في إحداث تشوهات سوقية والتي، في النهاية، تدعم أو تقود أو تحفز الأطراف على التصرف بشكل غير تنافسي، فيجب معالجتها بصورة فردية. ولكن بالنسبة لآثارها الجانبية أيضاً؛ فلن يكون لإصلاح بعض الأنظمة دون الأخرى المرتبطة ارتباطاً وثيقاً تأثيراً يذكر.

تكمل آثار الأنظمة بعضها البعض بشكل كبير في توفير الفواكه والخضروات في النظام الغذائي الكويتي. بالنسبة لدور الإعانات، فإنه يتجاوز النطاق المحدد للمزادات، ولكن كما ذكرنا أعلاه، نكون أكثر قدرة على دراسة الأسعار في المزادات فقط عندما نتتبع مصادر وآثار تشوهات السوق خارجها. وكملحظة جانبية، بالنظر إلى أن الحكومة قد شرعت في دعم إنتاج الخضروات والفواكه في الكويت، فمن الضروري مراجعة فعالية هذه الإعانات. وفي هذا الصدد، لا ينبغي التغافل عن اعتماد التكنولوجيا ووضع أنظمة تحفيزية أكثر ملاءمة لخلق نظام بيئي أكثر صحة للابتكار والقدرة التنافسية في أسواق الأغذية.

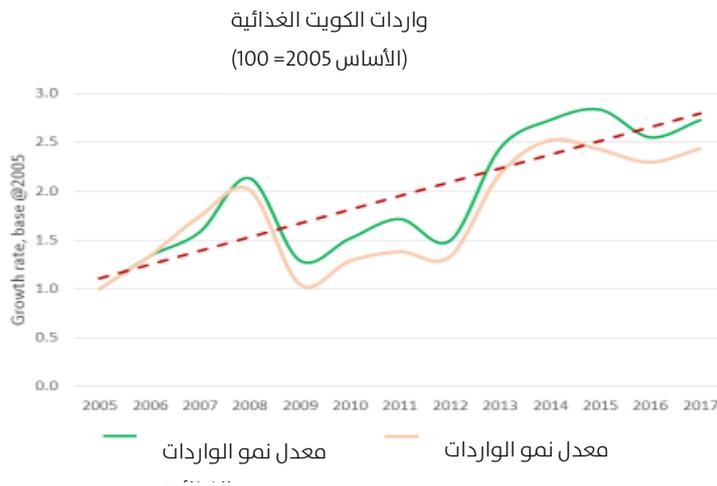
تقدم هذه الوثيقة خارطة طريق مشمولة بأولويات قصيرة ومتوسطة المدى بالنسبة لجهاز حماية المنافسة. تم وضعها بعد تقييم مسائل المنافسة على طول سلسلة القيمة للتوريد. تهدف خارطة الطريق إلى (1) تصحيح هيمنة السوق من قبل الأطراف الفردية (المزارعين، مستوردي المواد الغذائية، مشتري المزادات، تجار التجزئة) والغياب الواضح للمنتجين التجاريين، (2) فتح أسواق للمنافسة بين الكويتيين وغير الكويتيين، (3) إنفاذ قانون المنافسة أمام إساءة استخدام الوضع المهيمن للأطراف والاتفاقات التواطؤية (الضمنية أو غيرها) - والتي كانت مدعومة من قبل أنظمة (ضغط) تساهم في خلق تمييز وإقصاء ومشاكل أمام الوصول، (4) تحديث عملية تنظيم المزادات والقواعد المنظمة لها كونها أحد المصادر الرئيسية لعدم تناسق المعلومات، وعوائق التداول، وانعدام مساءلة البيانات، وضعف إجراءات الإشراف والمراقبة، وزيادة خطر السلوك التواطؤي، و (5) دعم جهاز حماية المنافسة في دوره التوعوي لخلق ثقافة المنافسة في أسواق الكويت وتفعيل مشاركته مع مؤسسات قطاعية أخرى (الوزارات والهيئات التنظيمية).

ويبين الملحق الثالث حالات مختارة لإنفاذ المنافسة من قبل أجهزة المنافسة في مجال صناعة الأغذية. كما يهدف إلى إثارة المزيد من القراءات والمناقشات بين موظفي جهاز حماية المنافسة، وخاصة أولئك الذين يعملون في الحالات الخاصة بصناعة الأغذية وعند إنشاء ثقافة المنافسة في هذه الأسواق.

أولاً: لمحة عن سوق الخضروات والفواكه بالكويت

تعد الأغذية المحرك للنمو الاقتصادي للخدمات في الكويت. حيث تتمحور الأعمال والخدمات ذات الأحجام المختلفة حول سلاسل القيمة لتوريد الأغذية. فقد انجذبت عمليات التوظيف والاستثمارات الرأسمالية في صناعة الأغذية إلى الاقتصاد الكويتي، الذي كان لدى سكانه معدلات نمو عالية واحتفظت الأسر فيه بمستوى عالٍ من الدخل الفردي المتاح. يوضح الرسم التوضيحي رقم 1 أن الواردات الغذائية أدت إلى زيادة معدلات النمو الإجمالية للواردات، خلال هذه الفترة الزمنية تضاعفت مستويات نمو السكان من 2 إلى 4 مليون نسمة¹. ويعد إنتاج الأغذية في الكويت محدوداً، وبالتالي يعتبر مؤشر أرقام واردات الأغذية إشارة جيدة للاستهلاك الغذائي في الدولة.

رسم توضيحي 2: معدل نمو الواردات الغذائية



150%

كانت هي نسبة الزيادة في الواردات الغذائية خلال السنوات العشر الماضية

تعد مؤشرات الواردات الغذائية أعلى حتى من الواردات الإجمالية بشكل عام

المصدر: OEC (مرصد التركيبة الاقتصادية)

تمثل الخضروات والفواكه حوالي 25٪ من النظام الغذائي في الكويت ودول مجلس التعاون الخليجي. يعتبر النظام الغذائي لدول مجلس التعاون الخليجي متشابه تقريباً، فهو يشبه النظام الغذائي الآسيوي أكثر من النظام الغذائي الغربي. يوضح الرسم التوضيحي رقم 2 تركيبة السلة الغذائية في دول مجلس التعاون الخليجي²، 42٪ منها منتجات حيوانية، و25٪ فواكه وخضروات، و33٪ مواد غذائية³. في حالة الكويت، ظل تكوين

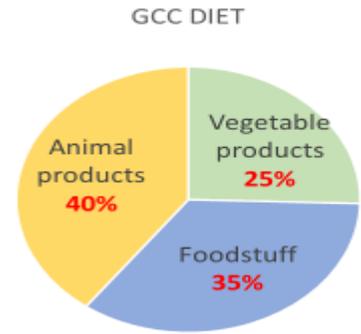
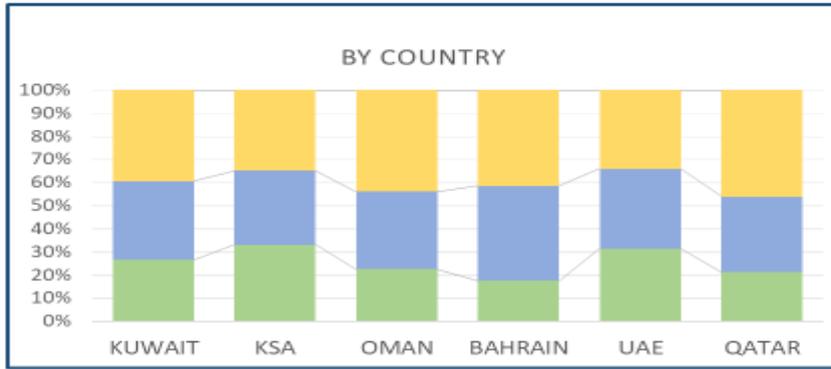
¹ السمته هي إحدى المشاكل الصحية في الكويت. ويعتبر الاستهلاك الغذائي أحد العوامل التي يمكن أن تتعلق بهذه القضية الصحية. ودراسة هذه العلاقة يتجاوز نطاق هذه الوثيقة.

² البحرين، المملكة العربية السعودية، الكويت، عمان، قطر، الإمارات العربية المتحدة.

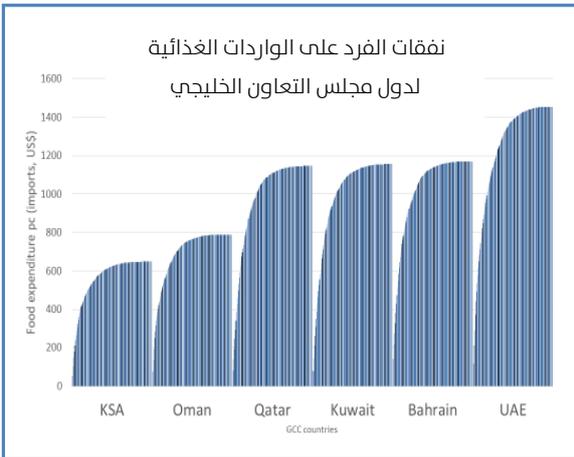
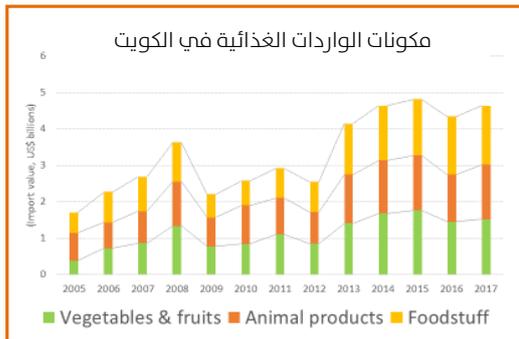
³ المنتجات الحيوانية، مثل لحوم الدواجن والأغنام والماعز والبقرة والأسماك الطازجة والحليب والجبنة. الخضار والفواكه، مثل الحمضيات والفواكه الاستوائية والموز والبطيخ

السلة الغذائية كما هو تقريباً في العقد الماضي. استناداً إلى 136 منتجاً غذائياً مستورداً من هذه الفئات الثلاث، يعتبر نصيب الفرد من الإنفاق المقدر في الواردات هو الأعلى في الإمارات العربية المتحدة (حوالي 1500 دولار أمريكي)، ومماثل في البحرين والكويت وقطر (حوالي 1200 دولار أمريكي)، وأقل بالنسبة لعمان والمملكة العربية السعودية (أقل من 800 دولار أمريكي). يبين الرسم التوضيحي رقم 3 سلة الفواكه والخضروات على أساس نفقات الاستيراد بالنسبة للكويت.

رسم توضيحي 2: النظام الغذائي لدول مجلس التعاون الخليجي، تكوينه ونفقات الاستيراد



1200 دولار أمريكي هي نفقات الفرد على الواردات الغذائية في الكويت

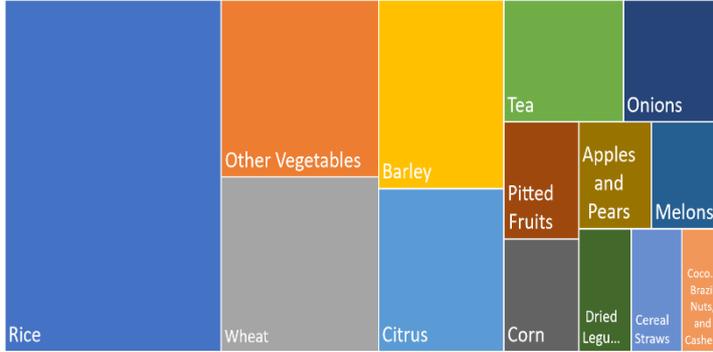


المصدر: OEC (مرصد التركيبة الاقتصادية)

والطماطم والبطاطس والتفاح والكمثرى والبطيخ وجوز الهند والعنب والمكسرات والخضروات الجذرية والخضروات المجمدة والقمح والشاي والقهوة والذرة والخبس والبقوليات والفواكه المجففة والفلفل والخيار والحبوب المصنعة.

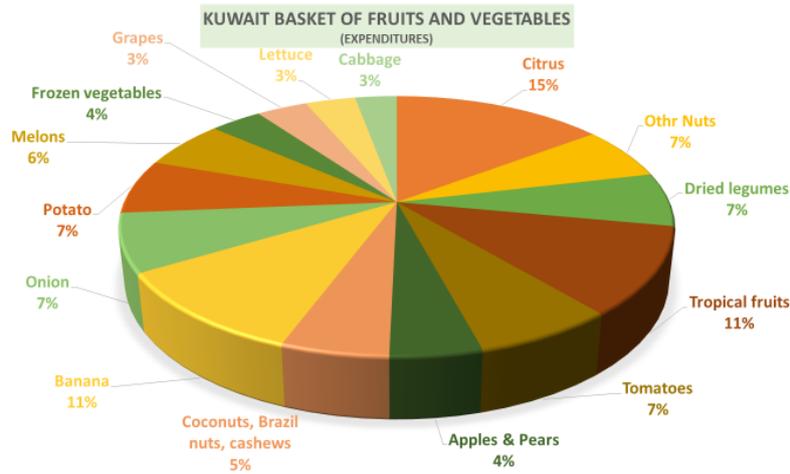
رسم توضيحي 2: النظام الغذائي لدول مجلس التعاون الخليجي، تكوينه ونفقات الاستيراد

النظام الغذائي الكويتي: منتجات الخضروات والفاكهة



1.5 مليار دولار أمريكي
يتم إنفاقها على استيراد
الخضروات والفاكهة
33% من إجمالي الواردات
الغذائية

رسم توضيحي 3: بعض الخضروات والفاكهة المختارة بسلة الكويت



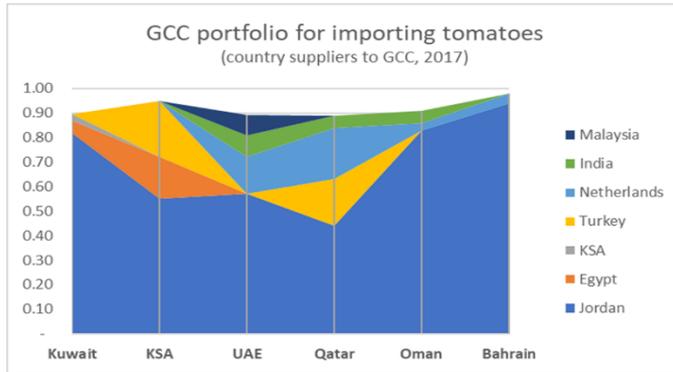
المصدر: OEC (مرصد التركيبة الاقتصادية)

تتنوع حافظة المنتجات المستوردة للنظام الغذائي لدول مجلس التعاون الخليجي إلى حد ما، على الرغم من إمكانية توسيعها في بعض الحالات. الشركاء التجاريون لدول مجلس التعاون الخليجي متشابهون بشكل عام، لكنهم يختلفون في الأهمية النسبية لبعض الدول ومنتجاتها المصدرة. قد يكون لتوسيع بدائل الاستيراد للدولة تأثيرات تنافسية على سلسلة التوزيع⁴. يوضح الرسم التوضيحي رقم 4 كمثال الحافظة الحالية لاستيراد

⁴ تركز هذه الوثيقة على أسواق الجملة للخضروات والفاكهة. دراسة البدائل التجارية من حسب القدرات التصديرية للدول المنتجة خارج

الطماطم. في هذا المنتج، تعتبر الأردن هي الدولة المسيطرة عبرة دول مجلس التعاون الخليجي، إلا أن الخيارات التجارية تختلف باختلاف الدول (انظر الشكل 4). حتى إذا كان هناك العديد من الشركات المستوردة من دولة واحدة، كان من الأفضل دائماً، كلما أمكن ذلك، تنويع الخيارات (على الهامش التنافسي) لتقليل المخاطر أو التبعية من الدول المصدرة في توريدها لمنتجات معينة ومن التوافر الموسمي.

رسم توضيحي 4: حافظة واردات المنتجات لدول مجلس التعاون الخليجي - حالة الطماطم



احتكار المحافظ
الاستثمارية الأكثر
تنافسية في النظام
الغذائي الخليجي
مقارنة بين نفس
المنتجات من
الخضروات والفواكه

المصدر: OEC (مرصد التركيبة الاقتصادية)

هناك تركيز عالٍ سائد في إمدادات الكويت من الخضروات والفواكه المستوردة. حيث تستورد الكويت إمداداتها من الخضروات والفواكه من مختلف بلدان العالم. يساهم الفحص الدقيق للسلع المستوردة في طرح بعض الآراء بشأن تركيز المعروض منها. حوالي 60% من جميع تكاليف الاستيراد في الفواكه والخضروات تأتي من مجموعة مركزة من الدول المصدرة. ربما يكون توسيع خيارات البلدان ممكناً في بعض الحالات، على الأقل في الهامش. تعتبر الاتفاقات التجارية الثنائية والعلاقات التجارية التاريخية والتفضيلات وأذواق المستهلكين من بعض العوامل التي يمكن أن تؤثر على الخيارات التجارية. قد يكون تحسين وتسهيل ظروف المنافسة للموردين، قدر الإمكان، أمراً مهماً بالنسبة لأسعار الجملة والتجزئة لواردات المواد الغذائية في الكويت. يتم حساب قياس التركيز بواسطة مؤشر هيرفندال هيرشمان HHI ويوضح الرسم التوضيحي رقم 5 معامل مؤشر هيرفندال هيرشمان لمنتجات الخضروات والفواكه الرئيسية المستوردة في الكويت. حيث يعني ارتفاع مؤشر هيرفندال هيرشمان وجود تركيز كبير في العرض. يتوافق هذا عادة مع عدد قليل من البلدان التي تتصرف مثل الشركات المهيمنة في هيكل سوق احتكار القلة، أو مثل عدد قليل من الشركات المهيمنة ذات الهامش التنافسي، ويظهر الجزء السفلي من

نطاق هذا التقرير.

الرسم التوضيحي رقم 5 معامل مؤشر هيرفندال هيرشمان للمنتجات الحيوانية الرئيسية. حيث يظهر تركيز عال في منتجات اللحوم والألبان.

رسم توضيحي 5: تركيز التوريد بالنسبة للفواكه والخضروات والمنتجات الحيوانية

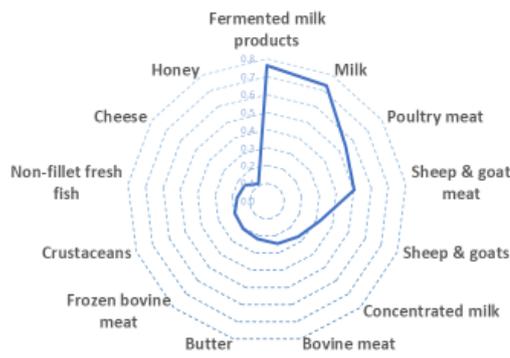
60%
من الفواكه والخضروات في الكويت يتم
توريدها في أسواق استيراد عالية التركيز

مؤشر تركيز واردات الكويت (الخضروات والفواكه - 1)



المنتجات	مؤشر هيرفندال (HHI)
Rice	0.836
Tomatoes	0.684
Coconut, Brazilian nuts, Cashews	0.676
Banana	0.446
Citrus	0.311
Onions	0.310
Potato	0.300
Melon	0.273
Other Fruits	0.267
Grapes	0.217
Tropic Fruits	0.204
Others Vegetables	0.198
Root vegetables	0.196
Spices	0.174
Apples & Pears	0.172

مؤشر تركيز واردات الكويت (منتجات حيوانية)

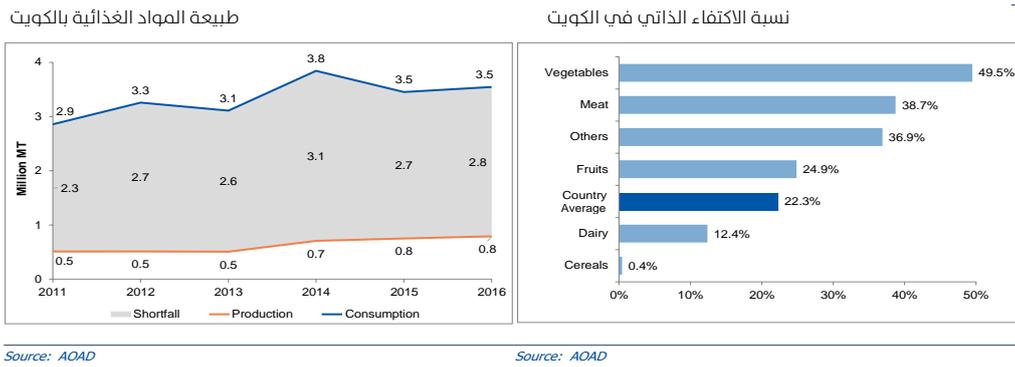


المنتجات	مؤشر هيرفندال (HHI)
Fermented milk products	0.763
Milk	0.731
Poultry meat	0.545
Sheep & goat meat	0.502
Sheep & goats	0.321
Concentrated milk	0.267
Bovine meat	0.249
Butter	0.222
Frozen bovine meat	0.207
Crustaceans	0.197
Non-fillet fresh fish	0.173
Cheese	0.156
Honey	0.109

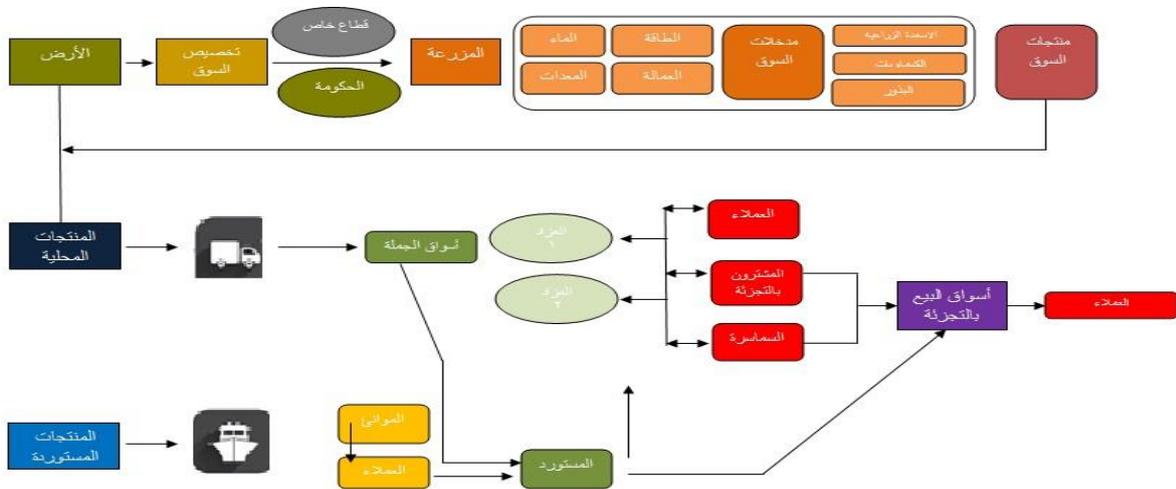
المصدر: OEC (مرصد التركيبة الاقتصادية)

يتألف سوق الخضروات والفواكه في الكويت من سلع مستوردة وأخرى منتجة محلياً. لا تزال الكويت بعيدة عن نسب الاكتفاء الذاتي لبعض المنتجات (انظر الرسم التوضيحي رقم 6). من المفيد إلقاء نظرة شاملة على سلسلة قيمة التوريد للفواكه والخضروات من أجل الربط بين مختلف الأطراف الفاعلة في السوق ومراحل الإنتاج، وفي وقت لاحق، الأنظمة التي تؤثر على السلوك التنافسي في الأسواق (انظر الرسم التوضيحي رقم 7). يمكن أن تكون هناك سياسة تنظيمية وراء أداء الإنتاج الجيد، الذي يربط بين ملكية الأرض والمنتجين وموردي المدخلات - من المستوى الأعلى إلى المستويات النهائية للسوق بالنسبة للمدخلات (البذور والمعدات والأسمدة ، وما إلى ذلك). بمجرد أن يتم إنتاج السلع، فإنها تتحرك لأسفل على طول سلسلة التوريد؛ التي ترتبط بمنافسة مزادات الجملة للمنتجات المحلية، والأغذية المستوردة من قبل تجار الجملة، ومشتري التجزئة، والوسطاء والمستهلكين. سيتم استكمال الرسم التوضيحي رقم 7 لاحقاً بالقواعد والنظم التي تؤثر على السلوك والمعاملات في الأسواق على طول سلسلة التوريد.

رسم توضيحي 6: نسب الاكتفاء الذاتي من المنتجات



رسم توضيحي 7: نظرة شاملة على سلسلة قيمة التوريد للفواكه والخضروات (استناداً إلى معاملات السوق)



يوجد في الكويت سوقان رئيسيان لمزادات الفواكه والخضروات المنتجة محلياً، يقع أحدهما في الفُرْدَة والآخَر في الأندلس. تديرهما شركة وافر والاتحاد الكويتي للمزارعين (KFF)⁵ على التوالي، تدخل فقط الخضروات والفواكه المنتجة محلياً المزادات (انظر الملحق 1).

يركز القسم التالي على مزادات أسواق الجملة وبعض الاعتبارات من أجل تحسين أدائها الاقتصادي.

ثانياً: المزادات في الأسواق الزراعية

تستخدم المزادات على نطاق واسع في تجارة المواد الغذائية بالجملة والمنتجات الزراعية الأخرى. تعتبر المزادات طريقة فعالة من حيث التكلفة للشراء والبيع لأنها تسهل جمع العديد من البائعين والمشتريين في مكان واحد. هناك مجموعة متنوعة من المنتجات التي يتم بيعها من خلال مزادات البيع بالجملة⁶ مثل الأسماك والماشية والمنتجات الزراعية والحبوب والصوف والأخشاب. تنتشر مزادات الماشية على نطاق واسع في العديد من الدول. في الولايات المتحدة، يتم التداول بين موردي اللحوم وشركات تعبئة اللحوم بشكل رئيسي من خلال المزادات⁷.

في الظروف الاقتصادية التي يكون بها تدفق ضعيف للمعلومات على طول المراحل المختلفة لسلسلة التوريد، يمكن للمزادات أن تكون ذات أهمية كبيرة باعتبارها نظم معلومات السوق، حيث تسهل من عملية الوصول للمعلومات الخاصة بالكميات، وتصنيف الجودة والأسعار، بحيث يتم التوفيق بشكل أفضل بين البائعين والمشتريين. يرى بانيرجي وآخرون (2012) بأن "[أسواق المزادات المنظمة بشكل جيد] تعتبر آلية شفافة لاكتشاف

⁵ تأسس الاتحاد الكويتي للمزارعين من قبل وزارة الشؤون الاجتماعية (بمقتضى القانون رقم 38 لسنة 1964). تعتبر الجمعية العمومية هي صاحبة السلطة العليا التي تدير الاتحاد. ضمن الهيئة التنفيذية للاتحاد، يتشكل مجلس الإدارة من تسعة أعضاء يتم تعيينهم كل 4 سنوات. هذا المجلس حيث يقوم بتنفيذ القرارات التي تحدها السلطة العليا فيما يتعلق بإدارة الأسواق، وشكاوى الأعضاء، والمشاريع الزراعية، وإنشاء الجمعيات التعاونية التجارية.

⁶ النمادج المعروفة هي مزادات الزهور الهولندية، مزادات السعر الهابط (المعروفة أيضاً باسم مزادات الساعة) ، حيث تأتي الزهور من العديد من البلدان في أوروبا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية (Webber & Labaste, 2009). يعتبر سوق تسوكيجي للأسماك في اليابان أكبر سوق للأسماك بالجملة في العالم. يتم التداول فيه عن طريق المزادات للأسماك الطازجة والأسماك المجففة ومنتجات الأسماك المصنعة، بما في ذلك الأسماك الحية والمجمدة، من جميع أنحاء العالم.

⁷ يعتبر مزاد الماشية في أوكلاهوما سيتي أحد أكبر مزادات ماشية التسمين في الولايات المتحدة. يعمل منذ عام 1910، يقدم معياراً لأسعار المزادات الأخرى التي تجري في وقت لاحق من الأسبوع وكذلك "توجيه لعقود ماشية التسمين الأجلة في بورصة شيكاغو التجارية بالإضافة إلى مزادات الماشية الكبيرة الأخرى مثل تلك التي تعقد في أماريلو وتكساس وكلويفيس ونيو مكسيكو". توفر إدارة التسويق الزراعي (AMS) التابعة لوزارة الزراعة الأمريكية (USDA) معلومات آتية تقريباً عن الأسعار الكميات التي يتم تداولها في المزادات في جميع أنحاء البلاد (وليس فقط للمواشي). يعتبر مزاد مركادو دي لينيرز الذي يقع في مدينة بوينس آيرس أكبر سوق مزاد للمواشي في الأرجنتين لبيع الماشية إلى المسالخ.

الأسعار وتحدد معياراً يتنافس معه أي سوق جديد تنشئه شركة خاصة، وبالتالي التخفيف من الآثار السلبية على الأسعار".

هناك مزادات علنية وأخرى ذات أنظمة مزاد إلكترونية مركزية⁸. في الكويت، تستخدم الأولى بشكل أساسي، بينما قامت سوق الفرضة بإعداد هذا النوع الثاني ولكن لم يتم استخدامها. يمكن للمزادات أن تسهل من الوصول إلى الأسواق، حيث يمكن حتى لصغار المزارعين المشتتين التجمع في أسواق واسعة النطاق. ما يلي بعض من خصائص المزادات:

- يمكن أن تقدم مرافق المزادات خدمات لفرز البضائع إلى الكثير من علامات الجودة المتجانسة، مما يسمح بتركز معروض المنتجين الصغار؛
- يمكن للمشتريين فحص كميات كبيرة ومتنوعة من السلع بسرعة وتحديد أي كميات يمكن شراؤها؛ كما يمكن لمقدمي العطاءات المشاركة في مزاد عبر الهاتف أو الإنترنت؛
- يمكن للمشتريين ذوي الخبرة التعلم من خلال مراقبة مقدمي العطاءات المتمرسين لاكتشاف الجودة الأفضل للبائعين؛
- المزادات هي عبارة عن بيع عام منظم؛ يمكن لبائع المزاد الذي يعمل كطرف ثالث محايد إجراء المزاد؛ وفي بعض المزادات، لا يتم الكشف عن هويات المشاركين وإجراءاتهم للآخرين؛
- آلية التسعير تكون شفافة، استناداً إلى قواعد تحديد العطاء الفائز والسعر؛
- يتنافس مقدمو العطاءات بشكل مباشر على كل حصة، بينما تفتقر المبيعات التي تتم من خلال المفاوضات إلى منافسة مباشرة بين المشتريين؛
- يمكن بيع كميات كبيرة من المنتجات بسرعة كبيرة ويمكن إجراء المعاملات بوتيرة عالية لاستيعاب تدفق البضائع القابلة للتلف أيضاً خلال فترات الذروة الموسمية؛
- يمكن توحيد ترتيبات ما قبل البيع وما بعده فيما يتعلق بالتخزين والتسليم والدفع بدرجة كبيرة مما يجعل المبيعات أسهل وأكثر شفافية.

⁸ مزاد بيع الصوف بالجملة مفتوح ونشط أمام المشتريين الدوليين: تعد أستراليا واحدة من أفضل المنتجين في العالم (حوالي 20 ٪ من الإنتاج العالمي) ويتم تقديم معظم الصوف الأسترالي من خلال مزادات علنية مفتوحة في مناطق مختلفة، في حين يتم بيع الصوف البريطاني (حوالي 2 ٪ من الإنتاج العالمي) من خلال نظام مزاد إلكتروني مركزي.

ثانياً: 1. مؤشرات المعلومات في المزادات

تعتبر المزادات آلية مفيدة لاكتشاف الأسعار تهدف إلى تخصيص شيء لمن يُقدر هذا الشيء أكثر: يجب أن تسمح الآلية، من خلال تقديم عطاءات تنافسية، بالكشف الصريح (تقريباً) حتى تكون النتيجة فعالة أيضاً، بمعنى أنه لن يكون هناك شخص آخر على استعداد لدفع أكثر من السعر الفائز بالشيء.

تعتبر المعلومات غير المتناسقة أو غير الكاملة سمة رئيسية للمزادات. تنظر دراسات تصميم المزادات إلى المزادات على أنها ألعاب ذات معلومات غير مكتملة، للوصول إلى الظروف التي يكون فيها تصميم المزاد مثالياً، مما يسمح بتخصيص الشيء لمقدم العطاء بأعلى تقييم. على هذا النحو، تكون المزادات مفيدة أيضاً في حل مشكلات التخصيص في سياق غير سعري (مثل مشاكل تحديد الأولويات، وتخصيص الإعانات، وما إلى ذلك). تم توفير مسح غير تقني شامل للعناصر الأساسية لدراسات المزادات بواسطة (Klemperer, 1999).⁹

تشير أسعار المزادات أيضاً إلى معلومات السوق الرئيسية التي تؤثر على تقييمات العملاء والاستراتيجيات المثلى للتداول. في بيئة المزاد، تحدد البنية المعلوماتية والأسعار الناتجة، على سبيل المثال، كيفية اعتماد تقييمات العملاء (الفعليين والمتوقعين) على المعلومات، ونوع المعلومات ذات الصلة بتقييمات العملاء، وما إذا كانت تقييمات العملاء مرتبطة بالمعلومات التي يتلقونها، وما إذا كان العملاء معرضون على الأقل لنفس المعلومات. يعتمد تأثير الكشف عن المعلومات وأسعار المزادات كنتيجة للمزادات على تدفق المعلومات وهيكلها.

هناك مجموعات مختلفة من القواعد يمكنها تنظيم العطاءات والتخصيص أثناء المزادات. توضح قواعد المزاد كيفية سير عملية التداول، وعلى هذا النحو، تحدد هذه القواعد أيضاً تدفق المعلومات قبل وأثناء وربما بعد عملية التداول. هناك أربعة أنواع أساسية من المزادات وجميعها مستخدم؛ حيث تركز معظم الدراسات على هذه الأنواع الأساسية الأربعة أيضاً¹⁰:

⁹ تشير بيئة المزاد النموذجية إلى عدم تناسق السوق من حيث وجود منافسة من جانب واحد فقط من السوق بين عدد محدود من العملاء (وعادة ما يكون صغيراً)؛ عادة يكونون من المشتريين الذين يواجهون بائعاً احتكارياً – بائع المزاد؛ بينما في مزادات الشراء يكون العكس.

¹⁰ أحد الأسئلة الشائعة في الدراسات الخاصة بالمزادات هو ما إذا كانت المزادات المختلفة تحقق عائدات مختلفة من وجهة نظر البائع، وهو ما يفسر أيضاً سبب عدم اعتماد معظم الأسواق على أكثر من نوع واحد من المزادات. تنص نظرية معادلة الإيرادات على أنه في ظل افتراضات معينة، تكون الإيرادات المتوقعة للبائع متشابهة عبر مزادات ذات أنواع مختلفة، طالما أن قواعد المزاد تضمن

▪ مزادات السعر الأول ذات العطاء المختوم هي مزادات ذات جولة واحدة حيث يقوم المشاركون بالمزايدة في نفس الوقت (بناءً على معلوماتهم المسبقة فقط) ، ويتم ترسية موضوع المزاد إلى مقدم العطاء الذي يقدم أعلى عطاء ويدفع الثمن الذي قدمه؛

▪ مزادات السعر الثاني ذات العطاء المختوم (المعروفة أيضًا باسم مزاد فيكري Vickrey، هذا الاسم مستمد من ورقة الإحداثيات الخاصة بفكري التي وضعها عام 1961 (Vickrey, 1961) والتي تتعامل مع المزادات من منظور نظرية اللعبة) هي مزادات أحادية الجولة أيضًا، حيث يقوم المشاركون بالمزايدة في نفس الوقت؛ يتم ترسية موضوع المزاد أيضًا لمقدم أعلى عطاء، لكنه يدفع سعرًا يساوي ثاني أعلى سعر؛

▪ مزادات السعر التصاعدي (مثل المزادات الإنجليزية)، حيث يتم رفع السعر بالتسلسل ويغادر المزايدون عندما يتساوى السعر المسمى مع السعر الاحتياطي الخاص بهم؛ الفائز هو آخر مزاد يبقى بعد خروج الجميع، حيث يقوم بدفع أول سعر ليس فيه أي مزايدين منافسين. في هذه الحالة، يتم "فرز" مقدمي العطاءات للخروج، ومن الممكن أن يطلع مقدم العطاء الأعلى على التوزيع الكامل للقيم. تعادل مزادات الأسعار الصاعدة المفتوحة مزادات السعر الثاني ذات العطاء المختوم في حالتين: عندما يكون هناك مزادان فقط أو في وجود قيم خاصة مستقلة (الحالة الثانية تكون عند عدم اعتماد تقييمات المزايدين على المعلومات الخاصة ببعضهم البعض). في الواقع، مع القيم الشائعة (تقريبًا)، في مزاد الأسعار التصاعدي المفتوح، يتعرف مقدمو العطاءات على معلومات مقدمي العطاءات الآخرين أثناء مغادرتهم، وبالتالي تحديث معتقداتهم الخاصة حول مدى تقييمهم للشيء موضوع المزاد؛

▪ مزادات السعر الهابط (مثل المزادات الهولندية)، حيث يتم تخفيض السعر بالتسلسل، ويتم منح الشيء موضوع المزاد إلى مقدم العطاء الأول الراغب في شرائه بالسعر الحالي. يعادل مزاد السعر الهابط المفتوح، من الناحية الاستراتيجية، مزاد السعر الأول ذي العطاء المختوم ويؤدي لنفس النتيجة في ظل شروط عامة للغاية، وفي الواقع يُعرف أيضًا باسم مزاد السعر الأول المفتوح.

في نموذج القيمة الشائعة، تنشأ مشكلة لعنة الراجح. تنشأ لعنة الراجح بسبب عدم اليقين المحيط بالقيمة الشائعة، والتي يمكن اعتبارها القيمة السوقية للشيء موضوع المزاد،

على الأقل الكشف الصريح تقريبًا عن تقييمات مقدمي العطاءات. ينطبق هذا على كل من مزادات القيم الخاصة والقيم الشائعة طالما أن مقدمي العطاءات لديهم معلومات مستقلة خاصة.

حيث تكون نفس القيمة بالنسبة لجميع مقدمي العطاءات. القيمة الفعلية (الشائعة) تكون غير معروفة ويقرر مقدمو العطاءات مقدار المزايدة استناداً إلى التوقعات. تختلف المعلومات عبر المزايدين، وكذلك التوقعات حول القيمة الشائعة. النقطة هي أنه بينما تعتبر القيمة الشائعة للشيء موضوع العطاء هي ذاتها بالنسبة للجميع، إلا أن التوقعات تختلف، فمن المحتمل أن ينتهي الأمر بالطرف الفائز بالمزاد أن يكون قد بالغ في تقدير قيمته (بمعنى أن يكون صاحب أعلى توقع أو واحد من أعلى التوقعات)¹¹.

على أي حال، يجب على مقدمي العطاءات المنطقيين تخفيض عروض أسعارهم ليضعوا في اعتبارهم لعنة الراح، وبالتالي ينبغي أن لا تحدث لعنة الراح (Cox & Isaac, 1984). "ومع ذلك، قد يكون من الصعب التصرف بمنطقية في مزاد القيمة الشائعة. حيث تتطلب المزايدة المنطقية أولاً التمييز بين القيمة المتوقعة للعنصر المعروض للبيع، المشروطة فقط بالمعلومات السابقة المتاحة، والقيمة المتوقعة المشروطة بالفوز بالمزاد. حتى إذا فهم مقدم العطاء هذا المفهوم الأساسي، يمكن أن تحدث النسخة الثانية من لعنة الراح إذا قلل مقدم العطاء من حجم التعديل اللازم للتعويض عن وجود مقدمي عطاءات آخرين"¹².

يشير ثالر (1988) إلى أن المقال المكتوب من قبل (Campbell و Clapp و Capen) عام 1971، بدأ في ذلك الوقت كرد فعل مثالي على نقص المعرفة المشتركة بالظاهرة من قبل خصومهم في المزادات: أي أنها كانت محاولة لتبادل المعلومات حول كيفية تقديم العطاءات بطريقة منطقية. كان لمقال (Capen والآخرون، 1971) بالفعل تأثير كبير في الطريقة التي تزايد بها الشركات في المزادات، ولكن يبدو أن مشكلة لعنة الراح لا تزال تحدث مما يعني أن مقدمي العطاءات يواصلون انتهاك المنطق. يستعرض (Thaler, 1988) الأدلة التجريبية والميدانية: في التجارب المعملية، كلما زاد عدد مقدمي العطاءات، كلما كانت نتائج لعنة الراح أسوأ، حيث يميل مقدمو العطاءات إلى أن يكونوا أكثر عدوانية حينما يجب على مقدمي العطاءات المنطقيين القيام بالعكس. تم تأكيد لعنة الراح من خلال البيانات الميدانية وكذلك في التجارب حيث كان الأشخاص من المدراء التنفيذيين للشركات ذوي الخبرة. تستمر لعنة الراح حتى بعد مشاركة نفس الأشخاص في تجارب متعددة (Kagel & Levin, 1986)، على الرغم من اكتساب بعض المعرفة مع زيادة تجربة الفشل¹³.

¹¹ ذكرها ويلسون لأول مرة عام (1969) ثم نوقشت في ورقة شهيرة من قبل ثلاثة مهندسين لشركة نبط في سياق مزادات حقول النفط (Capen وآخرون، 1971)، للعنة الراح نسختان: تحقيق خسائر (نسخة أفوس)، مما يعني أن السعر المدفوع أكبر من القيمة الفعلية للشيء موضوع المزايدة أو تحقيق أرباح أقل من المتوقع (إصدار أخف).

¹² (Thaler, 1988) p. 192.

¹³ المشاركة في العطاءات عندما لا يكون لدى جميع مقدمي العطاءات الآخرين نفس الخبرة ولا يشتركون في نفس المعرفة المشتركة بشأن منطقية المزايدة، تفرض أيضاً مشكلة.

لا يعتقد كل من (Sextong Crespi, 2005) أن لعنة الراح تلعب دوراً كبيراً في تفسير سلوك المزايدة في (بانهاندل) نظراً للعدد الكبير جداً من عروض الأسعار التي تقدمها شركات التعبئة بمرور الوقت، وبالتالي، هناك فرص واسعة للتعلم ولتحديث إستراتيجيات عروض الأسعار ونظراً للانتشار المحدود نسبياً لمؤشرات السوق في هذه البيئة مقارنة، على سبيل المثال، باستكشاف النفط. ولكن يبدو أن هذه المعرفة غير قابلة للتحويل عبر بيانات المزايدة أو الأسواق المختلفة.

أما بالنسبة للمزايدات ذات القيمة الخاصة كلياً، فلا تنشأ فيها لعنة الراح. ومع ذلك، فإن معظم المزايدات تنطوي على قدر من القيمة الشائعة على الأقل، ودرجة من عدم اليقين بشأن هذه القيمة الشائعة، وبالتالي فإن لعنة الراح تعتبر ظاهرة مهمة¹⁴.

ثانياً: 2. كشف المعلومات

متى يكون من الأفضل أن يكشف البائع عن مزيد من المعلومات؟ في مزايدات الأسعار الشائعة، قد يكون من الجيد بالنسبة للبائعين، تقليل حالة عدم اليقين بشأن القيمة الفعلية (الشائعة) للسلعة في ظل ظروف معينة. أجرى كل من (Leving Kagel, 1986) العديد من التجارب ووجدوا أن الكشف عن معلومات عن السلعة المعروضة للبيع (أي جعل بعض المعلومات عامة) يزيد من إيرادات البائع، لأن تقليل حالة عدم اليقين يجعل مقدمي العطاءات أكثر ثقة. بينما يحدث العكس عند عدم قدرة مقدمي العطاءات على حساب لعنة الراح بشكل كامل¹⁵.

قدم (Board, 2009) ما يسمى بتأثير التخصيص: يمكن أن يؤدي الكشف عن المعلومات إلى تغيير نوع مقدم العطاء الذي يفوز بالمزايدة عن طريق تغيير طلبات التقييمات. يفيد الكشف عن المعلومات للبائعين من خلال زيادة الإيرادات فقط عندما يكون هناك أكثر من

¹⁴ علاوة على ذلك، عندما تحيط حالة عدم اليقين بالقيمة الفعلية للسلع ويتعين على المشتريين الاعتماد على تقديراتهم، كما هو الحال في مزايدات القيمة الشائعة تقريباً، فإن مزايدات السعر التصاعدي لا تعادل مزايدات السعر الثاني ذات العطاء المختوم، وتؤدي إلى ارتفاع الأسعار في المتوسط، حيث يتم تخفيف لعنة الراح عن طريق التعلم وتتسبب في عطاءات أكثر عدوانية (PR Milgrom & Weber, 1982).

¹⁵ في معظم نماذج المزايدات القياسية، يُفترض أن المعلومات المتاحة لأحد المزايدتين مستقلة عن المعلومات المتاحة للمزايدتين الآخرين (أي أن مؤشرات المعلومات ليست مرتبطة بشكل زوجي، مما يعني أن الأخبار الجيدة أو السيئة التي يمتلكها / يستلمها أحد العملاء بشأن قيمة السلعة المعروضة لا تشير لأي شيء عن نوع المعلومات التي لدى عملاء آخرين). غالباً ما يتم مخالفة هذا الافتراض. إحدى المساهمات الرئيسية في هذا المجال هي الورقة المقدمة من قبل (Milgrom & Weber, 1982)، والمعروفة بمبدأ الربط: عندما تكون مؤشرات المعلومات مرتبطة بشكل إيجابي (على سبيل المثال في مزايدات القيمة الشائعة)، فإن بعض المزايدات التي تزيد من الاعتماد المتبادل بين تقييمات مقدمي العطاءات وسعر الترسية تؤدي إلى تحسين إيرادات البائع في المتوسط. وهذه حالة من حالات تصميم المزايدات حيث يمكن لمقدمي العطاءات التعلم من معلومات مقدمي العطاءات الآخرين (مثل المزايدات الصاعدة) أو في مزايدات السعر الثاني ذات العطاء المختوم حيث يعتمد السعر على تقييم شخص آخر. لنفس السبب، إذا كان البائع لديه حق الوصول إلى المعلومات الخاصة، فمن الأفضل في معظم المزايدات الإفصاح عنها بطريقة موثوقة. والحقيقة هي أنه كلما تم الإعلان عن مزيد من المعلومات، كل قل ريع المعلومات الخاصة لدى مقدمي العطاءات.

مزايدين اثنين (أي عندما تكون المنافسة عالية). ولاحظ Board (2009) أنه عند عدم الالتزام برتبة وتناسق المعلومات، فلا ينطبق مبدأ الربط وقد يؤدي الكشف عن المعلومات إلى تقليل الإيرادات المتوقعة. وأشارت ورقة ذات صلة أعدها كل من Michelucci و Ettinger عام 2019 إلى أن المعلومات الأقل اكتمالاً تؤدي إلى ارتفاع الأسعار ويتم تحقيق ذلك عن طريق وضع سعر احتياطي أعلى.

ثانياً: 3. عدم التماثل والدخول

عندما يتم إسقاط افتراض أن مقدمي العطاءات متماثلون، أي أن تقييماهم مستمدة من نفس التوزيع، يتم إسقاط المعادلة بين المزايدات من حيث إيرادات البائع، وتعتمد الطريقة التي يمكن بها تصنيف المزايدات من حيث تعظيم إيرادات البائع على نموذج المزاد (القيم الخاصة مقابل القيم الشائعة) وعلى "شكل" أوجه عدم التماثل بين أنواع مقدمي العطاءات.

في نماذج القيم الخاصة، تميل مزايدات السعر الأول ذات العطاء المختوم إلى جذب المزيد من المزايد بشكل عام (أي غير مشروط على شكل أوجه عدم التماثل)، عن طريق حث المزيد من المشترين على الدخول بين الأنواع الضعيفة (Maskin and Riley 1999). في نماذج القيمة الشائعة، يكون تأثير أوجه عدم التماثل من خلال ردع الدخول أكبر دائماً في المزايدات الصاعدة، بسبب التأثيرات التكبيرية للجنة الرابع، كما هو موضح أدناه. ونتيجة لذلك، تميل مزايدات الأسعار الصاعدة إلى أن تكون أقل ربحية للبائعين. تم تقديم الدليل الأول على هذه الظاهرة من قبل (P. Milgrom, 1981) وتمت مناقشته بمزيد من التفصيل من قبل (Weberg P.R. Milgrom, عام 1982. قام (Bikhchandani) عام 1988 بتوسيعها إلى إطار المزايدات المتكررة. قد يشير عدم التماثل في نماذج القيمة الشائعة إلى السمعة وعناصر ذات قيمة خاصة في التقييم، ولكن يمكنهم أيضاً الرجوع إلى مزايا المعلومات.

يرى (Klemperer, 2002) أنه مهما كان نوع المزاد، فقد يتم إعاقة الدخول عندما يكون تباين المعلومات كبيراً بالنسبة لجميع مقدمي العطاءات (مقابل البائع) وعبر مقدمي العطاءات وتكون تكاليف المشاركة كبيرة مقارنة بالمبلغ الذي قد يكون مقدم العطاء دفعه.

في مزايدات الأسعار الصاعدة المفتوحة، يكون عدم الدخول أسوأ، حيث أن الافتراض بأن الشركة ذات التقييم الأعلى لا يمكنها المزايدة في نهاية المطاف يؤدي إلى تقليل الحوافز للمشاركة بالنسبة لمنافسيها، وأيضاً عندما تكون تكلفة المزايدة منخفضة. وهذا بدوره يترجم إلى تقليل الضغط على الربح المتوقع والأسعار. السبب الآخر لتفسير إمكانية تقليل الدخول وكذلك الأسعار بشكل أكبر في مزايدات القيمة الشائعة تقريباً، في وجود عدم تماثل بين مقدمي العطاءات، هو لعنة الرابع. يقول (Klemperer, 2002) أ تعتبر لعنة

الرابح مقلقة بشكل خاصة للشركات الضعيفة من الناحية التنافسية (بما فيها الضعيفة من الناحية المعلوماتية): فمن المحتمل فوزهم فقط عند مبالغتهم في تقدير قيمة الفوز أكثر من منافسيهم الأقوي منهم. ونتيجة لذلك، تؤثر لعنة الرابح على العطاءات المقدمة من هذه الشركات بشكل أكثر نسبيًا من منافسيهم الأفضل منهم (أو الأكثر معرفة) الذين لا يفوزون فقط في معظم الأوقات، ولكن غالبًا ما ينتهي بهم الأمر إلى دفع أسعار أقل. يكون التأثير أقوى في مزادات الأسعار الصاعدة العلنية فيما يتعلق بمزادات السعر الأول ذات العطاء المختوم، والتي تميل بالتالي إلى إظهار أسعار أعلى. تؤدي تكاليف المزايدة إلى تفاقم التأثير السلبي على الدخول. من منظور السياسة، فإن السماح للشركات باكتساب مزايا تنافسية، من خلال عمليات الاندماج على سبيل المثال، يمكن أن يكون له تأثيرات غير مرغوبة على المنافسة (Klemperer, 1998)¹⁶.

تبعاً لدراسة (Klemperer, 2002)، يتم التخفيف من حدة مشكلة الدخول في الأسواق من خلال تجميع طلب صغار المشترين من خلال وسطاء، يمكنهم تحمل تكلفة الدخول. يحدث ذلك في الأسواق التي يكون فيها عرض البائعين صغيراً كما هو الحال بالنسبة لصغار المزارعين، الذين يمكنهم التعاون أو الاندماج من خلال اتحادات المزارعين أو الاعتماد على خدمات سوق الجملة المتقدمة، لتوحيد المنتجات وتقييمها على أساس الجودة بحيث يمكن تجميعها في مجموعات أكبر¹⁷.

ثانياً: 4. الأبحاث التجريبية

يمكن العثور على التجارب المعملية¹⁸ المتسقة مع مبدأ الربط في دراسة Levin و Kagel (1986) ودراسة Offermang Goeree (2002)، وكلاهما يسلط الضوء على الصلة الواسعة لهذا المبدأ مع مفهوم لعنة الرابح. وفقاً للدراسة المقدمة من قبل Cason et al. (من خلال تجربة معملية) أن سياسة الإفصاح الكاملة تحسن الفائض من خلال زيادة القدرة التنافسية في السوق.

¹⁶ يشير (Klemperer, 2002) إلى أن الأدلة التجريبية من مزادات الأخشاب، وهي واحدة من الأسواق القليلة التي يتم فيها استخدام أكثر من نوع واحد من المزادات، تدعم فكرة أن مزادات السعر الأول ذات العطاء المختوم تجذب المزيد من المنافسين مقارنة بمزادات الأسعار الصاعدة؛ والسبب نفسه، فإنها تميل أيضاً إلى توليد أسعار أعلى، على الرغم من أن الاختلافات تكون صغيرة عند التحكم في عدد المنافسين.

¹⁷ يناقش (Klemperer, 2002) خصائص المزاد الأنجلو-هولندي، الذي اقترحه في ورقة سابقة كمزيج من النوعين القياسيين حيث تم تسميته بهذا الاسم من خلال هذين النوعين بعد ذلك، يشمل هذا المزاد مرحلة أولية تصاعدية علنية حتى يبقى مزادان؛ ثم مرحلة نهائية تتبع قاعدة مزاد السعر الثاني ذي العطاء المختوم مع وضع حد أدنى للسعر يساوي آخر سعر تم تحقيقه في الجولة العلنية. يُعتقد بأن هذا المزاد يعزز الدخول ويقلل من احتمالية التواطؤ، من خلال الاعتماد على أفضل الخصائص للمزادات ذات العطاءات المغلقة. في الوقت ذاته، تتضمن المرحلة الأولى مزايا مزادات الأسعار الصاعدة: حيث تنتهي نتيجة أكثر كفاءة على الأرجح من خلال البيع لصاحب أعلى قيمة عطاء.

¹⁸ كما تم تقديم مسح استقصائي حديث في بحث تجريبي خلال دراسة مقدمة من قبل (Leving Kagel) عام 2016

تم تقديم دليل على تأثير المعلومات في تحسين المطابقة، مما يؤدي إلى المزيد من المنافسة خلال دراسة (Tadelis & Zettelmeyer) التي أجريت عام 2015. هذا التحسين ليس فقط في المزادات ولكن أيضاً عبرها (بمعنى أن الأخبار الجيدة والسيئة تساعد على خلق تطابق أفضل بين المزايد والمزادات حيث يتم تداول السلع غير المتجانسة).

تشير شهادة الجودة إلى جودة المنتج بالنسبة للمشتريين. وفي ظل ظروف معينة (مثلاً في وجود بائعين يفتقرون إلى السمعة والأسواق المزدهمة)، قد تلعب شهادة الجودة أيضاً دوراً في تكوين الأسعار أثناء المزادات وفقاً لدراسة (Elfenbein et al., 2015).

تتفاعل سمعة البائع مع معلومات المنتج. حيث وجد (yin) عام 2006 أن كلاهما دافع للسعر، وأن عدم اليقين بشأن جودة المنتج يلعب دوراً أكثر أهمية، وأن ثقة البائعين تكمل معلومات المنتج التي تم الكشف عنها في المزاد.

تم توثيق التأثيرات السلبية للمعلومات في دراسة Romanyuk & Smolin (2019): إذا كان هناك تجانس بين البائعين، يتم الحصول على تطابقات أفضل في ظل سياسة معلومات غير مكتملة، مقارنةً بسيناريو المعلومات الكاملة (حيث ينشأ فشل سوقي بسبب حالات الرفض المفرط من قبل البائعين).

في بيئة المزادات المتعاقبة هناك تأثير إضافي تعليمي/ديناميكي. حيث تتوقع بعض الدراسات النظرية باتجاه ثابت أو متزايد للأسعار (كما ورد في دراسة Weber 1983؛ ودراسة Donald et al. 2006). ومع ذلك، فإن النتائج التجريبية ليست متسقة مع ما تم توقعه. حيث تم تقديم أدلة على انخفاض الأسعار في دراسة (van den Berg et al., 2001) التي وجدت دليلاً على انخفاض الأسعار في مزادات الزهور الهولندية. حيث تنسب الدراسة المقدمة من قبل (Lu et al., 2009) انخفاض الأسعار إلى التعلم القائم على التكيف لمقدمي العروض في الجولات المتتالية. فقد وجدوا في تجربة ميدانية شبه طبيعية في سوق مزاد الزهور الهولندي أن إخفاء هويات الفائزين يؤدي إلى زيادة كبيرة في السعر لأنه يمنع عروض الأسعار المقلدة من قبل المنافسين.

ثانياً: 5 التواطؤ في أسواق المزادات

تبعاً لدراسة (Klemperer, 2002b)، تعتبر أسواق المزادات معرضة بشكل خاص للتواطؤ، حيث تسمح التفاعلات المتكررة والمتكررة لمقدمي العروض باختيار المؤشرات، وبالتالي يمكنهم تعلم استراتيجيات التعاون وإنفاذ استراتيجيات العقاب. في بعض المزادات، يتم تعلم تصميم المعلومات (سواء كانت موجهة للتواطؤ أم لا) أثناء المفاوضات، كما هو الحال في مزادات الأسعار الصاعدة. في مزادات الأسعار الصاعدة ذات وحدات متعددة من

سلع متجانسة، يمكن للمزايدين إرسال إشارات إلى منافسيهم في ظل استراتيجية تعاون وعقاب مقترحة من خلال التمييز بين عطاءاتهم المبكرة التي قدموها بشأن حصص مختلفة يتم بيعها بالمزاد في وقت واحد.

يمكن للافتقار الذاتي للدخول، كما تمت مناقشته في دراسة (Klemperer, 2002 أ)، أن يجعل المزادات أكثر عرضة للتواطؤ بين أقوى المنافسين، حيث يمكنهم الاتفاق على نحو آمن على تخفيض الأسعار (من خلال التواطؤ أو تقديم عطاءات مشتركة). يؤكد المؤلف على أن القابلية للتواطؤ قد يعززها تصميم المزاد: على سبيل المثال، مزادات الأسعار الصاعدة، التي تتميز بالتباينات بين المزايدين التي تسمح بعطاءات اللحظة الأخيرة؛ وضع سعر احتياطي منخفض للغاية، وبالتالي زيادة الإيرادات التي يمكن للشركة الحصول عليها من خلال التواطؤ؛ وتحديد عدد وحجم الكثير من السلع دون مراعاة تفاعلها مع هيكل السوق.

من بين التدابير التي يمكن اعتمادها بدلاً من ذلك للحد من التعرض للتواطؤ في مزادات الأسعار الصاعدة، عدم الكشف عن العطاءات؛ تجهيز مجموعة المزايدين المتبقين على نحو غير ملحوظ ليكونوا مستعدين للدخول في أي مرحلة من المزاد؛ إجبار مقدمي العطاءات على زيادات منفصلة في الأسعار¹⁹؛ التخطيط لحجم الحصص بطريقة تتجنب تقاسم السوق أو التلاعب بطلب الشركة²⁰.

تعتبر مزادات السعر الأول ذات العطاء المختوم أقل عرضة للتواطؤ وفقاً لدراسة (Klemperer, 2002 أ): بشكل عام، يجعل هذا النوع من المزادات الدخول أكثر جاذبية حيث أنها لا تسمح للشركات (ولا أعضاء الاتحادات الاحتكارية) بالاستجابة للمنافسين وتعزز فرص إقصاء الشركات التي تحاول الاستحواذ على الإيرادات (إما من المعلومات أو الكفاءة أو التواطؤ). يمكن تسهيل عملية تطبيق التواطؤ في شكل تقاسم السوق في مزادات الأسعار الموحدة ذات عطاء الظرف المختوم، التي تستخدم لبيع سلع متجانسة، حيث يمكن لمقدمي العطاءات التلاعب بالأسعار التي يقدمونها مقابل كميات أصغر من الأحجام المتفق عليها (Klemperer, 2002 أ).

تعتبر المزادات المعيارية عرضة لتواطؤ المزايدين، حتى عندما يواجه أعضاء التكتلات معلومات غير متماثلة متبادلة (وهو شرط يجعل التواطؤ أقل احتمالية، كما هو موضح في القسم 0). وجد كل من غراهام ومارشال (1987) ومكافي وماكميلان (1992) في مقالاتهما الرئيسية آليات تواطؤية مثل في نماذج القيم الخاصة المستقلة في مزادات السعر الثاني والأول، على التوالي [راجع أيضاً مقال Zemsky and Mailath (1991) ومقال

¹⁹ على الرغم من أن ذلك على سبيل المثال معترف به كميزة سلبية في إحدى حالات مكافحة الاحتكار التي سنذكرها لاحقاً.

²⁰ وفقاً للدراسات المقدمة من قبل Cramton and Schwartz, 2000 / Salant, 2000 / Ausubel's (1998)

Marxg Marshall (2007): حيث اكتشفوا أنه يمكن لأعضاء التكتلات المطلعين على نحو غير متكافئ بناء مزاد على شكل خروج المغلوب يمكنهم من (إعادة) تخصيص السلعة فيما بينهم بكفاءة مع قصر إيرادات البائع على أقصى سعر احتياطي لهذه السلعة.

تعتبر قدرة أعضاء التكتلات على تبادل المدفوعات الجانبية (دون الكشف عنها) أمر بالغ الأهمية لهذه النتيجة، ولكن يمكنهم تحقيق نفس التأثير من خلال تعديل عملية التناوب في العطاءات أو حصص السوق، إذا تكررت المزادات²¹.

كمثال توضيحي، في الهند، توثق العديد من الأبحاث عملية التواطؤ وكفاءة التدخل الحكومي في أسواق مزاد بيع القمح بالجملة (مقال Meenakshi و Banerji 2004) ومقال Banerji et al. (2012). انتقلت الهند منذ عام 2003 من أسواق البيع بالجملة المنظمة بالكامل إلى التعايش مع الأسواق الخاصة. المحاصيل من الحبوب وخاصة الأرز. في الأسواق المنظمة، تتم المعاملات من خلال المزادات ذات الأسعار الصاعدة. بينما في أسواق الجملة المنظمة على نحو خاص، يعتبر البيع المباشر هو الطريقة السائدة للبيع، في شكل أسواق المزارعين والتعاقدات الزراعية. الحكمة العامة هي أن الأسواق المنظمة تتأثر بالتواطؤ، حيث أنها مركزة على نحو كبير (حيث لا يزيد إجمالي عدد المزايديين عن 13 مزايدين ولا يتنافسون على جميع الحصص): يلتقي كبار المزايديين مراراً وتكراراً في أماكن السوق ويوافقون على تقاسم السوق اعتماداً على تخصيص الحصص (الحصص التي يتم بيعها بالمزاد بالتسلسل).

في الدراسة المقدمة من قبل Banerji et al. (2012) تم استخدام بيانات من فترة ما قبل الإصلاح وما بعدها لاختبار: (أ) ما إذا كان التواطؤ يفسر نتائج المزاد بشكل أفضل من السلوك غير التعاوني؛ (ب) ما إذا كانت المنافسة بين أسواق المزادات والأسواق الخاصة التي تم إدخالها حديثاً تساهم في تغيير رفاهية المزارعين. في النموذج المقدم من قبل Banerji et al. يكون للمزايديين قيم خاصة مستقلة لا يتم توزيعها بشكل متماثل، وذلك مشروط بجودة السلعة: هناك معدل متغير من حالات عدم التماثل حيث يمتلك كبار المشتريين قيماً أعلى. وتؤكد النتائج على أن كبار المشتريين يتواطؤون. ومع ذلك، فإن تأثير التواطؤ يعتبر صغيراً (حيث يتم تخفيض السعر الفائق بنسبة تتراوح ما بين 1٪ و 2.6٪). ومع ذلك، قد يكون هذا نتيجة لاحتمال أن الحكومة قد تقرر شراء الحبوب غير المباعة بسعر ثابت معروف مقدماً (Meenakshig Banerji 2004)²².

²¹ التناوب في تقديم العطاءات والمدفوعات الجانبية هي آليات واسعة الانتشار مستخدمة لفرض التكتلات.

²² يتم إنشاء الأسواق الخاصة على غرار المشتري الكبير الذي يقيم سوقه الخاص وينسحب من سوق المزاد: بما أن الأسعار التي من المفترض أن تكون ذاتها في السوقين في حالة توازن، فإن التأثير المقدر يكون صغيراً؛ ويعتمد حجمه على قدرة المشتريين الباقين على استيعاب الطلب المفقود (أي هيكل السوق)، وعوامل أخرى قد تعوض مخاطر الهبوط السلبية (مثل البعد عن الأسواق). إذا غادر العديد من المشتريين الكبار الأسواق المنظمة، فقد يكون التأثير أكبر، ولكنه يصبح مشكلة بالنسبة للمنافسة في الأسواق. حيث يمكن للمشتريين الكبار الذين يغادرون السوق المنظمة أن يكونوا أيضاً مؤشراً للتحويل عن أسواق المزادات، للتعاقد على

في نماذج التواطؤ القياسية، تعمل آلية التواطؤ على زيادة الفائض المشترك المسبق للطرفين إلى أقصى حد؛ ويلتزم الأطراف بالتكتل قبل حدوث أي تبادل للمعلومات، وتستخرج الحلقة فائض البائع بينما لا يغير التواطؤ الرفاهية الكاملة. يضع كل من Esó و Schummer (2004) في اعتبارهما نموذج القيم الخاصة المستقلة في مزاد السعر الثاني حيث يتلقى واحد من كل مزايدين إشارة ويقرر ما إذا كان سيقدم عرضاً للتواطؤ مع خصمه؛ ومع ذلك، فإن عرض التواطؤ ينتج عنه تسرب للمعلومات (ويتم تحديث المعتقدات إذا تم رفض الاتفاقية): تشير النتائج إلى أن مزاد السعر الثاني ليس دليلاً على الرشوة حتى عندما يكشف الطرف مقدم الاقتراح عن بعض المعلومات عن طريق اختيار اقتراح الرشوة؛ في هذه البيئة، وعلاوة على ذلك، في وجود التواطؤ، هناك احتمال إيجابي بأن تخصيص السلعة يعتبر غير فعال لأنها ستذهب إلى الطرف ذي التقييم الأدنى²³.

تشير معظم الدراسات المتعلقة بالتواطؤ إلى التكتلات الشاملة (مع استثناء بارز هو مارشال وماركس، 2007). على الرغم من أن معظم أنواع المزايدات مصممة بافتراض وجود سلوك غير تعاوني من قبل المزايدين، والذي قد يعمل في بعض البيئات دون غيرها، إلا أنه قد تعمل المزايدات بشكل أفضل من البعض الآخر حتى عندما يتم إسقاط هذا الافتراض. على سبيل المثال، يرى Klemperer (2009) أن المزايدات ذات المنتجات المتنوعة أقل عرضة للتواطؤ من المزايدات متعددة الجولات المتزامنة. كلاهما مفيد في شراء أو بيع (العديد من وحدات) السلع المتباينة المتعددة أو السلع ذات الصلة (أي عندما تعتمد تفضيلات التداول على نتائج عمليات التداول الأخرى)، لكن النوع الثاني من المزايدات يسمح بالتواطؤ حيث يتم الكشف عن المعلومات على طول المراحل وهذا قد يسمح بالتفاعلات التواطؤية بين المزايدين. ولكن لا بد من إجراء المزيد من العمل البحثي في هذا الموضوع حيث أنه، على سبيل المثال، قد لا تنطبق هذه الخاصية عند وجود معاملات متكررة وعدد قليل نسبياً من المزايدين.

يؤكد Lu et al (2019) أن "الكشف عن هويات المزايدين (...) يزيد من قابلية تعرض المزاد للتواطؤ" (Bajari and Yeo 2009، Cramton & Schwartz، 2000، Marshall & Marx، 2009)²⁴ وهي آلية قد تقلل من إيرادات المزاد وكفاءة التخصيص.

ثانياً: 6. التعقيد المعلوماتي

المبيعات على سبيل المثال. يشير المؤلفون إلى أن وظيفة الأسواق المحلية المنظمة تمثل معياراً للأسعار (بمعنى تقديم معلومات للمزارعين المحليين) حيث تكون المؤسسات السوقية الأخرى ضعيفة.

²³ مؤخرًا، مدد Troyan (2017) النتيجة إلى نموذج بقيم خاصة مترابطة وقيم تابعة. حيث يوفر الاعتماد المتبادل دافعاً إضافياً للتواطؤ. خاصة عندما لا تشمل التكتلات جميع المزايدين كما أن التواطؤ يسمح بتجميع المعلومات داخل التكتل.

²⁴ الدراسة المقدمة من قبل Lu et al. (2019) الصفحة رقم 6

تتميز مجموعة المعلومات ذات الصلة بالقطاع الزراعي بمستوى متزايد من التعقيد. يعتبر الإنتاج الزراعي مدفوع بالطلب بشكل متزايد، مع أذواق المستهلكين التي تتغير بسرعة وإعطاء وزن أكبر لأبعاد الجودة في تفضيلاتهم. تتكامل الأسواق الزراعية بشكل متزايد على المستوى الدولي، وبالتالي فهي معرضة لمخاطر اقتصادية أكبر مقارنة بالماضي. يتعرض القطاع للمخاطر المالية، حيث زاد الاستثمار المالي في السلع الغذائية من خلال العقود الآجلة والصكوك الاشتراكية.

تواجه موثوقية الأسعار كونها مؤشرات للمعلومات التحديات. منذ منتصف العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، أصبحت أسعار السلع الغذائية (أي السعر المدفوع للمزارعين) شديدة التقلب (منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ، 2014). يخضع الإنتاج الزراعي بطبيعته لتقلبات موسمية في الأسعار، والتي من المتوقع عدم التنبؤ بها بشكل كامل. لا يعتبر تقلب الأسعار قضية جديدة تماماً في قطاع الأغذية الزراعية. فمنذ منتصف العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، ازداد عدم القدرة على التنبؤ بالأسعار.

يعتبر التقلب الشديد في الأسعار وعدم القدرة على التنبؤ بها أمر سيئاً بالنسبة للمزارعين. حيث تجعل من الصعب الاستثمار والابتكار وتقويض النمو. قد يصبح من الصعب الحصول على ائتمانات. خاصة أصحاب الأراضي الصغار، الذين ليس لديهم فائض كبير لاستخدامه كاحتياطي (أو كضمانات) لتحسين الدخل أثناء تقلبات الأسعار؛ كما أنهم غير قادرين على الاستفادة من ارتفاع الأسعار لزيادة الاستثمار؛ وعندما تنخفض الأسعار قد يضطرون إلى استغلال رؤوس أموالهم. قد يدفع النفور من المخاطر صغار المزارعين إلى اختيار محاصيل منخفضة العائد للحد من المخاطر.

يكسر التقلب الكبير في الأسعار دورها في كونها مؤشرات: فلن تؤدي زيادة الأسعار إلى تحفيز المزيد من الاستثمارات لتحسين الإنتاجية؛ في الغالب، سيؤدي ذلك إلى استغلال الأراضي من خلال مبيدات الحشرات والعمل، مما قد يؤدي إلى انخفاض الإنتاجية على المدى الطويل؛ ولكن حتى الحوافز المقدمة للاستثمار في المدخلات التي تنتج الغلات على المدى القصير، قد تكون منخفضة. ويؤدي تقلب الأسعار إلى سوء تخصيص الموارد على مستوى الاقتصاد الكلي. ومن المحتمل أن يؤدي عدم القدرة على التنبؤ بالأسعار إلى تقليل الاستثمارات وتشويه خيارات الإنتاج²⁵.

ثانياً: 7. تطبيق الشفافية

قد يؤدي عدم التوازن في شفافية الأسواق بين الأسواق إلى تعطيل النزاهة وتعزيز السلوك الضار المنافسة في سلسلة الإمداد الغذائي. قد تكون التقلبات الحادة التي لوحظت في السنوات الأخيرة نتيجة لزيادة التعرض للتقلبات الدورية بسبب العولمة أو الظواهر الجوية المتطرفة أو الكوارث الطبيعية، أو زيادة الاستثمار المالي في أسواق السلع الأساسية؛ والاستثمار في الوقود الحيوي (الذي يرتبط بشكل إيجابي بأسعار النفط شديدة التقلب، ويخلق حركات مشتركة بين أسعار النفط والسلع الغذائية). ولكن من بين الأسباب المحتملة، قد يكون هناك أيضًا ضعف في أداء المنافسة وعدم توازن على طول سلسلة التوريد؛ وذلك بسبب الافتقار إلى شفافية السوق الناتجة عن التحول إلى العقود التي تم التفاوض عليها مسبقًا وإدارة سلسلة التوريد²⁶ وبسبب عمليات الاندماج التي قادت كلاً من تصنيع الأغذية وخاصة قطاع التجزئة إلى مستويات تركز عالية- وهو اتجاه مشترك لعدد متزايد من الدول في قارات مختلفة؛ حيث تتوسع سلاسل البيع بالتجزئة في نفس الوقت عبر الدول والقارات على نحو ملحوظ²⁷.

هناك نوعان من الأدلة التي تشير إلى هذا الاتجاه: أن التقلبات الحادة في أسعار السلع الزراعية (ما إذا كانت ذات اتجاه نمو بوتيرة ثابتة / بطيئة تقريبًا) مقترنة بتقلب أقل بكثير وتضخم ثابت في أسعار المواد الغذائية؛ وانخفاض حصة المزارعين من سلسلة القيمة الغذائية. قد يعكس الدليل الأخير جزئيًا على الأقل تطور كل من العرض والطلب: حيث أن قيمة العناصر الخاصة بتقنيات المعالجة، والتميز على أساس الجودة، ومدخلات التعبئة والنقل يتم دمجها في الأسعار النهائية وبالتالي أدت إلى زيادة حصة القيمة للمراحل الوسيطة من سلسلة القيمة. ومع ذلك، فإن الافتقار إلى انتقال الأسعار من بوابة المزرعة إلى العقد الأخرى للسلسلة الغذائية يدعم أيضًا فرضية القضايا التنافسية في العمل.

الفكرة هي أن مستويات التركيز المرتفعة التي تم الوصول إليها في المرحلة النهائية للأسواق الزراعية قد يكون لها آثار سلبية على عمل السلسلة الغذائية بأكملها، مما يضرب دخل المزارعين: تركز مخاوف المنافسة في هذا الصدد على قوة المشتري، والتي قد ينتهي بها الأمر إلى الإضرار بالعقدة الأولى الأكثر تجزؤًا وضعفًا في السلسلة الغذائية (منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، 2014). ولا ينبغي أن يكون الضرر الذي يلحق بالمزارعين مقصودًا فقط نتيجة سلوك غير قانوني يمكن معاقبته بموجب قانون المنافسة؛ بل يمكن أن يكون الأمر أيضًا مسألة عدم عدالة: فبالنظر إلى الدليل الخاص بانتقال الأسعار وحصة القيمة الخاصة بالمزارعين، يظهر عدم تناسق غير مواتٍ بين المخاطر التي يتحملها المزارعون والمنافع العائدة عليهم في السلسلة الغذائية.

²⁶ (Ménard, 2018)

²⁷ منظمة التعاون والتنمية (2014)، الصفحة رقم 36

في السنوات الأخيرة، كانت هناك دعوة في الاتحاد الأوروبي، عقب شكاوى المزارعين، لزيادة شفافية السوق في كل مرحلة من سلسلة التوريد، وللقيام، على وجه الخصوص، ببناء المؤسسات التي قد توفر معلومات السوق وأدوات معلومات السوق في الوقت المناسب. يمكن لشفافية السوق تحسين كفاءة السوق من خلال "دعم قرارات تجارية أفضل (...). تحسين الثقة في التعامل العادل (...). [و] هو أيضًا مفتاح للتنافس الفعال في الأسواق العالمية"²⁸. كما يمكن أن تقلل من تعرض القطاع الزراعي لممارسات تجارية غير عادلة، وبالتالي تغطية مجال لا يمكن لقانون المنافسة التعامل معه²⁹. ومن أجل "الحد من عدم تماثل المعلومات وتعزيز شفافية السوق"، اتخذ الاتحاد الأوروبي إجراءات لإنشاء أداة لمراقبة أسعار المواد الغذائية على المستوى الأوروبي ودفن البلدان الأوروبية إلى ربطها بمرصد السوق على المستوى الوطني³⁰، وكذلك لإنشاء مرصد غذائي على المستوى الأوروبي³¹. ينبغي أن يضمن المزيد من التعاون "معلومات آتية عن الأسعار أو الهوامش على جميع مستويات سلسلة الإمداد الغذائي (...). لمساعدة المزارعين بشكل أفضل في اتخاذ قرارات مستنيرة"³² "وكذلك لتسهيل فهم الشركات لتطورات السوق"³³.

توفر هذه الأدوات معلومات مجمعة عن أسعار المواد الغذائية على مستوى الزراعة، وعلى مستوى المنتجين وعلى مستوى البيع بالتجزئة، حسب الدولة بالنسبة لمجموع الاتحاد الأوروبي ولقطاع الأغذية بأكمله وكذلك للقطاعات الفرعية المختلفة (اللحوم والبيض والدواجن والحليب والسكر والحبوب والبطور الزيتية ومحاصيل البروتين والفواكه والخضروات، وما إلى ذلك). كما أنها توفر معلومات حول الأحجام المتداولة والواردات.

في الولايات المتحدة، يعد نظام معلومات سوق الأغذية الزراعية أكثر تقدمًا؛ تم تصميمه وتعزيزه على مدار الوقت لتعزيز المنافسة من خلال اتخاذ قرارات تسويق أكثر استنارة؛ يعمل كمعلومات "تخلق فرص تسويق محلية ودولية لمنتجات الأغذية والألياف والمحاصيل المتخصصة في الولايات المتحدة"³⁴. توفر إدارة التسويق الزراعي (AMS)

²⁸ https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/market-measures/agri-food-supply-chain/market-transparency_en

²⁹ قرار البرلمان الأوروبي المؤرخ 7 يونيو 2016 بشأن الممارسات التجارية غير العادلة في سلسلة الإمدادات الغذائية (2015/2065(INI)).

³⁰ أداة مراقبة الأسعار <https://ec.europa.eu/eurostat/cache/infographs/foodprice/>

³¹ بوابة الأغذية الزراعية https://agridata.ec.europa.eu/extensions/DataPortal/agricultural_markets.html

³² توصيات مجلس الاتحاد الأوروبي بشأن تعزيز مكانة المزارعين في سلسلة الإمدادات الغذائية ومعالجة الممارسات التجارية غير العادلة (2016). <https://www.consilium.europa.eu/media/22604/st15508en16.pdf>

³³ بيان مشترك للبرلمان الأوروبي والمجلس الأوروبي والمفوضية الأوروبية (2019) <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-7607-2019-ADD-1/en/pdf>

³⁴ <https://www.ams.usda.gov/about-ams>

التابعة لوزارة الزراعة الأمريكية (USDA) معلومات آنية تقريبًا عن الأسعار اليومية والأسبوعية والأحجام المتداولة من منتجات الألبان والمواشي والعديد من المحاصيل المختلفة (من الخضروات إلى الزينة) على مستوى الدولة، والصفات المختلفة لكل محصول. يتم توفير المعلومات للمحطات المحلية الرئيسية وأسواق الجملة الدولية ومناطق الإنتاج ومنافذ الدخول، بما فيها منافذ التجزئة. تعتبر المعلومات المتعلقة بالأسواق المحلية والإقليمية مهمة بشكل خاص للمنتجين الصغار والمتوسطين، حيث توفر إدارة التسويق الزراعي AMS معلومات حول "أسواق المزارعين، مزادات المزارعين، المراكز الغذائية، ونظام البيع للمستهلك مباشرة، إعلانات البيع بالتجزئة، وبرامج من المزرعة إلى المدرسة"³⁵. كما تدير برنامجًا للتحليل الاقتصادي حول النقل الزراعي من المزرعة إلى السوق، والذي يصدر تقارير بشأن سوق النقل "تتبع التطورات النقل بالشاحنات والسكك الحديدية والمراكب وعبر المحيطات"³⁶، بالإضافة إلى تقارير موجزة عن المسائل التنظيمية ذات الصلة.

تم مناقشة أنواع المعلومات التي ينبغي أن تشملها شفافية السوق؛ فالركائز الأساسية والمشاركة هي بالتأكيد **أسعار وأحجام التجارة**، والمتغيرات الاستراتيجية الرئيسية اللازمة لتسهيل اتخاذ قرارات مستنيرة والحد من تقلب الأسعار. تعتبر المعلومات الخاصة بالأسعار في المراحل المتوسطة من السلسلة الغذائية أيضًا ذات صلة لأنها تساعد على متابعة تطور طلب المستهلكين. ومع ذلك، يبدو من الصعب الحصول على شفافية المعلومات على مستوى التصنيع والبيع بالتجزئة، حيث يقلل التركيز من توافرها وموثوقيتها³⁷.

قد لا تكون المعلومات الخاصة بالأسعار كافية. تم تقديم مناقشة مفصلة للاهتمام في الدراسة (Ménard, 2018)³⁸. تشمل الأبعاد ذات الصلة بخلاف الأسعار **الترتيبات التعاقدية والتنظيمية** للمعاملات التي تتسبب في اختلاف الأسعار بشكل كبير: فالصفقات أو العقود طويلة الأجل الموقعة مقدمًا (كما هو الحال في إدارة سلسلة الإمداد أو في الأسواق المستقبلية) تختلف تمامًا عن المعاملات في الأسواق المركزية؛ تختلف المبيعات المباشرة عن مبيعات المزادات؛ قد تؤدي خدمات النقل والخدمات اللوجستية الأخرى إلى اختلاف

³⁵ <https://www.ams.usda.gov/market-news/local-regional-food>.

³⁶ <https://www.ams.usda.gov/services/transportation-analysis>.

³⁷ راجع (Ménard, 2018), p. 7-8.

³⁸ تلخص الورقة البحثية المساهمات ومناقشة ورشة عمل حول "شفافية السوق" التي عقدت في بروكسل (في مايو 2018) والتي نظمتها بشكل مشترك الإدارة العامة للزراعة والتنمية الريفية بالاتحاد الأوروبي (DG-AGRI) و مركز البحوث المشتركة للاتحاد الأوروبي (JRC). المساهمات متاحة على https://ec.europa.eu/info/events/market-transparency-2018-may-30_en.

أسعار البيع والشراء لنفس المعاملة؛ قد تكون أيضًا فروق أسعار البيع والشراء ناتجة عن الانحراف عن السلوك التنافسي³⁹.

تعتمد موثوقية المعلومات أيضًا على **منهجية جمع البيانات** التي قد تعتمد بدورها على الإطار القانوني الذي يتم بموجبه جمع البيانات. قد لا تحتاج شفافية السوق إلى الإبلاغ عن جميع البيانات. فقد تعتمد على الإبلاغ عن عينات الأسعار طالما تم تحقيق الطابع التمثيلي، بدلاً من القيم المتوسطة للتقارير (التي تتطلب جمع جميع الأسعار). قد يكون خيار أسعار العينات نتيجة طبيعية للإبلاغ غير الإلزامي. كما هو الحال في الاتحاد الأوروبي. على العكس من ذلك، قد يعتمد نظام معلومات السوق بدلاً من ذلك على الإبلاغ الإلزامي، كما هو الحال في الولايات المتحدة بالنسبة لمنتجات الألبان والماشية ولكن ليس للقطاعات الفرعية الأخرى.

تم سن الإبلاغ الإلزامي عن الأسعار (MPR) في الولايات المتحدة في عام 1999 وتم تنفيذه في عام 2001. حتى عام 1999 كان إعداد الإبلاغ طوعياً. أحد الأسباب المعترف بها لاعتماد الإبلاغ الإلزامي⁴⁰ هو أن معظم المعاملات تحولت من أنظمة قائمة على التفاوض النقدي (مثل أسواق المزادات) إلى أنظمة أقل شفافية، مما يعيق شفافية السوق⁴¹.

قد يتواجد الإبلاغ الإلزامي والطوعي جنباً إلى جنب. حيث يتيح الإبلاغ الإلزامي ضمان **حسن التوقيت**، وهو بُعد آخر ذي صلة في الكشف عن المعلومات لجعله فعالاً في تعزيز شفافية السوق. في القطاع الزراعي، قد تستحق بعض القطاعات الفرعية مزيداً من الاهتمام في هذا الصدد، وقد يصبح الإبلاغ إلزامياً. يعتمد الخيار بشكل واضح على مصلحة الدولة في دعم الإنتاج المحلي (وبالتالي يعتمد على المنتجات التي يتم إنتاجها محلياً) ولكنه يعتمد أيضًا على الأهمية النسبية للمنتجات في الاستهلاك المحلي (حيث يتنافس

³⁹ راجع مذكرة المفوضية الأوروبية بشأن تحسين شفافية السوق في سلسلة الإمداد الزراعي والغذائي، https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/key_policies/documents/market-transparency-faqs_en.pdf.

⁴⁰ قام كل من (Ward Koontz ، 2011) بدراسة الأبحاث التي استكشفت آثار الإبلاغ الإلزامي عن الأسعار MPR في الولايات المتحدة. حيث أشارا إلى أنه عمومًا هناك أدلة على أن الإبلاغ الإلزامي قد ساهم في زيادة الشفافية على المستوى الوطني، وفي زيادة المعلومات حول أسواق العقود الآجلة وشروط التجارة؛ كما كان له الأثر الكبير في السماح لأتمتة الحصول على البيانات من خلال الوسائل الإلكترونية، وبالتالي تقليل تكاليف تشغيل نظام معلومات السوق. يبدو أن نظام الإبلاغ الإلزامي عن الأسعار قد أثر على موثوقية المعلومات: أشار (Perry وآخرون، 2005) إلى التحيز في نظام الإبلاغ الطوعي التي يؤدي إلى التقليل من شأن التقلبات (Perry وآخرون ، 2005) ، الأمر الذي يفسر سبب أن بعض الدراسات رصدت زيادة تقلب الأسعار بعد عام 2001. يمكن تفسير زيادة شفافية السوق جزئياً من خلال العودة إلى المعاملات النقدية المتفاوض عليها [Perry وآخرون (2005)]. كما أشار كل من Koontz وWard (2011) إلى أن الإبلاغ الإلزامي عن الأسعار قد زاد من التكامل الوطني للأسواق الإقليمية.

⁴¹ راجع تعليق السيد/ Sheats (وزارة الزراعة الأمريكية) بشأن دور معلومات السوق في التحليل وضع القرار https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/law/consultation/mt-workshop-market-information-in-analysis-decision-making_sheats_en.pdf.

الإنتاج المحلي مع الواردات). قد يعتمد الخيار أيضًا على ما إذا كان المستوى الحالي للشفافية في بعض القطاعات الفرعية منخفضًا نسبيًا أو ما إذا كانت أوجه التفاوت بين صغار وكبار الأطراف الفاعلة أكثر قلقًا. وفيما يتعلق بالخصائص الهيكلية للإنتاج: تواجه بعض القطاعات الفرعية مخاطر استثمار اقتصادية أعلى (على سبيل المثال، القطاعات التي تكون فيها المنافسة الدولية أقوى، أو التي يكون الدخول فيها أكثر تكلفة). المنتجات الرئيسية الشائعة في أوروبا والولايات المتحدة هي الحليب ومنتجات الألبان واللحوم. ولكن هناك أيضًا البيض والدواجن والفواكه والخضروات والحبوب. في الولايات المتحدة، تمتد أنظمة الكشف الصغيرة بالغة الصغر لتشمل القطن والتبغ، وكذلك الطاقة الحيوية. بينما في أوروبا تمتد لتشمل الزيت والنبيد.

المشكلة الأخرى المطروحة هي أن إتاحة المزيد من المعلومات أمر ضروري ولكنه غير كافٍ للوصول إلى النتيجة المرجوة للحد من أوجه عدم التماثل، لأن ما يهم حقًا هو استخدام المعلومات بشكل فعال.

قد لا تكون إتاحة المعلومات كافية. يعاني المزارعون من مشاكل عندما يكونوا في مركز تفاوضي، الناتج عن عدم التماثل في الحجم مما يعني عدم التماثل في المعلومات المكلفة. تعتبر المعلومات مكلفة ليس فقط للوصول إليها ولكن أيضًا لتتم معالجتها (بمعنى استخدامها بشكل فعال). قد لا يتحمل صغار المزارعين تكلفة الوصول إلى المعلومات (الوقت والجهد للبحث وتكاليف الشراء) وكذلك المهارات اللازمة لاستخدام المعلومات بشكل فعال (بمعنى إذا لم يتم حيازتها، يجب شراؤها). وبالتالي، يجب أن تكون المعلومات متاحة في أشكال مختلفة تعكس مستوى مختلف من قدرات التحليل⁴².

هناك قناة تكميلية أخرى (لنظم معلومات السوق) والتي من خلالها تقطع المعلومات شوطاً طويلاً في الأسواق وهي التعاون بين الشركات: في الأسواق الزراعية، يمكن لتعزيز التعاون بين المزارعين من خلال منظمات المنتجين المستقرة (POs)، بما في ذلك الجمعيات التعاونية) وجمعيات منظمات المنتجين (APOs) أن يكون أداة فعالة لإتاحة المعلومات المتاحة بالفعل للمنتجين وزيادة كفاءة السوق، من خلال معالجة تشتت المزارعين. على سبيل المثال، يعترف الاتحاد الأوروبي بمنظمات المنتجين التي تمنح استثناءات محددة في المنافسة طالما أنها تخلق كفاءات في أنشطة مثل الشراء والتوزيع والتخزين. وللحصول على هذا الاعتراف، يجب عليهم الامتثال للمتطلبات واستيفاء شروط محددة.

⁴² راجع على سبيل المثال تعليق السيد / Sheats (وزارة الزراعة الأمريكية) بشأن دور معلومات السوق في التحليل وصنع القرار

https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/law/consultation/mt-workshop-market-information-in-analysis-decision-making_sheats_en.pdf

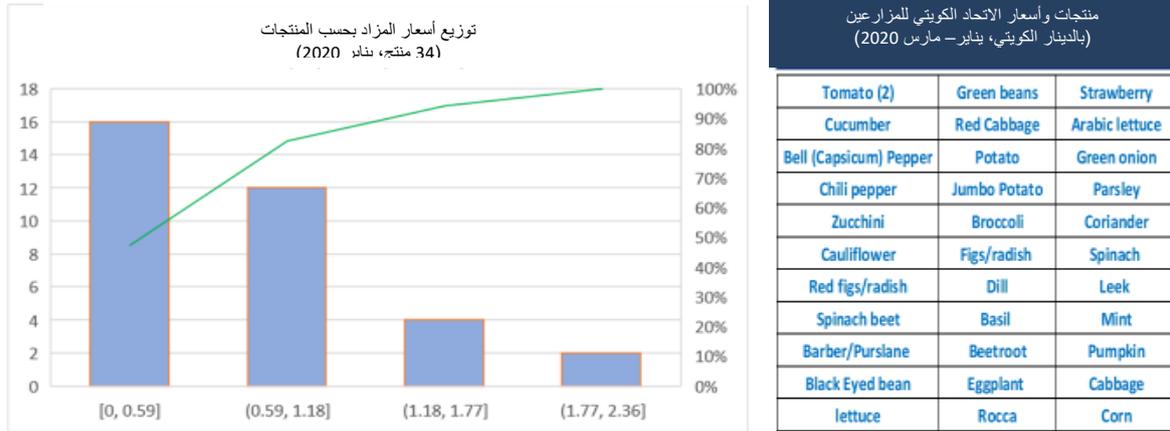
للتركيز بشكل أفضل على سوق الجملة للمواد الغذائية، لم ننظر هنا إلى سوق الأراضي والإنتاج، ولا أي قضايا تنافسية تتعلق بالموانئ والجمارك أو النقل والخدمات اللوجستية. على الرغم من ترابط الأسواق، إلا أن معالجة بعض الأمور المتعلقة بأجزاء محددة من سلسلة القيمة سيقودنا إلى النظر إلى أجزاء أخرى من السلسلة. هناك، على سبيل المثال، مشاكل تتعلق بمعايير الجودة. فلا يمكن النظر إليها بشكل منعزل. حيث تؤثر القواعد والأنظمة القياسية للجودة على الفواكه والخضروات في الكويت في جميع أنحاء الكويت. بدءاً من عدم وجود متطلبات لإصدار شهادات الجودة للمنتجات المحلية، الأمر الذي يعيق تعقب المنتجات وتتبعها بأسواق بالجملة، إلى المنتجات المحلية التي تتنافس مع المنتجات المستوردة في أسواق التجزئة، والتي يجب أن تمر عبر شهادات الجودة. كلاهما موجود على رفوف الأسواق ميرزين أسباب تباين الأسعار بين المنتجات المتماثلة. هناك أيضاً أنظمة بشأن نقاط البيع. هذا يطرح السؤال حول فوائد وجود مكانين للمزاد، ومتى وكيف يكون من الملائم وجود منتجات منافسة تمر عبر أسواق مختلفة. كما أشرنا، فإن الكويت ليست مكتفية ذاتياً في إنتاج الفواكه والخضروات، وهذا يعني أنه من المحتمل أن تتنافس السلع المنتجة محلياً ونظيراتها المستوردة مع بعضها البعض على مستوى التجزئة.

يؤدي إنشاء قواعد وأنظمة مختلفة للمنتجات المنافسة الأخرى إلى تشويه طريقة تحديد كميات وأسعار السلع في السوق. من المرجح أن تؤثر متطلبات الشراء المفروضة على تجار التجزئة، وكيفية إدارة المزادات، وإمكانية المزايدة في المزادات، والإعانات، والقيود المفروضة على الاستثمار الأجنبي المباشر، على السلوك التنافسي في أسواق المواد الغذائية في الكويت.

تشير البيانات الصادرة عن الاتحاد الكويتي للمزارعين، كما هو موضح في الرسم التوضيحي رقم 9 إلى توزيع أسعار المزادات بالنسبة لـ 34 منتجاً. يبلغ متوسط تكلفة 70٪

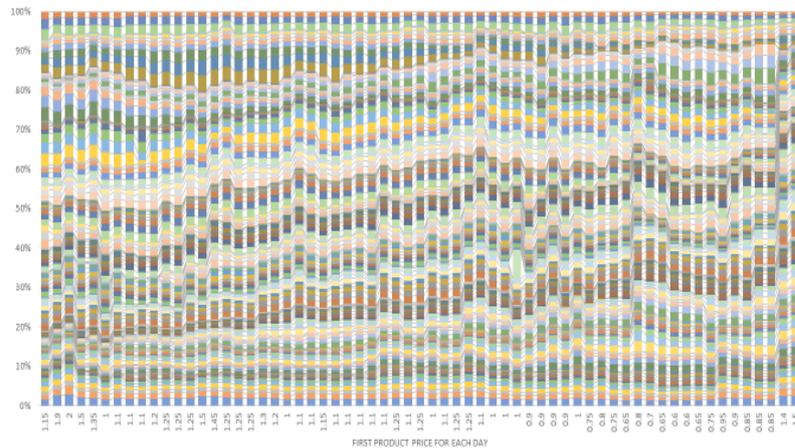
منها أقل من 1.18 دينار كويتي (للحزم والأوزان المختلفة) و30٪ أعلى من هذا السعر. يوضح الرسم التوضيحي رقم 10 مؤشرات أسعار المزادات. يتم عرضها جميعاً يومياً عبر جميع أنواع المنتجات. نقدم نتيجة تحليل مؤشرات الأسعار هذه على النحو التالي.

رسم توضيحي 9: المنتجات وأسعار المزادات في الاتحاد الكويتي للمزارعين



المصدر: الاتحاد الكويتي للمزارعين

رسم توضيحي 10: مؤشرات أسعار المزادات في الكويت

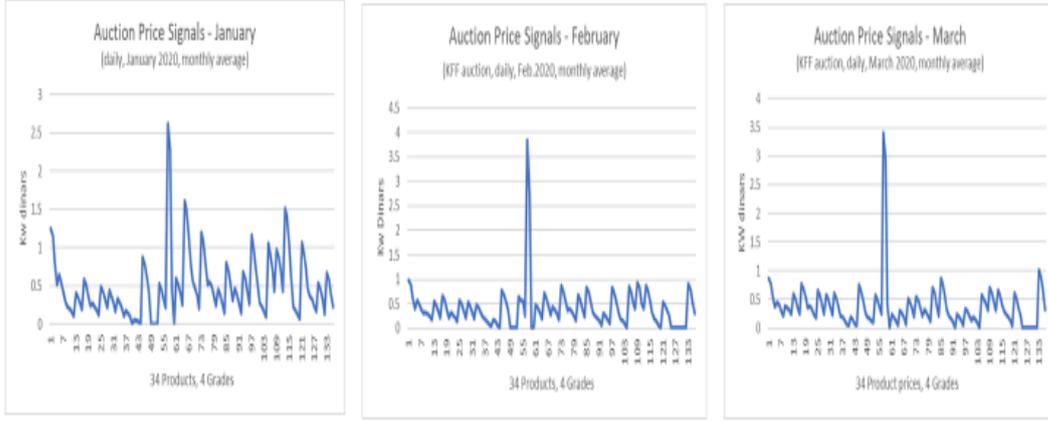


المصدر: الاتحاد الكويتي للمزارعين

يوضح الشكل 11 كيفية اختلاف مؤشرات الأسعار حسب الفترات الزمنية. فعند التقسيم حسب الأشهر، من يناير إلى مارس (قبل إيقاف المزادات)، لوحظ التباين عبر المنتجات وعبر درجات الجودة وعبر الوقت. تم طلب معلومات المنتجات في نفس التسلسل لجميع الأشهر. حيث تشير قمم مؤشر السعر إلى أن المستوى A يكون دائماً عند مستويات أعلى

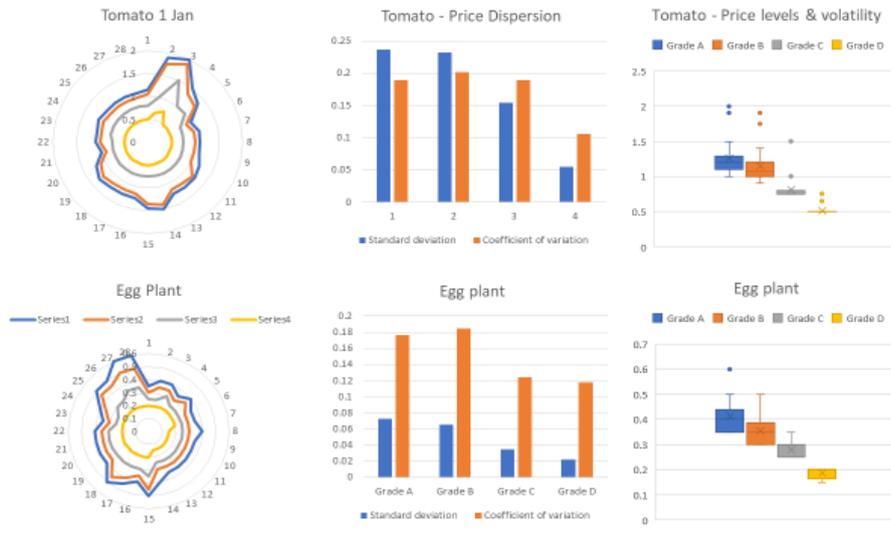
من المستوى B والمستوى B أعلى من المستوى C والمستوى C أعلى من المستوى D.

رسم توضيحي 11: المؤشرات الشهرية لأسعار المزادات في الكويت

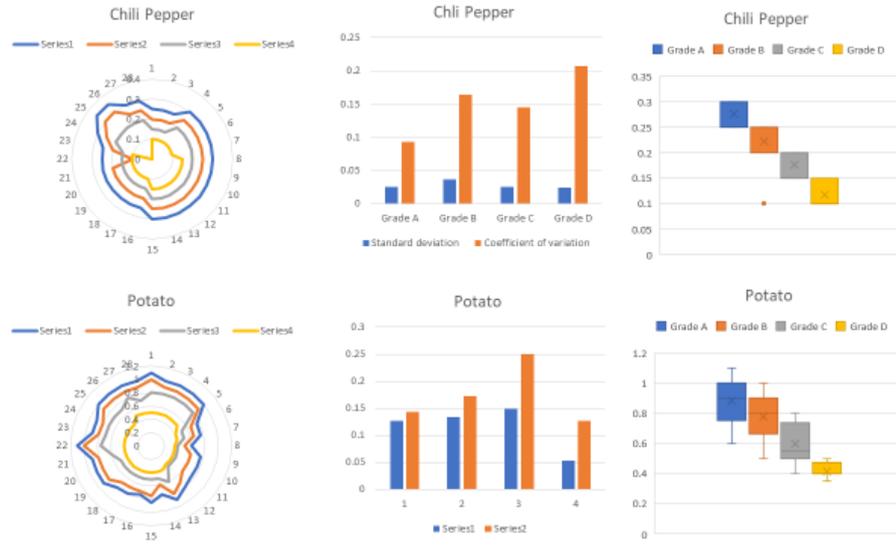


ومع ذلك، يصبح تفسير المعلومات المذكورة أعلاه مختلفاً عندما ننظر إليها بحسب المنتج، وتكشف عن منطق مختلف. يوضح الرسم التوضيحي رقم 12 مستوى السعر والتذبذب (الانحراف المعياري) والتقلب عبر منتجات مختارة ودرجاتها. يتم تحديد مستويات الجودة من بين أربعة فئات A, B, C, D (السلسلة من 1 إلى 4، على التوالي). من المدهش أن نرى أن جميع مستويات المنتجات المختلفة لا تتبع تقلبات السوق المتوقعة المماثلة. حيث يميل المستويان A و B إلى إظهار تقلب أعلى من المستويين C و D. وهو على غير المتوقع، لأنه إما (1) سيتبعون جميعاً اتجاهات متشابهة إلى حد ما، حيث يتأثرون بظروف السوق بصورة مماثلة، أو (2) حتى إذا هناك تباين إلى حد ما في فترة معينة ستتغير هذه الدرجات نسبياً على طول نفس الموجات. يجب أن تتأثر جميع أسعار السوق بتقلبات السوق المماثلة. ومن المتوقع العثور على نمط على هذه الخطوط. علاوة على ذلك، لا توجد تغيرات مفاجئة غير مبررة على الإطلاق في الأسعار تشير إلى علامة حمراء لوجود تشوهات في الأسعار.

رسم توضيحي 12: المؤشرات الشهرية لأسعار المزادات في الكويت



رسم توضيحي 12: المؤشرات الشهرية لأسعار المزادات في الكويت (تابع)



مستويات الأسعار

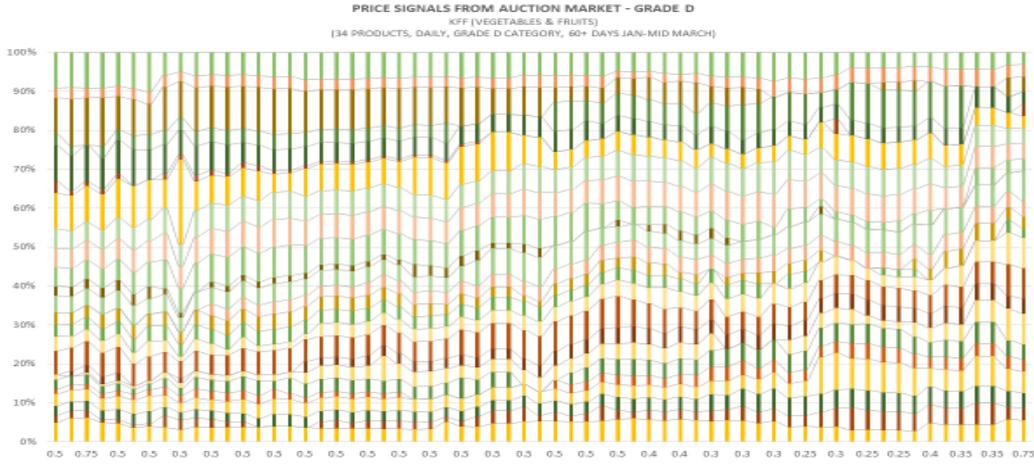
تذبذب الأسعار

تقلب الأسعار

على يسار الرسم التوضيحي رقم 12، نلاحظ مستويات الأسعار حسب الدرجات. فكما هو متوقع، يشير المستوى A إلى مستويات السعر الأعلى حتى الوصول إلى أدنى مستوى D (الأزرق والبرتقالي والرمادي والأصفر). في منتصف الرسم التوضيحي رقم 12، توجد مؤشرات تذبذب الأسعار. هنا تصبح القصة أكثر غموضًا بعض الشيء، حيث يمكن أن تشير المستويات الأقل إلى تذبذب مرتفع جدًا أو منخفض جدًا عند مقارنتها بمستويات أعلى. على يمين الرسم التوضيحي رقم 12 نلاحظ التقلب، حيث يظهر المستوى والانحراف والتذبذب ناحية الوسط.

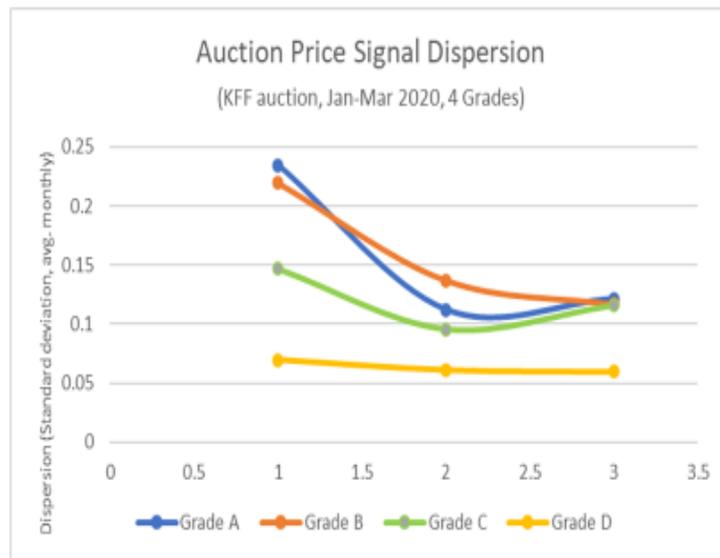
استنادًا إلى ما سبق، ننتقل إلى الرسم التوضيحي رقم 13، الذي يوضح المستوى D على حدة، حيث يظهر من خلال مؤشرات الأسعار أنه يحتوي بشكل عام على أنماط تقلب أكثر تسطًا. يلخص الرسم التوضيحي رقم 14 المعلومات المتعلقة بتشوهات مؤشرات الأسعار (تذبذب الأسعار وتقلبها) لجميع المنتجات الـ 34 وعبر المستويات (من A إلى D). بالنسبة للمعلومات الواردة أعلاه، فإننا نكملها بالبيانات المقدرة حول النسبة المئوية لإيرادات (هامش) الإعانات الضمنية الملحوظة التي يمكن الحصول عليها من خلال المطالبة بالإعانات الحكومية (انظر الرسم التوضيحي رقم 15).

رسم توضيحي 13: مؤشرات الأسعار، المستوى D

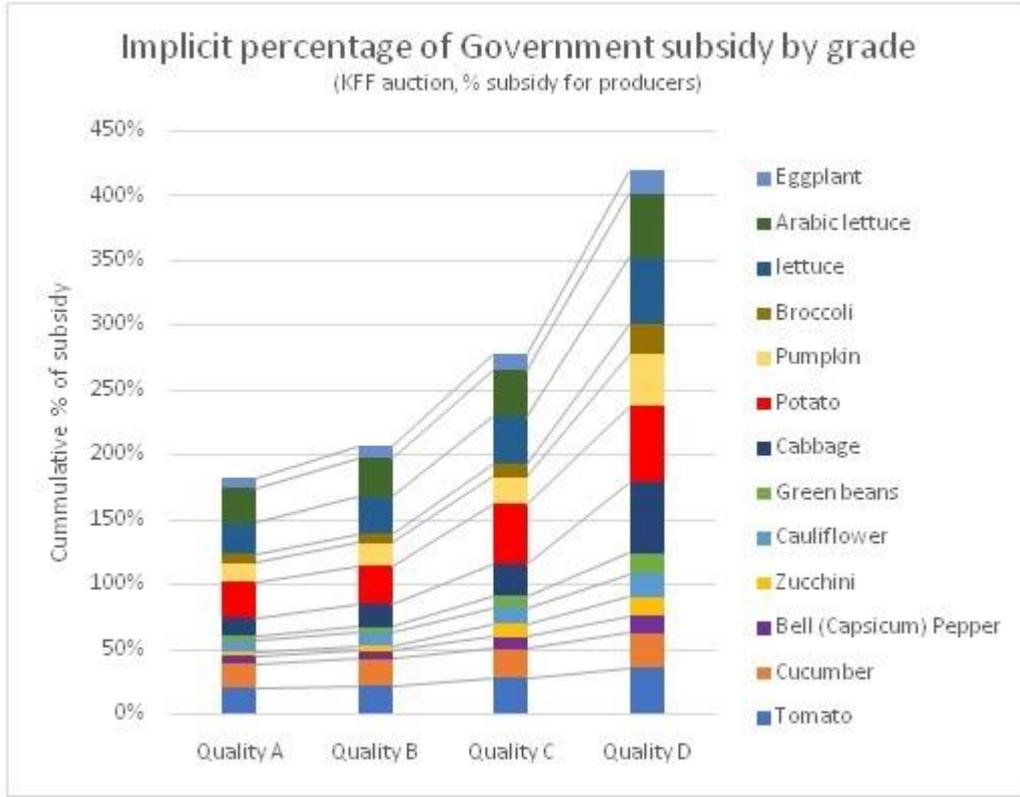


المصدر: الاتحاد الكويتي للمزارعين

رسم توضيحي 14: تذبذب مؤشرات الأسعار عبر 34 منتج و4 مستويات



رسم توضيحي 15: النسبة المئوية للإعانات الحكومية الضمنية بحسب مستوى المنتج



المصدر: الاتحاد الكويتي للمزارعين

إذا كانت القاعدة تكافئ مستويات الجودة الأقل عن مستويات الجودة الأفضل، فمن المنطقي الحفاظ على الإيرادات المحتملة من الإعانات أو درجات الجودة الأقل ثابتة قدر الإمكان. علاوة على ذلك، سيكون هناك عدد أقل من الشكاوى من حيث تدهور الجودة في المزادات أو حتى الاستثمار في تحسين المعايير لإقرار الجودة. في الواقع، لا تحتاج جميع الخضروات والفواكه المنتجة محلياً والتي تمر بالمزادات إلى الامتثال لمعايير الجودة، على عكس المواد المستوردة. نظراً لوجود معلومات غير متماثلة بين البائعين ومشتري التجزئة، فإن عدم وجود نظام جيد لتتبع الجودة، يعد أيضاً مصدراً لتشويه الأسعار. كما يمكن للإنتاج الزائد عن الحد أن يتسبب في مشكلة. كل ما سبق يساهم في انهيار آلية السعر. توقع المنافسة في هذه البيئة يعتبر صعباً. يصبح السلوك التواطؤ الصريح أو الضمني أسهل في المزادات. علاوة على ذلك، فإن إصلاح متطلبات شراء المنتجات على مستوى التجزئة يزيد فقط من التشوهات السابقة.

الفرق الشاسع بين الأسعار المعلنة في المزادات الرسمية ونظيرها في الجمعيات التعاونية

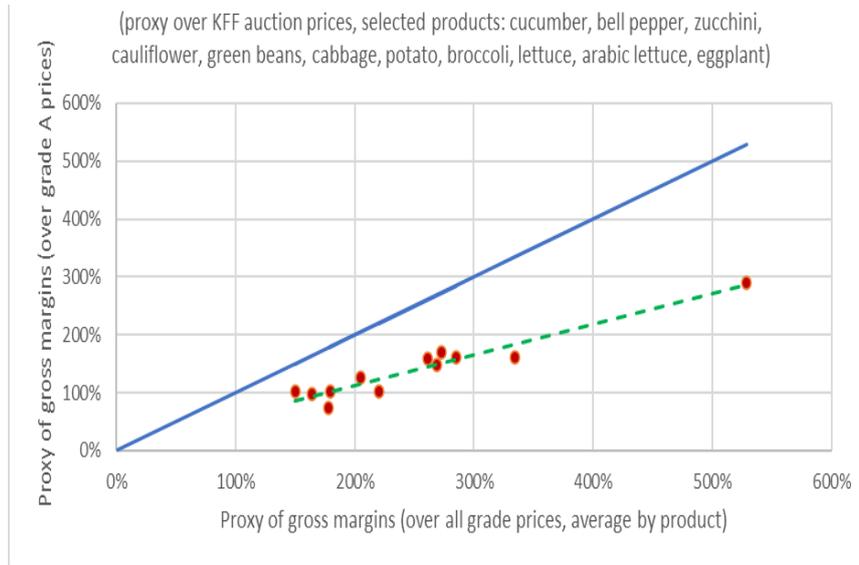
الرسم التوضيحي رقم 16 يبين الفرق الشاسع بين الأسعار اليومية المعلنة من المزادات الرسمية (مزاود الفرضة/مزاود الأندلس) وبين الأسعار المعروضة في منافذ البيع سواء من جمعيات تعاونية أو أسواق موازية، والفرق بين الأسعار هنا يشير إلى هامش الربح

للموسطاء الموردين (المشترين المعتمدين في المزادات) فهم حلقة الوصل بين المزاد ومنافذ البيع وأهمها الجمعيات التعاونية نظرا للاستهلاك اليومي الهائل.

علاوة على فرق السعر الشاسع، فإن الكمية في الحزمة الواحدة المباعة في المزاد أكثر بكثير منها في الجمعيات التعاونية، أي أن الأسعار المعروضة في الجمعيات فعليا تعد أضعافا مضاعفة!

من خلال النظر إلى متوسط الأسعار، يظل متوسط إجمالي الهوامش مرتفعا بشكل ملحوظ. تدعم هذه الأرقام أيضا إمكانية الاستفادة من مشكلة انتقاء سلبية⁴⁶. في هذا السياق، من الممكن أن يكون الجدول بشأن ارتفاع النفقات (المتضخمة بشكل مصطنع) في الإنتاج لتبرير ارتفاع الأسعار لتحصيلها على مستوى البيع بالتجزئة أكثر احتمالا (انظر الرسم التوضيحي رقم 7)، أو حتى الادعاء بخسائر تشغيلية لدى شركات التوريد، أو بالقرب من إقرار الإفلاس، - وفي نفس الوقت - ملاحظة الرغبة الملحة لزيادة السيطرة على المحصول الزراعي الغذائي، يبدو وكأنه تناقض - لا معنى له من الناحية الاقتصادية.

رسم توضيحي 16: مؤشر هامش الربح للوسيط بعد عرض المنتجات في الجمعيات التعاونية



المصدر: الاتحاد الكويتي للمزارعين، وزارة التجارة والصناعة، التفاصيل الخاصة.

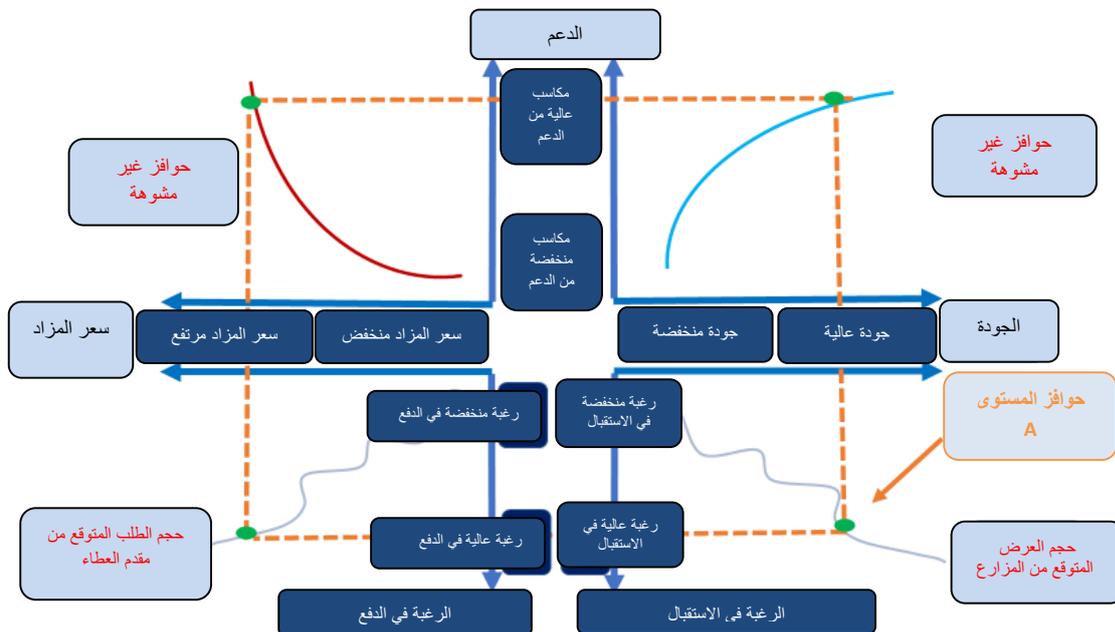
⁴⁶ يمكن أن ينعكس عنصر عدم الكفاءة الاقتصادية لمزادات (الاتحاد الكويتي للمزارعين) في الكويت في الفرق بين أسعار المزاد وأسعار التجزئة. هناك شيء واحد يجب ملاحظته هو أنه لا توجد الكثير من عمليات التعبئة أو إعادة معالجة هذه السلع من المزادات إلى أسواق التجزئة الأمر الذي يمكن أن يبرر اختلافات كبيرة في الأسعار، والتي قد تزيد عن 500٪.

بما أن الأنظمة قد تشوه عمل آلية التسعير، وكتوضيح للحاجة إلى إجراء إصلاحات، فإننا ننهي هذا القسم بإطار استرشادي يصور جزءاً من المشكلات الموضحة أعلاه.

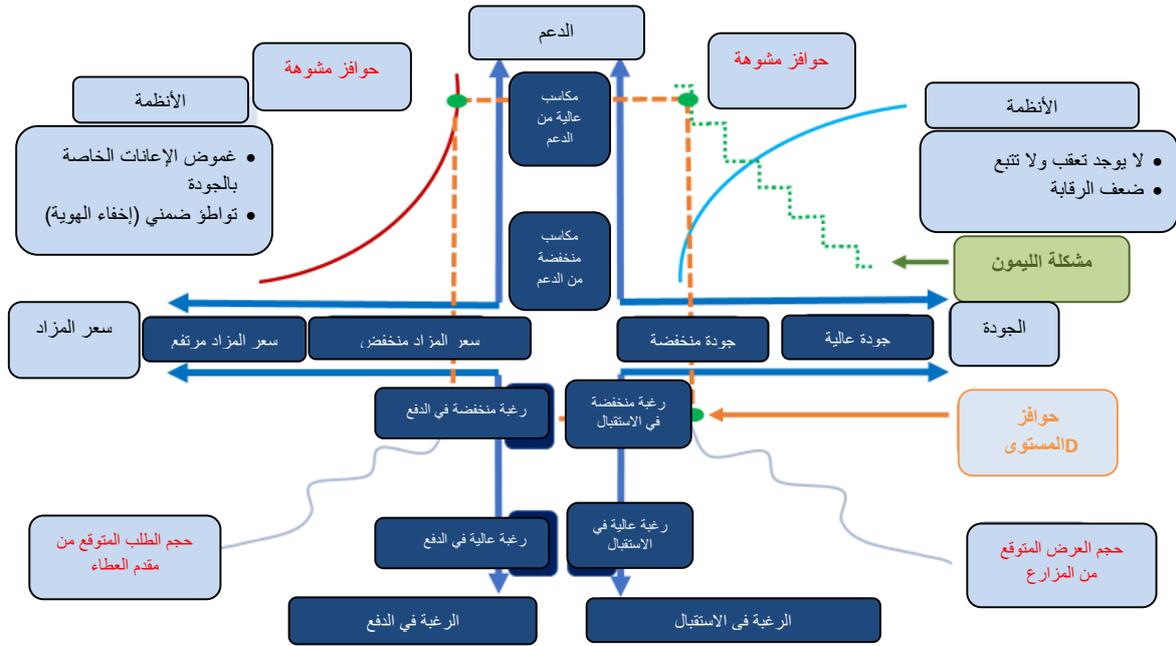
*لأخذ أنه بموجب الأنظمة، يجب ألا تتجاوز الأسعار 10٪ من التكاليف. حيث يتم تنظيم الأرباح. ومع ذلك، فإن التكاليف ليست شفافة. حيث لا توجد محاسبية منفصلة لهذه التكاليف.

بما أن الأنظمة قد تشوه عمل آلية التسعير، وكتوضيح للحاجة إلى إجراء إصلاحات، فإننا ننهي هذا القسم بإطار استرشادي يصور جزءاً من المشكلات الموضحة أعلاه. تمثل الأشكال 17 أ ، ب (1) نتائج السياسات المقصودة بالسوق و (2) الوضع الفعلي لنتائج السياسات غير المقصودة بالسوق. حيث يؤدي العنصر الثاني بشكل طبيعي إلى زيادة في مصادر السلوك الضار بالمنافسة.

رسم توضيحي 17: نتائج السياسات المقصودة: حوافز السوق التنافسية المناسبة



رسم توضيحي 17ب: نتائج السياسات غير المقصودة: حوافز السوق التنافسية غير المناسبة

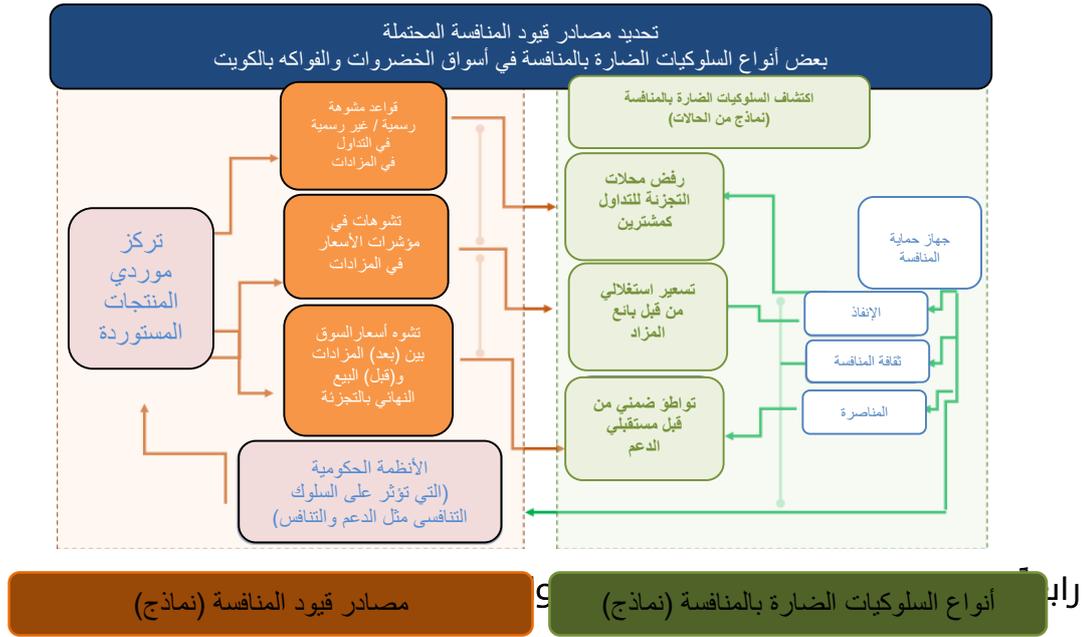


بدون مناقشة وجود دعم، يوضح الرسم التوضيحي رقم 17 أ بعض النتائج المرغوبة من السياسات. يتم إنتاج مستويات عالية الجودة وتداولها بأسعار أعلى بالمزادات، وتشير الأسواق إلى حوافز تصحيحية لإنتاج سلع من المستوى A. بينما يوضح الرسم التوضيحي رقم 17 ب نتائج السياسات غير المرغوب فيها. حيث يظهر في الشكل الثاني، أن القواعد والأنظمة تشوه الحوافز وأن السوق يميل إلى السلع من المستوى D. الفروق البارزة بين الشكلين 17 أ و 17 ب تتعلق بالعلاقة بين (أ) الإعانات وأسعار المزادات و (ب) توريد الجودة والإعانات. كما لوحظ تجريبياً، فإن القواعد والأنظمة قد غيرت العلاقة المقصودة بين هذه المتغيرات، وبالتالي، تخلق تشوهات في السوق وممارسات ذات صلة ضارة بالمنافسة. من خلال ربط المعلومات والبيانات التي تم جمعها، هناك دليل أولي يشير إلى مسح تشوهات السوق⁴⁷. ومن حيث النسبة المئوية لمستوى الأسعار، فيتم دفع إعانات مرتفعة

⁴⁷ يشير البحث التجريبي الأولي المقدم من قبل جهاز حماية المنافسة إلى أنه يمكن أن تكون هناك ممارسات تنافسية غير عادلة في المزادات. كما في العلاقة بين بائع المزاد والمزارعين، يمكن إعطاء مزايا لبعض المزارعين، بحيث يتم عرض منتجاتهم أمام المنافسين في المزاد. وكذلك في العلاقة بين بائع المزاد والمشتريين المسجلين، يمكن أن تكون هناك أخطاء تؤدي إلى تشوهات عندما تكون الأنظمة شفوية بشكل أساسي. وكما في العلاقة بين المشتريين المسجلين الذين يعملون كمجموعة مما يجعلهم مهيميين أثناء أداء المزادات، محاولين ضمان مستوى أقل من الأسعار. عند دخول أطراف جديدة، يمكن للمشتريين المسجلين الأكبر سناً فرض وضع "لعنة الرابع" من خلال إجبار "الطرف الجديد" على تقديم عطاء أعلى وجعله أقل قدرة على الاستمرار في المنافسة

نسبياً، ومن ثم فإن تداول السلع منخفضة الجودة مرتفع. كما أن التجار على استعداد لتقاضي القليل مع توقع كسب المزيد من خلال الدعم، ومن خلال تنسيق قواعد البيع بالتجزئة التي تضمن وضع منتجاتهم في الأسواق. وسعياً لتغيير هذا الوضع (انظر الشكل 18)، تعد الإصلاحات مهمة لإنشاء أسواق أكثر تنافسية وإلغاء الآثار غير المقصودة للقواعد والأنظمة التي تشوه عمل آلية الأسعار في الأسواق، والتي قد تؤدي إلى سلوك ضار بالمنافسة إلى جانب ذلك.

رسم توضيحي 18: مصادر السلوكيات الضارة بالمنافسة



لتعزيز المنافسة في سوق الخضروات والفواكه في الكويت، هناك حاجة إلى إدخال إصلاحات تنظيمية لمعالجة الحوافز المشوهة والسلوك المحتمل الضار بالمنافسة. يعتمد الترويج للمنافسة على ثلاث ركائز تكاملية: تعزيز الأنظمة المؤيدة للمنافسة والتدخلات الحكومية، تعزيز ثقافة المنافسة؛ تعزيز الحياد التنافسي وتدابير الدعم الحكومي غير المشوه؛ وتطوير آلية إنفاذ فعالة لقانون المنافسة على نطاق الاقتصاد (الرسم التوضيحي رقم 2). تنطوي الركيزة الأولى على إزالة الاحتكارات القانونية والحظر المفروض تجاه الاستثمارات الأجنبية والقيود المفروضة على عدد من الشركات التي يمكن أن تكون فاعلة في السوق، وسن أنظمة تسمح بالوصول إلى المرافق الأساسية وإلغاء التدخلات الحكومية التي تؤدي إلى نتائج التواطؤ أو زيادة تكاليف المنافسة. فهذا من شأنه تحفيز الأعمال التنافسية والأسواق العادلة. وتشمل الركيزة الثانية مراقبة الدعم الحكومي لتقليل التشوهات وضمان تكافؤ الفرص بغض النظر عن الملكية. بينما تتضمن الركيزة الثالثة فرض عقوبات ضد الاتفاقات الضارة بالمنافسة التي ترفع تكاليف المدخلات الرئيسية والمنتجات النهائية وتحد من تنوع المنتجات، ومنع عمليات الاندماج الضارة

في السوق. يبدو أن هناك قواعد أخرى ذات طبيعة غير تنافسية، عندما لا يُسمح للمزارعين الذين يعرضون المنتجات في قاعة المزاد بالحضور أثناء عملية المزاد داخل القاعة.

بالمنافسة وتعزيز الإطار العام لمكافحة الاحتكار والإطار المؤسسي لمكافحة السلوكيات الضارة بالمنافسة وإساءة استخدام الهيمنة.

رسم توضيحي 19: الركائز الأساسية لدعم المنافسة

إنفاذ المنافسة	حيادية المنافسة	مناصرة المنافسة	
قانون منافسة فعال وإنفاذ مكافحة الاحتكار	سياسات أسواق من أجل الحيادية الحكومية ودعم الإعانات الحكومية غير المشوهة وعدم استبعاد شركات القطاع الخاص (PSP) (الشركات المملوكة للدولة) SOEs مقابل القطاع الخاص (PSP)	ثقافة المنافسة	الأنظمة المؤيدة للمنافسة: فتح أسواق وإزالة الأنظمة القطاعية الضارة بالمنافسة
<ul style="list-style-type: none"> مكافحة اتفاقات الاتحادات الاحتكارية التي تزيد من تكاليف المدخلات الرئيسية والمنتجات النهائية وتمنع الوصول إلى مجموعة أوسع من المنتجات. 	<ul style="list-style-type: none"> مراقبة الدعم الحكومي لتجنب المحسوبية وتقليل تشوهات المنافسة. 	<ul style="list-style-type: none"> دعم بيئات أسواق تنافسية من خلال التوعية العامة بسياسات المنافسة ودور هيئة المنافسة. 	<ul style="list-style-type: none"> إصلاح السياسات والأنظمة التي تعزز الهيمنة: مثل القيود المفروضة على عدد الشركات، الاحتكارات القانونية، الحظر المفروض على الاستثمارات الخاصة، عدم وجود أنظمة تسمح بالوصول للمرافق الأساسية.
<ul style="list-style-type: none"> منع عمليات الاندماج والاستحواذ الضارة بالمنافسة. 	<ul style="list-style-type: none"> ضمان الحياد التنافسي من الأنظمة والضرائب والمشتريات الحكومية والدين والإعانات المباشرة. تحقيق تكافؤ الفرص بين الشركات المملوكة للدولة وشركات القطاع الخاص 	<ul style="list-style-type: none"> وضع أنظمة حوافز مفتوحة وأنظمة تجارة عادلة من خلال ربط حالات إنفاذ المنافسة بجهود مناصرة المنافسة من أجل أنظمة مؤيدة للمنافسة 	<ul style="list-style-type: none"> منع التدخلات الحكومية التي تؤدي إلى نتائج تواطؤية أو تزيد تكاليف المنافسة: مثل الضوابط على الأسعار ومتغيرات الأسواق الأخرى التي تزيد من
<ul style="list-style-type: none"> تعزيز الإطار العام لمكافحة الاحتكار لمقاومة السلوكيات الضارة بالمنافسة وإساءة استخدام الهيمنة. 	<ul style="list-style-type: none"> إصلاح الأنظمة الحكومية التي تقيد الدخول أو الوصول أو الاستثمار أو الإقضاء من السوق من أجل مشاركة ونمو القطاع الخاص 	<ul style="list-style-type: none"> دعم الحملات الإعلامية لخلق تغيير ثقافي تجاه السلوكيات المؤيدة للمنافسة وكسر سمات الاحتكار / وثقافة احتكار القلة 	<ul style="list-style-type: none"> إصلاح التدخلات الحكومية التي تعمل على التمييز والإضرار بالمنافسة على أسس موضوعية: مثل الأطر التي تشوه مبدأ تكافؤ الفرص أو تمنح مستويات عالية من السلطة التقديرية

*في العادة هذا ليس دوراً حصرياً لهيئات المنافسة، بخلاف إنفاذ المنافسة ومناصرة المنافسة.

المصدر: مقتبس من كيتزمولر وليسيني (2013)

في حين أن الأنظمة تعتبر أدوات ضرورية للحكومات لتحقيق أهداف سياساتها، إلا أنه لديها أيضاً القدرة على تقييد المنافسة. وفقاً لأداة تحليل سياسة المنافسة في السوق

MCPAT، يمكن تصنيف الأنظمة التقييدية إلى ثلاث مجموعات رئيسية، بناءً على تأثيرها المحتمل على المنافسة:

أ. **الأنظمة التي تعزز الهيمنة أو الحد من الدخول:** وتشمل الحقوق الاحتكارية والحظر المطلق للدخول والحظر النسبي لدخول الأنشطة وتوسيعها ومشاركة الشركات القائمة في قرارات الدخول وتراخيص وتصاريح التشغيل ووجود تكاليف تحويل عالية ناتجة عن الأنظمة؛

ب. **القواعد التي تؤدي إلى نتائج التواطؤ أو زيادة التكاليف المنافسة في السوق:** وتشمل القواعد التي تسهل الاتفاقات بين المنافسين والقيود المفروضة على أنواع المنتجات والخدمات / الشكل والموقع؛

ج. **القواعد التي تميز وتشوه تكافؤ الفرص وتحمي المصالح الخاصة:** وتشمل التطبيق التمييزي للقواعد أو المعايير والتطبيق التقديري للقواعد والافتقار إلى الحياد التنافسي أمام الهيئات الحكومية والدعم الحكومي / الحوافز التي تشوه تكافؤ الفرص.

قد يكون للأنظمة الضارة بالمنافسة تأثير سلبي على اقتصاديات سوق الخضروات والفواكه. يمكن أن تؤدي الأنظمة التي تعوق الدخول على سبيل المثال في أي مرحلة من مراحل سلسلة القيمة إلى قوة سوقية أعلى. تظهر الدراسات أن القوة السوقية تؤثر على كل من أسواق المصنع والمصب. فبالنسبة لسوق المصنع، قد تؤدي القوة الشرائية التي يمكن ممارستها على الجهات الفاعلة في سوق المصنع إلى خروج هذه الجهات من السوق الأمر الذي سيزيد من تركيز سلسلة التوريد. علاوة على ذلك، يمكن القول أن القوة الشرائية قد يتم استخدامها أيضًا كحاجز للدخول لرفع التكلفة على المنافسين من خلال حجب قنوات التوريد من خلال، كالمعاملات الحصرية على سبيل المثال. قد يكون لتأثير القوة السوقية على سوق المصب أيضًا طبيعة استغلالية أو إقصائية.

في العديد من الحالات، يمكن استبدال الأنظمة الضارة بالمنافسة بأنظمة مؤيدة للمنافسة قد تعزز المنافسة. إن تقييم الأنظمة المعمول بها حاليًا يعني فهم الهدف من السياسة الذي تسعى القاعدة إلى تحقيقه، ثم تقييم ما إذا كانت هناك خيارات أقل تقييدًا للسياسة يمكنها تحقيق الهدف ذاته. بشكل عام، يتطابق كل هدف تنظيمي مع العديد من المقترحات التنظيمية المحتملة التي قد تمكن صناع السياسة من تحقيق هدفهم مع تأثير أقل ضرراً بالمنافسة في الأسواق، ومن الجدير بالذكر أنه في بعض الحالات، سيكون تطبيق مكافحة الاحتكار هو أفضل أداة لتعزيز المنافسة في السوق، خاصة عندما تنبع المشكلات من سلوك المشاركين في السوق بدلاً من القواعد الحكومية المعمول بها.

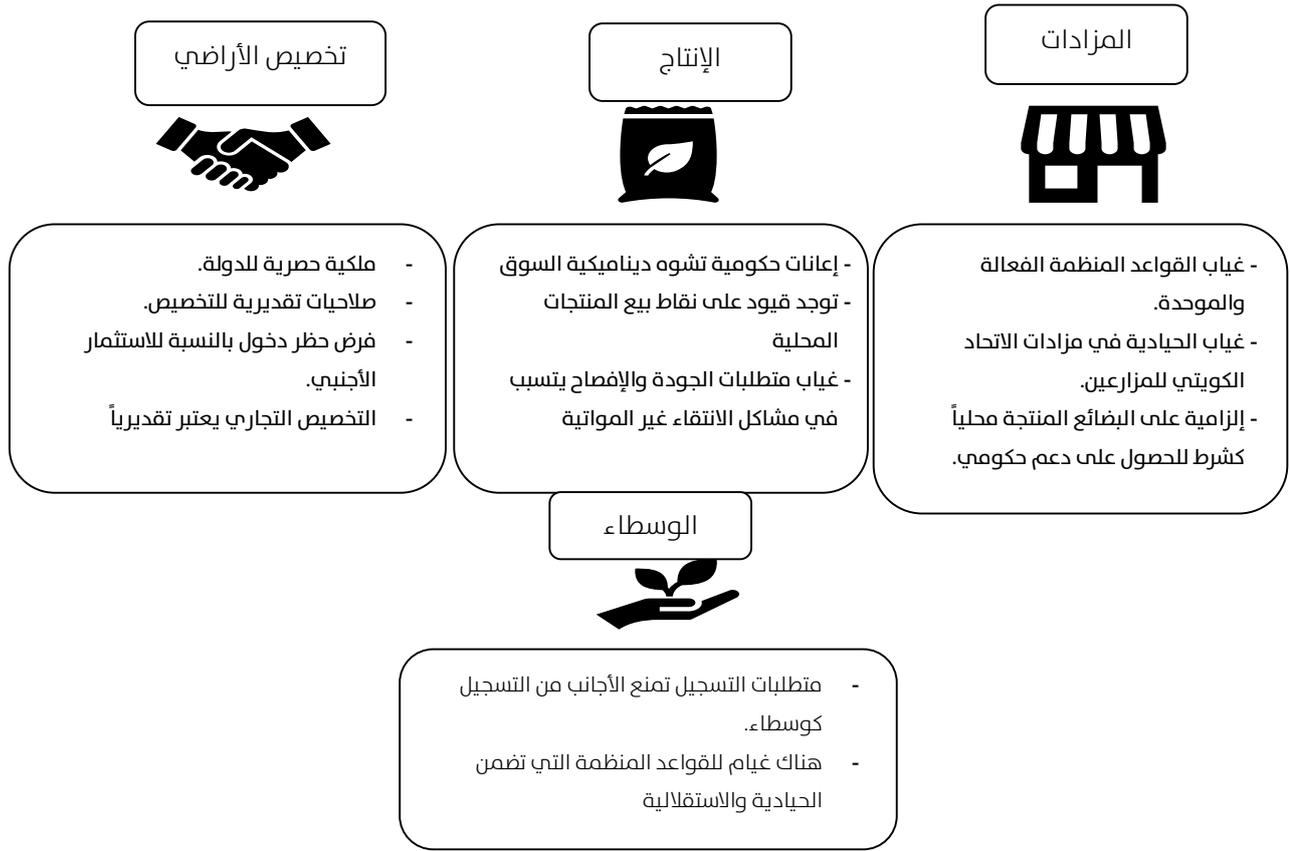
خامساً: الأنظمة الضارة بالمنافسة والتدخل الحكومي

يعوق الإطار التنظيمي الحالي المنظم لأسواق الخضروات والفاكهة المحلية في الكويت من عملية المنافسة. تمت مراجعة الأنظمة التي تحكم قطاعات مختلفة من سلسلة القيمة لسوق الخضروات والفاكهة لتقييم تأثيرها على المنافسة. علاوة على ذلك، تم إجراء مقابلات مع الأطراف الفاعلة الرئيسيين في القطاعين العام والخاص من أجل فهم أفضل لتأثير مثل هذه الأنظمة الضارة بالمنافسة في السوق. ركزت هذه الدراسة على عدة قطاعات وهي تخصيص الأراضي والإنتاج والوسطاء وأسواق الجملة والمزادات.

أ. تخصيص الأراضي

تُنشأ الأنظمة المنظمة للأراضي الزراعية في الكويت حاجزاً أمام الدخول إلى سوق الخضروات والفاكهة المحلية بسبب ملكية الدولة الحصرية للأراضي القابلة للزراعة. تعزز سيطرة الدولة الحصرية على الأراضي الزراعية من الهيمنة والحد من الدخول، وهو ما ينعكس في القانون رقم 5 لسنة 1980 بشأن الأراضي المملوكة للدولة والهيئة العامة لشؤون الزراعة والثروة السمكية، وفي عدد من القرارات مثل نص المادة 18 من القرار رقم (1341) بشأن الإطار القانوني لحائزي القسائم الزراعية. على سبيل المثال، يحد هذا القرار من تسجيل الأراضي الزراعية وتوزيعها على المواطنين الكويتيين البالغين من العمر 21 عامًا أو الشركات الكويتية - المملوكة للكويتيين - المعتمدة من قبل الهيئة العامة لشؤون الزراعة والثروة السمكية. يمكن القول إن دخول المستثمرين الأجانب المؤهلين سيعزز من المنافسة واعتماد التكنولوجيا الحديثة والكفاءة. علاوة على ذلك، فإن وجود مثل هذه الاستثمارات سيزيد المنافسة ليس فقط مع الأطراف المحلية ولكن أيضاً مع المنتجات المستوردة.

رسم توضيحي 20: سلسلة القيمة للخضروات والفاكهة المحلية والعقبات المحتملة



أدى الإطار الحالي إلى وجود سوق ثانوية للأراضي مما أدى إلى زيادة التكلفة على المنافسين وبالتالي خلق حاجز أمام الدخول. يتعين على الوافدين المحتملين للسوق المحلية إما الانتظار لفترة غير معروفة من الوقت حتى تقوم الهيئة العامة لشؤون الزراعة والثروة السمكية بتخصيص أرض لمقدم الطلب أو أن يتم الحصول على الأرض في السوق الثانوية بسعر أعلى بكثير بدلاً من ذلك. وتشير التقارير إلى أن عدداً من الشركات التي خصصت لها الهيئة العامة لشؤون الزراعة أراضي تمكنت من قلبها في السوق مما حقق عائداً يزيد عن 200٪ في غضون أشهر قليلة⁴⁸. تؤدي نتائج الإطار التنظيمي للتخصيص إلى زيادة تكاليف دخول السوق خاصة في الإنتاج التجاري وإعاقة المنافسة نتيجة لذلك. ومن ثم، فإن السوق الأقل تنافسية سوف تعيق سلسلة القيمة بأكملها، حيث أن قدرة الدخول إلى السوق أو التوسع ستكون محدودة مما يؤدي إلى تركيز السوق وتعزيز الهيمنة.

من أجل تعزيز المنافسة وتعزيز الابتكار والكفاءة تحتاج الهيئة العامة لشؤون الزراعة والثروة السمكية للتمييز بين المنتجين التجاريين والمنتجين غير المحترفين لأن القواعد

<https://www.alraimedia.com/Home/Details?id=bef02c22-09a7-4760-ae92-5fd5ec869b8d>⁵²

الحالية لا تميز بوضوح بين الاثنين. يجب وضع إطار مختلف لتخصيص الأراضي يستهدف الإنتاج التجاري والاستثمارات الجديدة في التكنولوجيا وغير مرتبط بالملكية الوطنية. قد يطلق هذا الإصلاح العنان لإمكانات السوق ويزيد من البيئة التنافسية الشاملة للسلع المنتجة محلياً.

يجب إعادة تقييم إطار تخصيص الأراضي من أجل تعزيز بيئة تنافسية في سوق الإنتاج المحلي. تعتمد معايير التأهيل الحالية لمقدمي الطلبات من الشركات بشكل أساسي على متطلبات رأس المال التي تبلغ حوالي 50.000 دينار كويتي. وبالتالي، يمكن إدخال شروط فنية أكثر تنافسية لضمان أن المتقدمين مؤهلون ويتمتعون برأس المال والخبرة اللازمة للمشاركة في الإنتاج التجاري. يجب صياغة أي متطلبات إضافية بطريقة لا تخلق عائقاً أمام الدخول وتؤدي إلى متطلبات تنظيمية غير ضرورية. سيهدف هذا الإصلاح إلى تبسيط وتسهيل دخول المنتجين التجاريين وسينتج عنه إطار أكثر تنافسية.

ب. الإنتاج

دور الدولة في إنتاج المنتجات الزراعية يعيق المنافسة ويخلق أوجه قصور تؤثر على سلسلة القيمة. كان لإطار الإعانات الحكومية للمزارعين أثر سلبي على هيكل السوق التنافسي. كما أدى غياب معايير الجودة القابلة للتنفيذ فيما يتعلق بالإعانات إلى تشويه ديناميكيات السوق.

الإعانات ومعايير الجودة

تفرض القواعد السارية الحالية للإعانات الزراعية قيوداً على نقاط البيع المتاحة للفواكه والخضروات المنتجة محلياً. حيث يقدر إجمالي الإعانات خلال العشر سنوات الماضية بحوالي 300 مليون دينار⁴⁹. يحق للمنتجين المحليين الحصول على إعانات حكومية لإنتاجهم المحلي بموجب القرار رقم 2014/479 بشأن الإعانات الزراعية الصادر عن الهيئة العامة لشؤون الزراعة والموارد السمكية. ويلتزم المزارعون ببيع منتجاتهم في أحد السوقين المعترف بهما من قبل الهيئة العامة لشؤون الزراعة والثروة السمكية (سوق وافر وسوق الاتحاد الكويتي للمزارعين) من أجل أن يكونوا مؤهلين للحصول على هذه الإعانة. قد تسهل هذه القاعدة من التواطؤ بسبب درجة التركيز التي تخلقها في سوق الجملة خاصة أن أحد السوقين "الاتحاد الكويتي للمزارعين" يمثل اتحاداً تجارياً الأمر الذي قد يزيد من خطر نتائج التواطؤ. علاوة على ذلك، تميز هذه القاعدة بين المنتجات المحلية والمستوردة لأن المنتجات المستوردة لا تواجه قواعد مماثلة. حيث يمكن بيع المنتجات المستوردة مباشرة إلى المستخدمين النهائيين أو نقاط البيع الأخرى مثل محلات السوبر ماركت والتعاونيات، وبالتالي، يجب إعادة تقييم هذه القاعدة من أجل توفير مبدأ تكافؤ

⁴⁹ راجع تقرير لجنة الميزانيات في مجلس الأمة الكويتي الصادر بتاريخ 24 مايو 2018.

الفرص. إن إلغاء هذه القاعدة سيمكن المنتجين المحليين من التنافس مباشرة مع المنتجات المستوردة.

تؤثر الإعانات بشكلها الحالي على تنوع الإنتاج وتشوه العلاقة بين الإنتاج واحتياجات السوق. يعتقد العديد من المزارعين أن الشكل الحالي للدعم أدى إلى زيادة إنتاج بعض المحاصيل مثل الخيار والطماطم بسبب سهولة الإنتاج والتكلفة المنخفضة والإعانات العالية المرتبطة به. يمكن أن يصل إجمالي الإعانات الحكومية إلى 59٪ من إجمالي إيرادات المزارعين⁵⁰. ومن ثم، قد يشوه إطار الإعانات السوق بشكل عام.

أدى غياب معايير الجودة القوية التي تحكم بيع الإنتاج المحلي في الكويت إلى انخفاض المعلومات في كل من سوق الخضروات والفاكهة المحلية والمستوردة. قد تترجم السلع الأقل جودة المنتجات ذات الجودة العالية بسبب غياب متطلبات الإفصاح فيما يتعلق بمعايير الجودة. يوجد حالياً نظام تصنيف من الفئة A والفئة B في مزادات وافر، في حين أن هناك أربع فئات للتصنيف في الاتحاد الكويتي للمزارعين ويعمل مزاده بشكل أساسي على أساس فحص المشتري للسلعة قبل الشراء. وبناءً على ذلك، سيساعد تطبيق معايير دول مجلس التعاون الخليجي للجودة التي اعتمدها الكويت على الحد من عدم تماثل المعلومات كما سيساعد في معالجة مشكلة الانتقاء غير المواتية⁵¹. وقد يكون لذلك تأثير إيجابي على الابتكار ويعزز من كفاءة المنتجين المحليين.

يعد ضمان تطبيق معايير الجودة على كل من المنتج المحلي والمستورد أمراً ضرورياً من أجل تكافؤ الفرص. أي نوع من التطبيق التمييزي لمعايير الجودة على السلع المستوردة أو العكس سيؤدي إلى تشويه السوق. قد تؤثر هذه الأنواع من الممارسات سلباً على نمو الإنتاجية والمنافسة في السوق. وبناءً على ذلك، تحتاج السلطات المختصة في الكويت (الهيئة العامة لشؤون الزراعة والثروة السمكية وFAO) إلى ضمان تطبيق هذه المعايير على كل من المنتجات المنتجة محلياً والمستوردة من أجل ضمان تكافؤ الفرص.

ج. أسواق المزادات

تفتقر أسواق مزادات الخضروات والفاكهة في الكويت إلى قواعد منظمة موحدة. حيث نشرت وزارة التجارة والصناعة إطاراً تنظيمياً مقترحاً لتنظيم المزادات لتوحيد القواعد وتعزيز الشفافية والقدرة التنافسية. ويعتقد المنتجون المحليون أن الهيكل الحالي للمزادات ضار بالمنافسة ويسهل من التواطؤ⁵². يذكر أن المزادات تعمل بطريقة تكبح

⁵⁰ لقاءات مع عدد من المزارعين

⁵¹ جوش، خوسيه لويس، وآخرون. نظم ومعايير الجودة من أجل ميزة تنافسية. البنك الدولي، 2007.

⁵² مقالات مع بعض المزارعين المحليين (سيتم التأكيد لاحقاً)

الأسعار مقارنة بأسعار التجزئة، والتي قد تصل إلى 7000٪ وفقاً لما صرح به عضو بمجلس الأمة الكويتي⁵³.

الافتقار إلى آلية عدم الكشف عن هوية البائعين في مزادات الاتحاد الكويتي للمزارعين قد يؤدي إلى نتائج تواطؤية ويؤدي إلى تضارب محتمل في المصالح. إن هوية المزارع الذي يبيع منتجه معروفة لمقدم العطاء وقد يثير ذلك تضارباً محتملاً في المصالح حيث أن بعض المزارعين المشاركين في المزاد هم أيضاً أعضاء مجلس إدارة أو منتسبون للاتحاد الكويتي للمزارعين⁵⁴. ويمكن لهذه الممارسة أن تساهم في التواطؤ والتمييز ضد المنتجين الآخرين. علاوة على ذلك، فإنها تحمي المصالح الخاصة لبعض المنتجين في السوق المحلية. لذلك، للحد من هذه المخاطر يجب أن تكون هوية البائعين مجهولة. وتجدر الإشارة إلى أن إخفاء هوية البائعين كممارسة وقاعدة يتم اتباعها في مزادات وافر ويعتقد أن إدارة العملية بهذا الشكل أكثر فعالية.

إن مشاركة الاتحاد الكويتي للمزارعين في إدارة المزاد والإشراف عليه في سوق الأندلس قد يسهل السلوك التواطؤي. على الرغم من حقيقة أن الجمعيات التجارية، بشكل عام، قد تلعب دوراً مهماً لصالح أعضائها والسوق، إلا أنه يمكن أيضاً استخدامها كمنصة لتقييد المنافسة. حيث تتطلب أنظمة الاتحاد الكويتي للمزارعين أن يكون أعضاء مجلس الإدارة منتجين محليين، وبالتالي، قد يثير ذلك تضارباً في المصالح عند بيع منتجاتهم في المزاد الذي يقع تحت إشرافهم. لذلك، فإن وجود مشغل مستقل للمزاد سيسهم في الحد من السلوك التواطؤي المحتمل.

أصدرت وزارة التجارة والصناعة مسودة لائحة للتشاور بشأن سوق المزادات، تطالب اللائحة بنظام حصص للمنتجات المنتجة محلياً. سيخصص نظام الحصص المقترح 35٪ من المنتجات المعروضة للبيع بالمزاد العلني للجمعيات التعاونية، و 35٪ للشركات والمطاعم، وأخيراً 30٪ لتجار التجزئة. سيؤدي نظام الحصص في شكله الحالي إلى وجود ثلاثة أسواق / أسعار مختلفة للمنتج ذاته. علاوة على ذلك، فإن الحصص ثابتة ولا يمكن تعديلها ما لم يتم تعديل اللائحة. سيؤثر هذا الجمود على ديناميكيات السوق وقد يؤدي إلى تداول غير رسمي / أسواق موازية. لذلك، يوصى باعتماد صيغة أكثر ديناميكية ومرونة من أجل تعزيز السلوك التنافسي في المزادات.

إن عدم كفاءة المزادات في الكويت ينعكس في الفرق بين أسعار المزادات وأسعار التجزئة. هناك شيء واحد يجب ملاحظته هو أنه لا يوجد الكثير من عمليات التعبئة والتغليف

⁵³ مقترح مقدم من قبل عضو مجلس الأمة/ أحمد الفاضل <http://www.kna.kw/cit-html5/news-details.asp?id=33068>

⁵⁴ يجب أن يكون أعضاء الاتحاد الكويتي للمزارعين مزارعين كويتيين وفقاً للمادة 7 من النظام الأساسي.

أو إعادة تجهيز هذه السلع من المزادات إلى سوق التجزئة الأمر الذي يمكن معه تبرير فرق السعر الذي يصل إلى أكثر من 500٪.

المربع النصي رقم 1: دور وزارة التجارة والصناعة المقترح في المزادات

يمكن القانون رقم 1979/10 في شأن الإشراف على الإتجار في السلع وتحديد أسعار بعضها وزارة التجارة والصناعة من تنظيم سير المبيعات بما في ذلك المزادات. لا تتضمن مسودة لائحة وزارة التجارة والصناعة المقترحة بشأن المزادات القواعد والمتطلبات التي تنطبق على مشغلي المزادات. ومن ثم، يوصى بمراجعة مسودة اللائحة لمعالجة موضوع مشغلي المزادات مثل الاتحاد الكويتي للمزارعين ووافر فيما يتعلق بالأمور التالية:

1. يجب على مشغلي المزادات تلبية الحد الأدنى من البنية التحتية التكنولوجية لضمان حيادية العملية ومعالجة التحديات الخاصة بعدم تناسق المعلومات.
2. ضمان توافر الحد الأدنى من متطلبات البنية التحتية المادية لضمان توافر مساحة كافية، وتنظيم مناسب، ومناولة وعرض المنتجات المعروضة للبيع بالمزاد العلني.
3. الاحتفاظ بالسجلات السليمة وضمان الإفصاح الكامل عن الكميات قبل بدء المزادات وضمان الإفصاح الكامل عن المعاملات والتسعير.
4. إدخال قواعد تضارب المصالح فيما يتعلق بتشغيل المزادات.
5. طلب إجراء تقييم خارجي لضمان الجودة سنويا.

د. السماسرة

قد تشكل متطلبات الترخيص الحالية في أسواق الخضروات والفاكهة حاجزا للدخول بالنسبة للسماسرة. تفرض المتطلبات المنصوص عليها في قرار وزارة التجارة والصناعة رقم 2019/342 حظرا على الأجانب للعمل كسماسرة. هذا الحظر يحد من الدخول إلى سوق السمسرة الأمر الذي قد يعزز الهيمنة. علاوة على ذلك، قد يؤدي هذا الحاجز إلى تركيز السوق مما قد يسهل السلوك التواطئي بسبب العدد المحدود للأطراف الفاعلة في السوق المحلية.

يجب توسيع متطلبات ترخيص السماسرة في الكويت لتنظيم الممارسات التجارية غير العادلة. يخضع السماسرة حاليًا لقرار وزارة التجارة والصناعة رقم 2019/342 والحكم الوحيد الذي ينظم السلوك غير العادل هو البند رقم 9 من المادة 3 التي تحظر على السماسرة بيع منتجاتهم الخاصة. حيث يحتاج القرار إلى تعديل ليشمل ممارسات أخرى غير عادلة مثل البيانات الكاذبة و/ أو المضللة المتعلقة بالمعاملات. علاوة على ذلك، يجب منع

السماسة صراحة من التنسيق مع سماسة آخرين في المزايدات. تهدف هذه التغييرات المقترحة إلى ضمان الحياد وتقليل مخاطر التواطؤ بين السماسة والجهات الفاعلة الأخرى في أسواق المزايدات.

هـ. سلسلة القيمة للخضروات والفاكهة المستوردة

تشكل الخضروات والفاكهة المستوردة الجزء الأكبر من السوق الكويتي. تتكون سلسلة القيمة الخاصة بالاستيراد من قواعد غير مقيدة إلى حد ما. حيث يجب على المستوردين الحصول على رخصة استيراد ورخصة تجارية من وزارة التجارة والصناعة. متطلبات هذه التراخيص ضئيلة ولا تشكل حطرا على الدخول.

سهلت الكويت مؤخرًا التجارة عبر الحدود من خلال تحسين نظام إدارة المخاطر الجمركية وتطبيق نظام التخليص الإلكتروني⁵⁵. تشمل المتطلبات الجمركية الحالية كمرحلة ثانية في استيراد الخضروات والفاكهة المتطلبات التقليدية مثل شهادة المنشأ، بوليصة الشحن وعمليات المناولة الطرفية الأخرى ذات الصلة. ومع ذلك، ينطبق شرط الشهادة الصحية بشكل أساسي على السلع المستوردة الأمر الذي قد يخل بمبدأ تكافؤ الفرص مع البضائع المنتجة محليًا. هذا التطبيق الانتقائي لهذا الشرط يكون في صالح المنتجين المحليين وقد يقلل من الحياد التنافسي. يوصى بتطبيق هذا الشرط على السلع المنتجة محليًا من أجل ضمان تكافؤ الفرص.

تلتزم الجمعيات التعاونية بقرار وزاري يلزمها بشراء 75٪ من احتياجاتها من السلع المنتجة محليًا. تلزم المادة 3 من قرار وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل الأخير "MOSAL" رقم 2020/45 جميع الجمعيات التعاونية بشراء 75٪ من احتياجاتها من المنتجين المحليين. من المقبول أن تقوم الحكومات بتطبيق أدوات مختلفة توفر الدعم المباشر أو غير المباشر للمنتج المحلي لتحقيق أهداف السياسة العامة. ومع ذلك، يمكن أن يؤدي تصميم هذه الأدوات إلى تحريف الميزة التنافسية لصالح شركات معينة. يفرض قرار وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل الأخير حواجز رئيسية أمام دخول السلع المستوردة. قد يؤثر هذا الوصول التفضيلي سلبيًا على المنافسة في سوق المصعب.

يتطلب قرار وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل الأخير من الجمعيات التعاونية تخصيص ما لا يقل عن 30 ٪ من مساحة السوق لمنتجات الاتحاد الكويتي للمزارعين - الأمر الذي قد يشوه المنافسة في سوق المصعب. وكما هي. تعوق هذه القاعدة المنافسة في السوق لأنها تميز ليس فقط ضد السلع المستوردة ولكن أيضًا ضد أي منتج محلي من خارج الاتحاد الكويتي للمزارعين. يحتاج القرار إلى إعادة تقييم لأنه يخل بمبدأ تكافؤ الفرص في سوق المصعب.

⁵⁵ تقرير ممارسة أنشطة الأعمال 2020، البنك الدولي.

وخلاصة القول، ينبغي على مختلف أصحاب المصالح التعاون في وضع خطة فاعلة لسياسة المنافسة تعالج الاختناقات في جميع أنحاء سوق الفواكه والخضروات في الكويت. يجب على واضعي السياسات معالجة الاختناقات التي تمت مناقشتها سابقاً لضمان وجود أسواق تنافسية. يجب أن يتناول الإصلاح كلاً من القواعد والأنظمة التي يمكن أن تسهل بحدوث نتائج غير تنافسية بالسوق وممارسات تجارية محتملة ضارة بالمنافسة. ومن ثم، فإن الجدول رقم 1 يمهّد الطريق لتصميم وتنفيذ الإصلاحات المطلوبة من أجل سياسات مؤيدة للمنافسة. هذه الإصلاحات تخص ثلاث ركائز: (1) إصلاح مزادات السوق ومعايير الجودة، (2) إصلاح نظام تخصيص الأراضي، (3) إصلاح هيكل الدعم (بما في ذلك وجهات النظر بشأن اعتماد التكنولوجيا والتنظيم الصناعي للأسواق).

الجدول رقم 1: القواعد التي قد تعوق المنافسة في سوق الفواكه والخضروات

القواعد التي تعمل على تمييز جهات معينة وإعطائهم ميزة غير مستحقة	القواعد التي تسهل التواطؤ أو تقيّد من اختيار المتغيرات الاستراتيجية	القواعد التي تعزز الهيمنة أو تحدّد الدخول	
<p>التطبيق التقديري للقواعد</p> <ul style="list-style-type: none"> • شرط الشهادة الصحية الحالي ينطبق على نحو تمييزي على السلع المستوردة بصفة أساسية. • لا يمكن للمنتجين المحليين بيع منتجاتهم إلا في المزادات إذا رغبوا في تلقي دعم حكومي. على العكس من ذلك، يمكن بيع السلع المستوردة مباشرة إلى تجار الجملة وتجار التجزئة. هذا التمييز يضر المنتجين المحليين عندما يتعلق الأمر بالتنافس مع السلع المستوردة. 	<p>القواعد التي تسهل الاتفاق بين المنافسين والقيود على نوع المنتجات والخدمات / الشكل والموقع:</p> <p>الدعم في شكله الحالي يشوّه ديناميكيات السوق ويمكن أن يؤثر بشكل غير مباشر على خيار الشركات للإنتاج بشكل سلبي.</p>	<p>الحظر النسبي على الدخول وتوسيع الأنشطة</p> <ul style="list-style-type: none"> • تمنع قواعد تخصيص الأراضي الحالية الأجانب من دخول سوق الإنتاج المحلي. تعزز هذه القاعدة الهيمنة على الفواكه والخضروات المنتجة محلياً. تفرض المادة 18 من قرار الهيئة العامة لشؤون الزراعة والثروة السمكية رقم (1341) بشأن الإطار القانوني لحائزي المزارع هذا الحظر. • يقيد إطار تخصيص الأراضي بشكله الحالي المنتجين التجاريين المحتملين من دخول السوق، وبالتالي يعزز من هيمنة الجهات الفاعلة الحالية. 	<p>الإنتاج/الاستيراد</p>

<p>قرار وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل رقم 2020/أ45 يلزم جميع الجمعيات العمومية بتخصيص لا تقل عن 30% من مساحة السوق لمنتجات الاتحاد الكويتي للمزارعين من الفواكه والخضروات</p>	<p>• عدم وجود قواعد منظمة في قرار وزارة التجارة والصناعة رقم 2019/342 بالنسبة للممارسات التجارية غير العادلة للسماسة غير المحتملين.</p> <p>• غياب شرط عدم الكشف عن الهوية في الاتحاد الكويتي للمزارعين</p>	<p>نص قرار وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل رقم 2020/أ45 على شرط يقتضي من جميع الجمعيات التعاونية شراء 75% من احتياجاتها من السلع المنتجة محلياً. مما يحد القرار من قدرة السلع المستوردة على التنافس مع السلع المنتجة محلياً.</p>	<p>التوزيع</p>
--	--	---	----------------

و. خارطة طريق مكافحة الاحتكار

الممارسات التجارية الضارة بالمنافسة قد يكون لها تأثير سلبي على الاقتصاد. تعتبر الاتحادات الاحتكارية والقيود الرأسية وإساءة استخدام المركز المهيمن هي الأنواع الرئيسية للممارسات التجارية الضارة بالمنافسة. قد تؤدي هذه الممارسات إلى زيادة الأسعار بسبب آثارها الاستغلالية أو الإقصائية. قد يكون لعمليات الاندماج أو الاستحواذ الضارة بالمنافسة تأثير سلبي على المنافسة بسبب آثارها الأحادية أو المنسقة أو الإقصائية على السوق. وبالتالي فإن قانون المنافسة هو الأداة الرئيسية لمكافحة هذه الممارسات لضمان وجود سوق تنافسية.

يمكن لجهاز حماية المنافسة أن يزيد من فعاليته من خلال التركيز على إنفاذ المنافسة وخاصة مكافحة الاتحادات الاحتكارية. حيث يمكن للجهاز التركيز على الحالات الخاصة بالسلوك مع التركيز بشكل خاص على الاتحادات الاحتكارية. ويعتبر التواطؤ "العدو اللدود لمكافحة الاحتكار"⁵⁶. ومن ثم، فمن الأهمية القصوى أن يبذل الجهاز جهداً كبيراً في متابعة الاتحادات الاحتكارية.

تؤكد الأدلة التجريبية على خطر الاتحادات الاحتكارية على الاقتصاد ككل وكذلك على الفقراء. عندما تتفق الشركات المتنافسة على تحديد الأسعار، يتكشف من خلال الأدلة التجريبية أن المستهلكين يدفعون أكثر من 50%. هناك أدلة أولية، استناداً إلى عدد مختار من الاتحادات الاحتكارية في عدد من الدول ذات الاقتصادات النامية بين عامي 1995 و 2013، توضح أن المبيعات المتأثرة لأعضاء الاتحادات يمكن أن تصل إلى 6.4% من الناتج المحلي الإجمالي. ويقدر كل من ليفنشتاين وسوسلو وأوزوالد أن نسبة الواردات في البلدان النامية المتأثرة باتفاقات الاتحادات الاحتكارية تتراوح ما بين 3.4% إلى 8.4%.

⁵⁶ Verizon Communications v. Law Offices of Curtis V. Trinko, 540 U.S. 398, 408 (2004)

درجة تركيز السوق عبر سلسلة القيمة للفواكه والخضروات قد تسهل التواطؤ. يمكن للعدد المحدود من المشترين والسماسة المسجلين في المزادات أن يكون بمثابة عامل لتسهيل تكوّن اتحادات احتكارية. فعادة ما يكون من الأسهل إبرام اتفاقات تكوين اتحادات احتكارية مناهضة للمنافسة بين عدد محدود من الجهات الفاعلة الاقتصادية وهذا سيسهل أيضاً من مراقبة الاتفاقات.

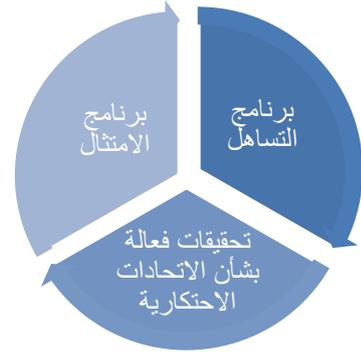
تخدم الاتحادات التجارية الغرض المشروع المتمثل في إبلاغ أعضائها بالمتطلبات والإجراءات التشريعية والمراسيم الجديدة، وتقديم خدمات استشارية وورش عمل تدريبية، ولكن يمكنها أيضاً تسهيل التواطؤ. تظهر الأدلة التجريبية أن وجود اتحاد تجاري قد يزيد من احتمالية السلوك التواطئي. وجد ليفنشتاين وسوسلو (2006) أن ما بين ربع ونصف الاتحادات الاحتكارية في الولايات المتحدة مرتبطة باتحادات تجارية. ومن ثم، ينبغي على جهاز حماية المنافسة ضمان امتثال الاتحادات التجارية لقانون المنافسة.

تلعب برامج التساهل دوراً رئيسياً في زعزعة استقرار الاتحادات الاحتكارية ومقاضاتها، وينبغي على جهاز حماية المنافسة أن يدعو إلى تعديل قانون المنافسة وإدخال إطار التساهل. يتم ابتكار أدوات التساهل لتشجيع الإبلاغ الذاتي من خلال تقديم حوافز للشركات التي تكون دائماً أفضل حالاً من خلال التعاون مع الجهاز. ولهذه الغاية، تكافئ برامج التساهل عادة أول عضو في الاتحاد الاحتكاري يبلغ الجهاز عن اتحاد احتكاري سري وتمكنه من اتخاذ الإجراءات المناسبة مع الإعفاء الكامل من العقوبات (الحصانة). لذلك، ينبغي على الجهاز أن يدعو إلى إنشاء إطار تساهل لتعزيز إنفاذ مكافحة الاتحادات الاحتكارية.

ينبغي على جهاز حماية المنافسة وضع استراتيجية محددة المعالم لإنفاذ تدابير الاتحادات الاحتكارية لضمان الامتثال لقانون المنافسة في قطاع الفواكه والخضروات. استناداً إلى تقييماتنا السابقة، يوصي الرسم التوضيحي رقم 21 بشكل عام بعناصر إنفاذ مكافحة الاحتكارات ويوضح الجدول رقم 2 خارطة طريق لسياسة مؤيدة للمنافسة لأسواق الفواكه والخضروات. من الأهمية القصوى أن يقوم جهاز حماية المنافسة بتصميم استراتيجية لإنفاذ تدابير الاتحادات الاحتكارية من أجل (1) إبلاغ الاتحادات التجارية وأعضائها مثل "الاتحاد الكويتي للمزارعين" بما يجب فعله وما يجب تجنبه من خلال تقديم برنامج امتثال سهل الاستخدام؛ (2) وضع برنامج للتساهل وتعزيزه؛ و (3) تعزيز إنفاذ تدابير الاتحادات الاحتكارية من خلال مراقبة الأسواق المختلفة عبر سلسلة القيمة والقيام بعمليات تفتيش مفاجئة فعالة.

رسم توضيحي 21: نتائج السياسات المقصودة: العناصر الموصى

بها لسياسة إنفاذ مكافحة الاتحادات الاحتكارية



الجدول رقم 2: خارطة طريق إصلاحات السياسة المؤيدة للمنافسة

على المدى البعيد			على المدى المتوسط			على المدى القصير		
الإجراء	الجهة المسؤولة	محتوى الإصلاح	الإجراء	الجهة المسؤولة	محتوى الإصلاح	الإجراء	الجهة المسؤولة	محتوى الإصلاح
فتح الأسواق الرئيسية وإزالة الحواجز التي تحد من الدخول								
						تعديل قرار الهيئة العامة لشؤون الزراعة والثروة السمكية رقم 2015/1341	الهيئة العامة لشؤون الزراعة والثروة السمكية	إصلاح عملية تخصيص الأراضي من خلال اعتماد تخصيص سنوي تنافسي للأراضي للإنتاج التجاري.
			يجب إصدار قرار جديد كجزء من قرار الإعانة السنوية الذي تصدره الهيئة سنوياً.	الهيئة العامة لشؤون الزراعة والثروة السمكية	إعادة تصميم إطار الدعم من خلال: (1) توسيع نقاط البيع المعترف بها خارج نطاق السوقين الحاليين؛ (2) ربط الإعانات بمعايير الابتكار والكفاءة والجودة.			
				الهيئة العامة لشؤون الزراعة	تطبيق معايير الجودة والصحة			

			إصدار / تطبيق قرار تنفيذ هذه المعايير.	والثروة السمكية	الموحدة على السلع المستوردة والمحلية			
			تعديل الأنظمة المقترحة من قبل وزارة التجارة والصناعة من خلال إضافة متطلبات تكون جزءاً من القواعد المنظمة في أسواق المزادات وأساسية لتشغيل وإدارة المزادات.	وزارة التجارة والصناعة	إدخال منصة إلكترونية لتشغيل المزاد في سوق الاتحاد الكويتي للمزارعين وأي أسواق مزادات أخرى مماثلة لتلك الموجودة في سوق وافر.			
			اصدار قرار جديد.	وزارة التجارة والصناعة	اصدار قرار بالزام مشغلي المزادات بتسجيل كافة معلومات المزادات (الاسم والمبلغ والوقت) التي			

					تتم أثناء عملية المزايحة.		
					تعديل الأنظمة المقترحة من قبل وزارة التجارة والصناعة من خلال إضافة متطلبات تكون جزءاً من القواعد المنظمة في أسواق المزادات وأساسية لتشغيل وإدارة المزادات.	وزارة التجارة والصناعة	ضمان عدم الكشف عن هوية البائع في مزاد الاتحاد الكويتي للمزارعين بطريقة مشابهة لمزادات سوق وافر.
					تعديل الأنظمة المقترحة من قبل وزارة التجارة والصناعة	وزارة التجارة والصناعة	إصلاح بروتوكولات المعلومات والعمليات من أجل تعزيز الشفافية والإفصاح عن الكميات الإجمالية المتاحة في المزاد.

						تعديل الأنظمة المقترحة من قبل وزارة التجارة والصناعة من خلال إضافة حد أدنى لمتطلبات ترخيص تشغيل المزاد	وزارة التجارة والصناعة	وضع حد أدنى لمتطلبات الترخيص لمشغلي المزادات لضمان إدارة المزادات بكفاءة وسلاسة.
						تعديل القرار رقم 2019/342	وزارة التجارة والصناعة	وضع إطار الحوكمة للسماسة
			تعديل قرار الهيئة العامة للزراعة والثروة السمكية رقم 2015/1341	الهيئة العامة للزراعة والثروة السمكية/ وزارة المالية	تمكين المستثمرين الأجانب من الوصول إلى الأراضي.			
						اصدار قرار	وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل	وضع قرار بالزام الجمعيات التعاونية بالشراء المباشر

								من المزادات المعتمدة والغاء دور الوسيط.
						تعديل المادة 3 من القرار رقم 2020/45 الصادر عن وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل	وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل	إعادة تقييم المعاملة التفضيلية للمنتجات المنتجة محليا في الجمعيات التعاونية.
						إصدار قرار جديد ينص على الإرشادات.	الهيئة العامة للزراعة والثروة السمكية	تبني إرشادات تصنيف موحدة للفواكه والخضروات لكل من السلع المنتجة محلياً والمستوردة.

- Akerlof, G. A. (1970). The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*.
- Albrecht, J. (2011). Search Theory: The 2010 Nobel Memorial Prize in Economic Sciences. *The Scandinavian Journal of Economics*, 113(2), 237–259. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9442.2011.01658.x>
- Azevedo, P. F. de, Chaddad, F. R., & Farina, E. M. M. Q. (2004). *The Food Industry in Brazil and the United States: The Effects of the FTAA on Trade and Investment*. BID-INTAL.
- Banerji, A., GUPTA, N., & MEENAKSHI, J. V. (2012). Auctions in Grain Markets and Farmer Welfare. *Economic and Political Weekly*, 47(52), 64–71. JSTOR.
- Banerji, A., & Meenakshi, J. V. (2004). Buyer Collusion and Efficiency of Government Intervention in Wheat Markets in Northern India: An Asymmetric Structural Auctions Analysis. *American Journal of Agricultural Economics*, 86(1), 236–253. JSTOR.
- Bikhchandani, S. (1988). Reputation in repeated second-price auctions. *Journal of Economic Theory*, 46(1), 97–119.
- Buccirossi, P. (2008). Facilitating practices. *Handbook of Antitrust Economics*, 1, 305–351.
- Capen, E. C., Clapp, R. V., & Campbell, W. M. (1971). Competitive Bidding in High-Risk Situations. *Journal of Petroleum Technology*, 23(06), 641–653. <https://doi.org/10.2118/2993-PA>
- Cox, J. C., & Isaac, R. M. (1984). In Search of the Winner's Curse. *Economic Inquiry*, 22(4), 579–592. <https://doi.org/10.1111/j.1465-7295.1984.tb00705.x>
- Crespi, J. M., & Sexton, R. J. (2005). A Multinomial logit framework to estimate bid shading in procurement auctions: Application to cattle sales in the Texas Panhandle. *Review of Industrial Organization*, 27(3), 253–278.

- Eső, P., & Schummer, J. (2004). Bribing and signaling in second price auctions. *Games and Economic Behavior*, 47(2), 299–324. <https://doi.org/10.1016/j.geb.2003.06.005>
- Kagel, J. H., & Levin, D. (1986). The Winner's Curse and Public Information in Common Value Auctions. *The American Economic Review*, 76(5), 894–920. JSTOR.
- Kagel, J. H., & Levin, D. (2016). 9. Auctions A Survey of Experimental Research. In J. H. Kagel & A. E. Roth (Eds.), *The Handbook of Experimental Economics, Volume Two*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400883172-010>
- Klemperer, P. (1998). Auctions with almost common values: The 'Wallet Game' and its applications. *European Economic Review*, 42(3), 757–769. [https://doi.org/10.1016/S0014-2921\(97\)00123-2](https://doi.org/10.1016/S0014-2921(97)00123-2)
- Klemperer, P. (1999). *Auction Theory: A Guide to the Literature* [Microeconomics]. University Library of Munich, Germany. <https://econpapers.repec.org/paper/wpawuwpmi/9903002.htm>
- Klemperer, P. (2002a). What Really Matters in Auction Design. *The Journal of Economic Perspectives*, 16(1), 169–189. JSTOR.
- Klemperer, P. (2002b). What Really Matters in Auction Design. *The Journal of Economic Perspectives*, 16(1), 169–189. JSTOR.
- Klemperer, P. (2019). *Product-Mix Auctions* (SSRN Scholarly Paper ID 3372866). Social Science Research Network. <https://papers.ssrn.com/abstract=3372866>
- Koontz, S. R., & Ward, C. E. (2011). Livestock mandatory price reporting: A literature review and synthesis of related market information research. *Journal of Agricultural & Food Industrial Organization*, 9(1).
- Luco, F. (2019). Who Benefits from Information Disclosure? The Case of Retail Gasoline. *American Economic Journal: Microeconomics*, 11(2), 277–305. <https://doi.org/10.1257/mic.20170110>

Ménard, C. (2018, October 26). *Market Transparency in Food Supply Chain: Goals, Means, Limits* [Text]. EU Science Hub - European Commission.
<https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/market-transparency-food-supply-chain-goals-means-limits>

Milgrom, P. (1981). Rational Expectations, Information Acquisition, and Competitive Bidding. *Econometrica*, *49*(4), 921–943.

Milgrom, P. R., & Weber, R. J. (1982). A Theory of Auctions and Competitive Bidding. *Econometrica*, *50*(5), 1089–1122. JSTOR. <https://doi.org/10.2307/1911865>

Møllgaard, H. P., & Overgaard, P. B. (2001). *Market transparency and competition policy* (Working Paper No. 6–2001). Working paper.
<https://www.econstor.eu/handle/10419/208446>

OECD. (2014). *Competition Issues in the Food Chain Industry*. 489.

Perry, J., MacDonald, J. M., Nelson, K., Hahn, W., Arnade, C., & Plato, G. (2005). Did the Mandatory Requirement Aid the Market? Impact of the Livestock Mandatory Reporting Act. *Livestock, Dairy, and Poultry Outlook, (LDPM-13501)*, 46.

Raith, M. (1996). A General Model of Information Sharing in Oligopoly. *Journal of Economic Theory*, *71*(1), 260–288. <https://doi.org/10.1006/jeth.1996.0117>

Riley, J. G., & Samuelson, W. F. (1981). Optimal auctions. *The American Economic Review*, *71*(3), 381–392.

Rothschild, M., & Stiglitz, J. (1978). 17 - EQUILIBRIUM IN COMPETITIVE INSURANCE MARKETS: AN ESSAY ON THE ECONOMICS OF IMPERFECT INFORMATION In P. Diamond & M. Rothschild (Eds.), *Uncertainty in Economics* (pp. 257–280). Academic Press.
<https://doi.org/10.1016/B978-0-12-214850-7.50024-3>

Spence, M. (1978). Job market signaling. In *Uncertainty in economics* (pp. 281–306). Elsevier.

Stiglitz, J. (2017). *The Revolution of Information Economics: The Past and the Future* (No. w23780; p. w23780). National Bureau of Economic Research.
<https://doi.org/10.3386/w23780>

Stiglitz, J. E. (1989). Chapter 13 Imperfect information in the product market. In *Handbook of Industrial Organization* (Vol. 1, pp. 769–847). Elsevier.
[https://doi.org/10.1016/S1573-448X\(89\)01016-2](https://doi.org/10.1016/S1573-448X(89)01016-2)

Thaler, R. H. (1988). Anomalies: The Winner's Curse. *Journal of Economic Perspectives*, 2(1), 191–202. <https://doi.org/10.1257/jep.2.1.191>

Troyan, P. (2017). Collusion and signaling in auctions with interdependent values. *Journal of Economic Theory*, 170, 319–345. <https://doi.org/10.1016/j.jet.2017.05.010>

van den Berg, G. J., van Ours, J. C., & Pradhan, M. P. (2001). The Declining Price Anomaly in Dutch Dutch Rose Auctions. *The American Economic Review*, 91(4), 1055–1062. JSTOR.

van Engelen, A., Malope, P., Keyser, J., & Neven, D. (2013). *Botswana Agricultural Value Chain Project Beef Value Chain Study*. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). <http://www.fao.org/sustainable-food-value-chains/library/details/en/c/263198/>

Vickrey, W. (1961). Counterspeculation, Auctions, and Competitive Sealed Tenders. *The Journal of Finance*, 16(1), 8–37. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1961.tb02789.x>

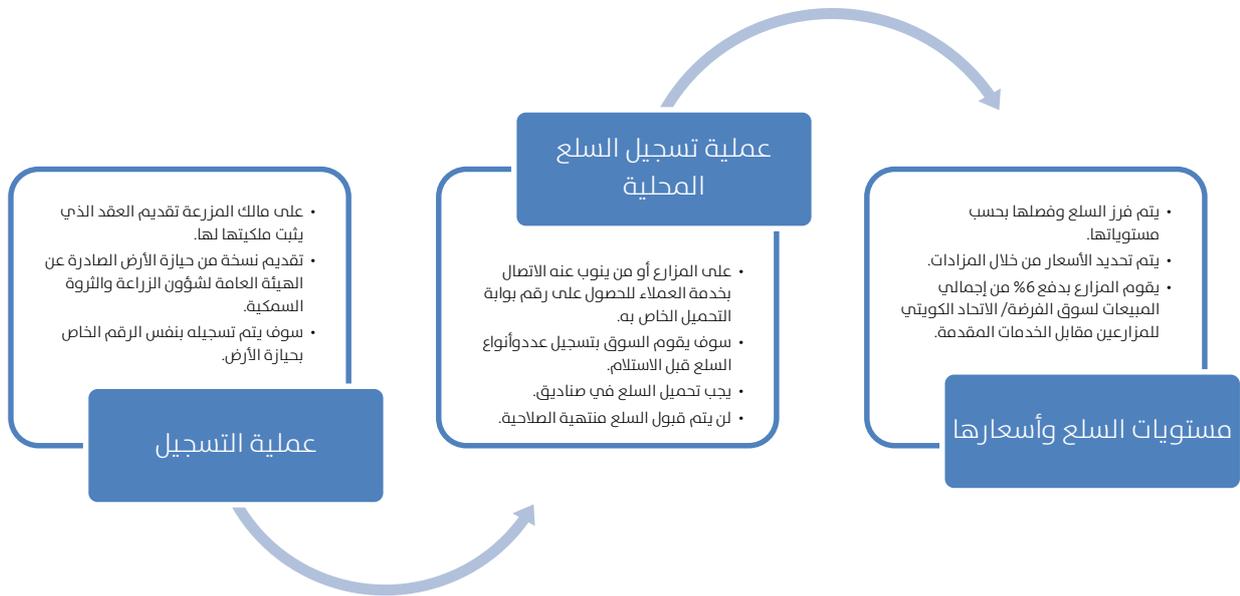
Vives, X., & Kuhn, K.-U. (1995). *Information exchanges among firms and their impact on competition*. Office for Official Publication of the European Communities.
<http://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/90fa6d91-de13-4c87-be75-ccb175427a61>

Webber, C. M., & Labaste, P. (2009). *Building Competitiveness in Africa's Agriculture: A Guide to Value Chain Concepts and Applications*. The World Bank.
<https://doi.org/10.1596/978-0-8213-7952-3>

الملحق الأول: الاستغلال التجاري لمزادات السلع المحلية

تدعم الكويت إنتاج الفواكه والخضروات. حيث توفر الحكومة الأراضي وتملكها وتدعم المعدات والسولار والمبيدات الحشرية والبذور والأعلاف الحيوانية. وتعتمد مبالغ الدعم على حجم الإنتاج. إلا أنه يبدو أن هناك قضايا عالقة لم تحسم بشأن ربحية المزارع وهدفها الاقتصادي. في السنوات القادمة، قد تكون هناك حاجة لتقييم المستقبل التكنولوجي للمزارع وتنظيمها الصناعي (بمعنى التغيير الجذري في هيكل السوق).

يشارك في المزادات فقط الكويتيون الذين يقومون بزراعة ما لا يقل عن 20٪ من الأراضي المخصصة لهم، حيث يكون المشترون من المستهلكين وتجار الجملة المحليين. لا يوجد عدد محدد للمشاركين في السوق. وتتبع منتجات المزاد عملية تسجيل وفرز كما في الشكل الموضح أدناه:



في عام 2019، شكلت وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل لجنة بالاشتراك مع كل وزارة التجارة والصناعة والاتحاد الكويتي للمزارعين والهيئة العامة لشؤون الزراعة والموارد السمكية لحل مشاكل المزارعين المحليين. حيث تم التخطيط لوضع نظام إلكتروني من قبل وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل ليربط بينها وبين الاتحاد الكويتي للمزارعين واتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لتسهيل عملية شراء وبيع السلع المحلية إلى الجمعيات التعاونية. حيث تقوم الجمعيات التعاونية بتحديد طلباتها الأسبوعية أو اليومية ثم إرسالها إلى اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية، الذي بدوره سيرسلها إلى الاتحاد الكويتي للمزارعين ومن ثم يقوم الاتحاد الكويتي للمزارعين بالدفع للموردين مباشرة.

الملحق الثاني: شفافية السوق

هناك مفاضلة بين شفافية السوق وخطر تسهيل التواطؤ. حيث يمكن لشفافية السوق مساعدة الشركات على الوصول إلى نقطة محورية، والأهم من ذلك تحديد الانحرافات بصورة آنية⁵⁷. وهذه نقطة رئيسية حيث أن العنصرين الرئيسيين للحفاظ على التوازن التواطئي هما القدرة على الكشف عن الانحرافات في الوقت المناسب ومصداقية وشدة العقوبة؛ فالكشف عن الانحرافات في الوقت المناسب يزيد من شدة التدبير الانتقامية من خلال خصم الخسائر المستقبلية مقابل الأرباح قصيرة الأجل الناتجة عن الانحرافات (موتا ، 2003).

قد تكون زيادة مخاطر التواطؤ إحدى التكاليف الناشئة عن زيادة معلومات السوق التي يجب مراعاتها عند تصميم أنظمة معلومات السوق. حيث يمكن أن تؤدي المعلومات العامة إلى حدوث تنسيق بين الشركات؛ هذا الخطر يكون أعلى في الأسواق المعيبة التي يوجد بها حواجز أمام الدخول؛ وعليه، قد تصبح الأسواق أقل قدرة على المنافسة⁵⁸. قدم (موتا) عام 2003 مناقشة شاملة للعوامل التي تسهل التواطؤ. وتبحث معظم المؤلفات آثار تقاسم المعلومات من منظور البائعين في سوق معينة؛ وعادة ما تهمل الآثار (العوامل الخارجية) في الأسواق المعنية.

يعتبر **التركز العالي** أحد العناصر التي تسهل التواطؤ من خلال تقليل المكاسب المتوقعة من الانحرافات. والسبب هو أن الأرباح قصيرة الأجل التي يمكن أن تحققها الشركات عن طريق الانحراف صغيرة بسبب أن حصة الشركة في السوق مرتفعة بالفعل؛ ومن المرجح أن يتم تعويضها بالخسائر المتركمة في حالة اكتشافها من قبل المنافسين. وعندما تكون الشركات متماثلة (أو متطابقة)، يرتبط التركيز عكسياً ولكن بشكل مباشر مع عدد المنافسين في السوق. فكلما زادت الشركات غير المتماثلة (أو المتنوعة)، مع افتراض ثبات العوامل الأخرى، قل احتمال التواطؤ، حيث أن الشركات المتماثلة لديها حوافز أكثر انسجاماً (أو تطابقاً) (حوافز للانحراف / القدرة على العقاب).

⁵⁷ تم تقديم المصطلح لأول مرة من قبل (Schelling 1960).

⁵⁸ قام كل من Wardg Koontz عام 2011 بدراسة المؤلفات الخاصة بآثار زيادة الشفافية في الولايات المتحدة بعد فرض الإبلاغ الإلزامية لأسعار سوق الماشية، بما في ذلك أثر ذلك على تسهيل التواطؤ. حيث كانت النتائج متفاوته وتعتمد بشكل كبير على سمات محددة لكل نموذج. ومع ذلك، فإن عدن كفاية الأدلة قد يتم تبريره أيضاً بحقيقة أن الإطار القانوني لم يخلق الكثير من التباين، لأن نظام معلومات السوق القائم على الإبلاغ الطوعي كان موجوداً بالفعل.

عندما تكون الشركات متماثلة، يكفي الاتصال البسيط قبل التشغيل للوصول إلى التنسيق. يشير كروفورد وسوبل (1982) إلى أنه كلما كانت الشركات أكثر تنوعاً (من حيث التكاليف، عدم تجانس المنتجات، وما إلى ذلك مما يؤدي إلى عوائد مختلفة)، يكون عامل الاتصال ما قبل التشغيل أقل قوة في تسهيل التواطؤ. تحتاج الشركات في الواقع إلى حل مشكلة التنسيق ومشكلة المساومة. يوضح فارل (1987) أنه مع وجود صراع صغير، لا تؤدي جولات الاتصال المتكررة (اللانهاية تقريباً) إلى إزالة خطر فشل التنسيق تماماً. والقصد من ذلك هو أن فشل التنسيق ينشأ لأن الاتصال غير المتماثل يكون غير موثوق به. (الرسائل لا تعتبر ذاتية الإشارة)⁵⁹. ولكن ما يعيق التواطؤ حول عدم تجانس الشركات هو أن هناك عدم يقين بشأن المردود الفعلي للشركات الأخرى (أي أن هناك معلومات غير متماثلة حول عدم التجانس: كل شركة تعرف أن لديها إشارة خاصة لا يمكن ملاحظتها للشركات الأخرى)⁶⁰. علاوة على ذلك، كلما قل عدد المنافسين، كان من الأسهل العثور على نقطة محورية للتواطؤ.

هناك نتيجة أخرى غير مقصودة لزيادة معلومات السوق في الأسواق الضعيفة فعلياً هي أنها قد تؤدي إلى مزيد من التركيز. فقد يكون باستطاعة الشركات المطلعة استغلال المعلومات بشكل أفضل من نظرائها أو من المنافسين؛ وسواء كان ذلك بسبب التواطؤ أو لتكامل المعلومات، فقد تكون النتيجة زيادة حالة عدم تماثل المعلومات سوءاً (Ménard, 2018).

بدون **حواجز الدخول**، لا يمكن الحفاظ على نتيجة التواطؤ. حيث تنجذب الشركات الوافدة الجديدة إلى الأرباح العالية: فإذا اختارت شركة وافدة جديدة عدم التواطؤ وحددت سعراً منخفضاً، فسوف ينهار التوازن التواطؤي لتجنب خسارة حصتها السوقية؛ وسيكون الدخول مربحاً حتى تصبح الأسعار أعلى من المستوى التنافسي؛ وبالتالي، حتى إذا التزمت الشركات الجديدة بالتوازن التواطؤي، فإن هذا التوازن سينهار عاجلاً أم آجلاً حيث يقلل الدخول من التركيز ويزيد من حوافز الانحراف. ونتيجة لذلك، فإن عدم وجود حواجز أمام الدخول من شأنه أن يقلل من احتمال حدوث التواطؤ. ومع ذلك، قد يتم ردع الدخول عن طريق التهديد برد فعل من الشركات المتواطئة على غرار الانتقام الذي قد يحدث لمعاكبة الانحرافات.

⁵⁹ يمكن الاطلاع على مراجعة للمساهمات الرئيسية في (Buccirosi, 2008).

⁶⁰ (Vives & Kuhn, 1995), p. 47.

التفاعلات المتكررة بين نفس المشاركين في السوق تسهل من التواطؤ. تعتبر هذه الميزة نموذجية للأسواق الزراعية، حيث تحدث المعاملات كثيرة التكرار، خاصة إذا كانت القيمة المتداولة في كل حالة صغيرة نسبياً. تسهل الاجتماعات المتكررة في الأسواق من إيجاد الترتيبات المثلى (فيما يتعلق بالأسعار أو مشاركة السوق) من خلال التواطؤ الضمني؛ يمكن للشركات أن تتعلم من الإشارات المتبادلة أو تلتزم فقط بالوضع الراهن أو بالعادات (مثل تحديث الأسعار فقط عندما يكون هناك تغيير في التكاليف أو الأساسيات الأخرى). وينطبق ذلك على أسواق المزادات على سبيل المثال.

يمكن للملكية المشتركة للشركات المنافسة المحتملة أن تسهل التواطؤ الصريح أو الضمني. قد تتبع الشكل الأقل ضمناً للتواطؤ ببساطة من حقيقة أنه غير مربح من وجهة نظر المالك المشترك الذي تتنافس فيه الشركات بقوة.

قوة المشتري هي قوة تعويضية لتقليل حوافز التواطؤ من قبل البائعين. قد يجبر المشتري الكبير الاتحاد الاحتكاري على الانقسام عن طريق التهديد بالشراء من موردين بديلين أو من الشركات الوافدة الجديدة أو من خلال التكامل مع سوق المنبع. علاوة على ذلك، قد يقلل المشتري الكبير من استدامة التوازن التواطؤي من خلال تركيز طلباته وتقديمها على فترات أكبر؛ ويمكنه الشراء من خلال المزادات لخفض الأسعار. وبالتالي فإن وجود مشتريين كبار يقلل من مخاطر شفافية السوق، عندما يكون الخطر هو تواطؤ البائعين. وعندما يكون الغرض من زيادة الشفافية هو حماية صغار المزارعين أثناء المعاملات مع المشتريين الأكثر تركّزاً، فمن الواضح أن العكس هو الصحيح: فليس لدى المزارعين القدرة على المساومة التعويضية لهزيمة التواطؤ من جانب المشتري المركز، طالما أن الشفافية تجعله أكثر احتمالية.

ترتبط **مرونة الطلب** عكسياً بمستوى سعر التواطؤ، أي حجم الأرباح الناتجة عن التواطؤ. كلما زادت مرونة الطلب كلما اقترب سعر التواطؤ من السعر التنافسي (وقل الضرر من التواطؤ). بشكل عام، تعمل كثرة المعلومات على جعل الطلب أكثر حساسية لفروق الأسعار (Møllgaard & Overgaard, 2001) وعلى هذا النحو ينبغي أن تكون مفيدة. فيما يتعلق باحتمالية التواطؤ، فإن الآثار غامضة، حيث تزيد مرونة الطلب العالية من حوافز الانحراف وشدة الخسائر من الانتقام. ورد في الدراسة المقدمة من قبل (Møllgaard & Overgaard, 2001)، بما أن الشفافية تزيد من توقيت العقوبة، فقد تكون التأثير الأجمالي عبارة عن انخفاض الرفاهية في أسواق احتكار القلة. لزيادة الشفافية تأثير إيجابي ثابت يؤدي إلى مزيد من المنافسة في جانب الطلب (حيث تزيد من الأرباح الناتجة عن الانحرافات، ومن شدة العقوبة بشكل متماثل)؛ ومع ذلك، ينشأ تأثير ديناميكي سلبي حيث تزيد الشفافية من احتمالية تحديد الانحرافات عن الاتفاقات التواطؤية واحتمالية العقاب من قبل المنافسين (وبالتالي الخسائر المتوقعة). أي من التأثيرين المهيمنين يعتمد على خصائص السوق: عندما تكون أسواق احتكار القلة شفافة تماماً (مركزة ومتماثلة للغاية)، يجب أن تكون سياسات الإفصاح عن المعلومات العامة حذرة لأن الشفافية قد تسهل الاكتشاف السريع أكثر من اللازم؟ بل على العكس، عندما تكون الأسواق مجزأة، قد تساعد الشفافية في

انسياب الأسواق دون الإضرار بالعملاء. لا يأخذ التحليل في الاعتبار مكاسب الرفاه من انخفاض تكاليف البحث للمشتريين أو القضاء على التشوهات التخصيصة في الأسواق المعنية.

من منظور الأسواق الزراعية والمزارعين كونهم أضعف جوانب السوق، ينبغي عكس النقاش حول مرونة الطلب إلى مناقشة حول مرونة العرض والتركز النسبي. قد تؤدي زيادة الشفافية إلى الإضرار بالمزارعين إذا هيمن التأثير الديناميكي الذي تم التحقيق فيه بواسطة (Møllgaard & Overgaard، 2001). إن المعروض من المنتجات الزراعية غير مرن (كما ذكر من قبل، بمجرد تخطيط المحاصيل وبدء الإنتاج، لا يمكن عكسه؛ الأغذية قابلة للتلف؛ تعتمد الاتحادات الاحتكارية في سوق الماشية على حقيقة أن ربحية تسويق الماشية تنخفض مع تقدم عمر الحيوانات).

تعتبر النظرية الاقتصادية أكثر غموضاً فيما يتعلق بكيفية اختلاف احتمال التواطؤ مع (في) حالة استقرار الطلب، وصدمة الطلب غير المتوقعة وغير المترابطة، وتجانس المنتجات. بالنسبة للعنصر الأخير، فإن أحد الأسباب التي تجعل عدم التجانس يقلل من استدامة الاتحادات الاحتكارية هو أنه مع وجود العديد من الأصناف قد يكون من الصعب فرض الترتيب التواطؤي حيث يصعب اكتشاف الانحرافات.

من الواضح أن نوعية المعلومات التي تسهل غالباً التواطؤ هي بيانات محددة خاصة بالشركات أو بيانات تسمح للشركات بالاستدلال على سلوك المنافسين. التواصل البسيط بشأن النوايا أقل إثارة للقلق من البيانات المادية (مثل البيانات التاريخية والحالية)؛ والواقع أن هذا النوع الثاني فقط يمثل تبادلاً للمعلومات⁶¹. عادة ما تعتبر جميع البيانات المفصلة حساسة (الأسعار؛ الكميات، التكاليف، السعة؛ الطلب أو ظروف السوق الأخرى)⁶². نظراً لأن المعلومات الفردية يمكنها المساعدة في الحفاظ على التوازن التواطؤي، فإن السلطات العامة التي ترغب في تطبيق شفافية السوق تواجه مشكلة تتعلق بالسرية عند نشر البيانات: فقط البيانات التي لا يمكن أن

⁶¹ يمكن للمعلومات المتعلقة بتكاليف الشركات الفردية أن تساعد في التواطؤ عندما تكون الشركات غير متماثلة وعندما تتبع قاعدة تسعير التكلفة بالإضافة إلى زيادة السعر.

⁶² يناقش (Motta) / 2003 الأدلة التي تثبت أنه حتى عندما تتمكن الشركات من مراقبة مبيعاتها فقط (الإشارات الخاصة)، فقد ينشأ التواطؤ (طالما أن عامل الخصم المستقبلي مرتفع بما فيه الكفاية). السمة الغريبة هي أنه في كل مرة يلاحظ فيها انخفاض المبيعات، ستبدأ أي شركة حرب أسعار، وهو تهديد يمنع الغش ولكن لا يمكنه تجنب الأخطاء غير المريرة (بمعنى أن يكون التواطؤ غير فعال). تعتبر الدراسة المقدمة من قبل (Porter & Green) / 1983 أحد هذه النماذج، حيث لا تلتزم الشركات إلا بسعر السوق، ولا تكون متأكدة من طلب السوق. يوضح بورتر (1983) أن المعلومات بشأن الطلب تحسن من نتائج التواطؤ. من الواضح أن هذا التوازن أقل احتمالاً أن يحدث في القطاعات التي تكون فيها تقلبات الطلب متكررة، كما هو الحال في قطاع الغذاء.

تُنسب إلى الشركات الفردية يمكن نشرها بشكل عام بينما لا يمكن للبيانات المجمعة حل مشكلة السرية في الأسواق الضعيفة. تشير العديد من المساهمات في الكتابات التي وردت في (Motta 2003) إلى تجميع البيانات عند الطلب مما يسهل التواطؤ أيضًا، طالما أنها تسمح بتمييز تخفيضات المنافسين عن انخفاضات الطلب في القطاع: ينطبق ذلك عندما تقلل المعلومات المستمدة من خلال الإشارات العامة (أو تبادل المعلومات) من عدم اليقين في الطلب⁶³. من المؤكد أن تبادل البيانات المفصلة يكون أكثر فاعلية للوصول إلى نتيجة تواطئية وإنفاذها. فتجميع البيانات يجعل الإفصاح عن البيانات الموثقة أقل فاعلية للمساعدة على التواطؤ؛ ومع ذلك، لا يوجد أي من أحدهما مناسب، فجميع الإجابات بشأن مستوى تجميع البيانات الخاصة بمنتجات والمناطق الجغرافية والوقت تعد أفضل توازن لجنبي مكاسب الكفاءة من شفافية السوق وتجنب مخاطر التواطؤ المتأصلة. يعتمد التوازن على العديد من خصائص السوق التي تم استعراضها في هذا القسم. وبالتالي، ينبغي أن تكون سياسة الإفصاح حذرة في هذا الصدد. كما يعتمد على طريقة تبادل المعلومات: قد لا تضمن بعض الأطراف الأخرى (مثل الاتحادات التجارية) السرية الكافية. فما قد يهم هو المعلومات الخاصة مقابل المعلومات العامة، كما هو موضح أدناه.

تركز معظم المؤلفات بشأن المعلومات والتواطؤ على آثار المعلومات المشتركة بين الشركات. تشير كل من المساهمات النظرية والتجريبية إلى أن المخاوف المذكورة أعلاه ذات صلة بشكل عام بالإعلانات "الخاصة"، أي عندما يتم الكشف عن البيانات بين الشركات ولكن لا يلاحظها عملاء الشركات. على العكس من ذلك، عندما يتم الكشف عن البيانات من خلال "الإعلانات العامة"، وبالتالي يتم ملاحظتها تمامًا من قبل العملاء، وهنا تعتبر شفافية الأسعار مفيدة بشكل عام، حيث يتخذ العملاء اختيارات أكثر استنارة (أي اختيار أفضل صفقة تحفز المزيد من المنافسة) وهذا التأثير يهيمن على آثار التواطؤ (موتا 2003).

لذلك، هناك فرق رئيسي بين المعلومات الخاصة والمعلومات العامة، والتي تعود بنا أيضًا إلى قضية تكاليف البحث. قد تكون المعلومات العامة مفيدة في الواقع في الأسواق التي توجد بها معلومات وفيرة، ولكن هذه المعلومات إما أن تكون خاصة، أو محتفظ بها من قبل أطراف أخرى والوصول إليها مكلف، كما هو الحال في مزودي البيانات (فكر في بيانات أجهزة المسح). ومع ذلك، تجدر الإشارة إلى أنه يجب استيفاء شرط معين: وهو أن يتمكن العملاء فعلياً من استخدام المعلومات العامة بفعالية لاتخاذ قراراتهم الشرائية: وقد يعتمد ذلك إما على كثافة البحث والمهارات وقوة المساومة وكيفية تحديد الأسعار في القطاع وما هي الأبعاد الأخرى التي

⁶³ توجد مناقشة لمساهمات مختلفة في (Ménard، 2018).

تعكسها الأسعار (مثل الجودة، والظروف التعاقدية، وما إلى ذلك) وما إذا كانت الشفافية تمتد إلى هذه الأبعاد أيضًا بحيث تكون الأسعار مفيدة. هناك مساهمة حديثة مقدمة من قبل (Luco، 2019) الذي وجد أن تنفيذ الكشف العلني لأسعار الشركات في قطاع البنزين في المناطق التي يكون فيها بحث العملاء نشطاً يقلل من هوامش الشركة وتشتت الأسعار؛ بينما يحدث العكس في المناطق التي يكون فيها بحث العملاء منخفضاً. يزداد التأثير المؤيد للمنافسة بالنسبة للكشف عن المعلومات بشكل أكبر كلما بحث العملاء بشكل أكثر نشاطاً، ويمكنه تعويض التأثير المؤيد للتواطؤ في تسهيل المراقبة على الجانب الآخر من السوق. تتوافق النتائج التي توصلت إليها الدراسة المقدمة من قبل (Luco، 2019) مع الدراسات التجريبية التي تبين أن خفض تكاليف البحث من خلال الكشف عن الأسعار، يقلل من تشتت الأسعار.

الملحق الثاني: 1. الشفافية دون تعزيز التواطؤ

يواجه المنتجون الزراعيون تعقيداً متزايداً أيضاً لأن الأسواق المتدفقة من بوابة المزرعة تُظهر درجة عالية من التركيز ونقص الشفافية. ونتيجة لذلك، يواجه المنتجون الزراعيون المتفرقون تركيزاً كبيراً في صناعة التجهيز وعلى مستوى البيع بالتجزئة ويفتقرون إلى الوصول إلى المعلومات المتعلقة بالظروف الحقيقية للطلب في السوق.

لذلك، من جهة، هناك حاجة للسماح للمنتجين الزراعيين بتبادل المعلومات والتعاون فيما بينهم بغرض تعزيز الاستقرار والإنتاجية والكفاءة. وهناك حاجة لمنح المزارعين المزيد من الشفافية والوصول النافع إلى المعلومات الخاصة بالأسواق المتوسطة والنهائية على طول السلسلة الغذائية. تقديم المزيد من المعلومات من جانب المزارعين سيكون مفيداً لأنه سيخفض تكاليف البحث بالنسبة للمزارعين. وسيسمح بالتغلب على عدم تناسق المعلومات الذي يترجم إلى عيب في المفاوضات مع نظرائهم الأكثر استنارة في المعاملات.

هناك نوعان من المخاطر من زيادة شفافية السوق:

- بالإضافة إلى تحفيز مزيد من النمو من جانب المزارعين، قد يؤدي المزيد من المعلومات أيضاً إلى نتائج تواطؤية أكثر احتمالاً بين المزارعين. ومع ذلك، عندما يكون مستوى تجزئة الإنتاج الزراعي مرتفعاً (خاصة بالنسبة للجانب المقابل من السوق)، فإن هذا الخطر يكون أقل إثارة للقلق. وكما هو موضح في المناقشة في الجزء الأول من هذا القسم، تعتبر القضية الرئيسية في السلسلة الغذائية هي قوة المشتري.

- من ناحية أخرى، فإن المستوى العالي من التركيز في الأسواق المتوسطة يجعل الشفافية أكثر مخاطرة. فالتركز العالي قد يسهل التواطؤ في هذه الأسواق، مما سيؤثر سلباً على بوابة المزرعة في النهاية. في الواقع، في حالة وجود عدم تناسق في المعلومات، قد تكون الشركة الأكثر اطلاعاً في وضع أفضل لاستغلال المعلومات من الشركة الأقل اطلاعاً.

المطلوب هو أن تقوم شفافية السوق بإفادة الجانب الأضعف في الأسواق، للتصدي لقوة المشتري على مستوى بوابة المزرعة. تحقيقاً لهذه الغاية، يجب إتاحة جميع المعلومات للجمهور وهذه هي النقطة الأساسية الأولى. من المرجح أن يؤدي الكشف العلني، كما تمت مناقشته في الدراسات، إلى خفض تكاليف البحث وتمكين سلوك البحث، مما يعوق الآثار السلبية المحتملة من وجهة نظر التواطؤ.

تعتبر المعلومات المخصصة المتعلقة بالسعر والكميات الخاصة بالشركة أكثر فاعلية في دعم التواطؤ الضمني أو الصريح ويجب تجنبها. وبدلاً من ذلك، يجب الإبلاغ عن المعلومات المجمعة عن الأسعار والمبيعات. كما يجب أن يكون مستوى التجميع حسب المنتجات والوقت بحيث لا يسمح بتحديد الإحصاءات الفردية حول الأداء السابق والحالي.

ما برز أيضاً من أجل التغلب على عدم تناسق المعلومات هو أن الأسعار لا تتسم بجزارة بالمعلومات؛ إذن فهناك حاجة أيضاً إلى معلومات بشأن الجوانب التعاقدية العديدة للمفاوضات وشرح الأسعار.

آخر جانب مهم هو تجنب التأثير غير المقصود للمعلومات التي تعزز عدم تناسق المعلومات، بدلاً من تخفيفها. يجب أن تكون المعلومات متاحة بطريقة وتنسيقات تجعلها مفيدة وتستخدم بالفعل. فيجب أن تكون فعالة في اتخاذ خيارات مدروسة بشكل متساوٍ على جانبي السوق؛ وفقط في هذه الحالة سيكون لها أثر تعويضي لأي اختلال لصالح كفاءة السوق. لذلك، إذا كان من المرغوب فيه المزيد من شفافية السوق، فينبغي أن يكون الوصول إلى المعلومات موثقاً وسهلاً ومجانياً ومرتباً، مما يجعلها متاحة أيضاً بتنسيقات جاهزة للاستخدام للمحللين غير المحترفين.

الملحق الثالث: بعض قضايا المنافسة في أسواق المواد الغذائية

قضية الفلفل البارد (هولندا)

فرضت الهيئة الهولندية للمستهلكين والأسواق (ACM) في عام 2012 غرامة قدرها 14 مليون يورو على ثلاث تعاونيات لمزارعي الفلفل الرومي وشركة مبيعات لمشاركتهم في اتحاد احتكاري لتحديد الأسعار في الفترة بين مايو 2006 وفبراير 2009. في وقت المذالفة، كانت التعاونيات الثلاثة تخدم حوالي 40٪ من السوق الوطنية المعنية (160 مليون يورو من قيمة التداول في عام 2010). لفت انتباه الهيئة الهولندية للمستهلكين والأسواق هذا الاتحاد الاحتكاري حيث قدم أحد أعضاء الاتحادات الاحتكارية طلب التساهل واستوفى جميع المتطلبات بموجب إرشادات التساهل الهولندية.

بعد التحقيق الذي استمر لأكثر من عام، أقرت الهيئة الهولندية بأن الشركات المعنية كانت تحافظ على أسعار بيع الفلفل الرومي مرتفعة، عن طريق أنشطة الاتحاد الاحتكاري. كان

الاتفاق يهدف، على وجه الخصوص، إلى تحديد الحد الأدنى لأسعار البيع اليومية والأسبوعية. بالإضافة إلى ذلك، اتفق الطرفان على عدم استهداف عملاء بعضهما البعض بشكل نشط، والتلاعب بالأسعار في المزاد. وبما أن الاتحاد الاحتكاري قد تشكل على مستوى سوق الجملة، فقد عانى تجار التجزئة والمستهلكون في نهاية المطاف من أضرار ناجمة عن ارتفاع الأسعار. وقد تم تسهيل تنفيذ هذا الاتحاد الاحتكاري من خلال وكيل عمليات مشترك، تم تخريمه في نهاية المطاف. لم تتلق الشركة التي تقدمت ببرنامج التساهل أي غرامات في نهاية الدعوى، في حين تم تخريم الشركتين الأخريين اللتين شاركتا في اتفاقية التواطؤ بعقوبة مالية قدرها 7 ملايين يورو.

قضية لحوم البقر (فرنسا)

في أبريل 2003، فرضت المفوضية الأوروبية غرامة على ستة اتحادات تعمل في قطاع لحوم الأبقار في فرنسا بسبب انتهاك قانون المنافسة. اعتبرت الممارسات المنسقة اتفاقات بشأن الحد الأدنى لأسعار المفاوضات مع تجار التجزئة وبشأن تقييد الاستيراد من دول الاتحاد الأوروبي الأخرى⁶⁴.

مثّلت أربعة من الاتحادات المزارعين، بينما تصرف الاثنان الآخران نيابة عن الجزائريين. بدأ الاتحاد الاحتكاري في أكتوبر 2001 باتفاق مكتوب بين الاتحادات واستمر سرا بعد التحذيرات التي أصدرتها المفوضية. وقد كانت هذه هي الحالة الأولى في تاريخ الاتحاد الأوروبي التي يعاقب فيها المزارعون على انتهاك قانون المنافسة.

في البداية، برر المزارعون والجزائريين سلوكهم وضمنوا اتفاقهم على أنه اتحاد أزمة. ففي فترة انخفاض استهلاك اللحوم بسبب التغييرات في تفضيلات المستهلكين، بدءاً من أكتوبر 2000، انخفض الطلب على اللحوم في الاتحاد الأوروبي بشكل كبير نتيجة لانتشار مرض التهاب الدماغ الإسفنجي البقري (جنون البقر) (BSE) في العديد من الدول الأعضاء. وبالتالي، استجاب المزارعون للدخول في الاتفاق الأفقي بهدف استقرار السوق، وفرض قيود على واردات مرافق التجهيز وزيادة أسعار منتجاتها في أسواق المنبع.

⁶⁴ انضمت إلى القضيتين رقم T 217/03 ورقم T 245/03، متاحة على الرابط التالي:

<http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=en&jur=C,T,F&num=T-217/03&td=All>

دافع المزارعون عن سلوكهم التواطئي معتبرين أنه "اتحاد أزمة". مبررين بأنه تم تم تشكيله إزاء الصدمة السلبية التي أثرت على السوق، وأن الاتفاق لم ينتج عنه أي تأثير ذي صلة في السوق، وأنه يعتبر من بين الممارسات المسموح بها من قبل الاتحاد الأوروبي لحماية القطاع الزراعي. في نهاية المطاف، رفضت المفوضية المطالبات لكنها خفضت الغرامات بنسبة 70٪، معترفة بالسياق الاقتصادي المحدد الذي أثر بشكل خطير على المجتمع الزراعي في ذلك الوقت.

قضية الروبيان (هولندا)

في الفترة بين عامي 2000 و 2009، قامت أربع شركات تعمل بالتجارة في سوق روبيان بحر الشمال بتشكيل اتحاد احتكاري مهتم بدول أوروبية مختلفة، خاصة هولندا وألمانيا وبلجيكا. بدأ التحقيق بعد تقديم إحدى الشركات المشاركة في الاتحاد الاحتكاري طلباً على برنامج التساهل. كان الهدف الرئيسي للاتحاد تثبيت أسعار أسواق المصعب وأسعار الشراء وتقسيم السوق بين المشاركين⁶⁵.

يختلف سوق الروبيان بشكل كبير على مدار السنين، اعتماداً بشكل أساسي على الكمية التي يتم صيدها. خلال فترة المخالفة كان حجم التداول يتراوح دائماً ما بين 100 و 200 مليون يورو. عادة ما يقوم التجار بشراء الروبيان على أساس عقد الصيد أو من خلال أسواق المزاد التي تجري في هولندا. يضع التجار السعر الذي يرغبون في دفعه لشراء الجمبري ويقوم الصيادون بتخصيص صيدهم لأفضل مزايد. يُسمح للمتداولين بمراجعة عروضهم إذا قام منافس آخر بتقديم عرض أعلى. كما تنتهي بعض المفاوضات بين التجار والموزعين من خلال مناقصات. في هذه الحالات، تعمل المناقصات وفق آلية الخضم. حيث يقوم الموزعون بتوجيه دعوة لموردي الأسماك (التجار) الذين يتنافسون على تخفيض أسعار الوحدات. من حيث المبدأ، تخلق هذه التقنيات شفافية في الأسعار وتعطي أهمية أكبر لأدنى سعر تم الإبقاء عليه أخيراً. أسعار المزاد هذه معروفة للجميع ومفيدة للغاية وغنية بالمعلومات في السوق الأوروبية بأكملها. على الرغم من أن الأسواق الهولندية تستوعب حوالي 15 ٪ من إجمالي المعروض من روبيان بحر الشمال، فإن المزادات الهولندية تؤثر على السوق بأكملها حيث تعكس الأسعار المدفوعة في عقود صيد الأسماك في جميع الدول الأسعار الأسبوعية المحددة في المزادات.

⁶⁵ القضية رقم 39633 – روبيان، متاحة على الرابط التالي:

https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/39633/39633_2636_9.pdf

يتم التعبير عن سلسلة القيمة الخاصة بروبيان بحر الشمال بشكل خاص في مستويات قليلة. حيث يتواجد الصيادون في الحلقة الأولى من السلسلة. ثم يأتي التجار في الحلقة الثانية، الذين يشترون الأسماك من الصيادين الموجودين في الحلقة الأولى، ويعيدون بيعها لتجار التجزئة للاستهلاك النهائي أو الموزعين في البلدان الأوروبية المختلفة. يعتبر السوق دولياً بشكل أساسي. وعادة ما يتم إنزال الجمبري في هولندا وبلجيكا وألمانيا والدنمارك، ثم يعاد بيعه عبر الحدود من خلال التجار. تمثل شركتان من الشركات المشاركة في الاتحاد الاحتكاري حوالي 80 ٪ من إجمالي كمية روبيان بحر الشمال المباعة في أوروبا. يظهر في السوق اختلافات هيكلية واضحة. فمن ناحية، يعمل عدد كبير من الصيادين في قطاع الصيد. بينما من ناحية أخرى، يتركز التداول بين عدد صغير جداً من التجار، الذين يقومون بدورهم بالتوريد لعدد كبير نسبياً من تجار التجزئة أو الموزعين عبر العديد من البلدان الأوروبية. تساهم هذه البيئة في تزويد التجار بقوة مساومة شديدة.

تم اكتشاف أن الشركات المتورطة في الاتحاد كانت تقوم بشكل مستمر بتبادل المعلومات بشأن استراتيجياتها في المزادات وتحديد الأسعار لتجار التجزئة والموزعين. ووفقاً للمفوضية، فإن الممارسة الرئيسية كانت عبارة عن ممارسات تواطؤية تم تنفيذها على حساب تجار التجزئة والموزعين. قامت الشركات بمشاركة المعلومات لتنسيق الأسعار في المزادات والحفاظ على الأسعار المرتفعة على أن يتم تحصيلها من تجار التجزئة والموزعين. كما تبادلوا معلومات تفصيلية عن عقد الصيد من أجل تنسيق عروض أسعارهم للصيادين. كان مستوى المعلومات المشتركة مفصلاً ومستمرًا للغاية، نظراً للتكرار الأسبوعي للمزادات والتغيرات في الكميات المتاحة. كما قامت الشركات بالتنسيق بشأن حصص السوق على المستوى الأوروبي ووافقت على عدم التنافس مع بعضها البعض. في النهاية، اتفقوا على تقييد دخول منافسين محتملين آخرين إلى السوق. وقد أظهرت الأدلة التي تم جمعها في التحقيقات أن الشركات المعنية أقنعت الوافدين الجدد بعدم دخول قطاع التجارة. حيث أقنع أعضاء الاتحاد الاحتكاري الوافدين المحتملين بالبقاء خارج قطاع التجارة مع وعد بتقديم عقود توريد وتوزيع ميسرة، مدعين أن المنافسة الأعلى كانت ستجعل جميع الجهات الفاعلة أسوأ حالاً. فوفقاً لوجهة نظرهم فعلياً، فإن زيادة المنافسة في قطاع التجارة من شأنه أن يرفع السعر المدفوع للصيادين بينما يقلل من أسعار إعادة البيع النهائية المطبقة على تجار التجزئة والموزعين.

قضية منتجات الألبان (فرنسا)

شاركت إحدى عشرة شركة منتجة لمنتجات الألبان الطازجة في اتحاد احتكاري طويل الأمد وتمت مقاضاته في فرنسا. حيث استمر هذا الاتحاد خمس سنوات على الأقل، بدءاً من ديسمبر 2006 وحتى فبراير 2012. تم التصديق على خرق المادة 101 من معاهدة آلية عمل الاتحاد الأوروبي من قبل هيئة حماية المنافسة الفرنسية (Autorité de la concurrence) بعد إجراء تحقيق عقب تقديم

شركتان من الشركات المعنية بطلب التساهل (القرار 15-D-03 الصادر عن هيئة حماية المنافسة الفرنسية)66.

إنتاج الحليب هو النشاط الزراعي السائد في الاتحاد الأوروبي، وهو أول منطقة تصدير في العالم، حيث يمثل إنتاج فرنسا 17٪ من إجمالي الحليب الأوروبي الذي يشتريه قطاع تصنيع الألبان (القرار 15-D-03). بعد الزيادة الكبيرة التي حدثت بين عامي 2007 و 2008، شهد سعر الحليب تقلباً كبيراً مع اتجاه هبوطي عام على مدى السنوات التالية، حتى نهاية عام 2011. على الرغم من وجود آليات فرنسية وأوروبية تسمح للمزارعين بإحداث اختلافات سلبية في أسعار الحليب، إلا أنه لا يوجد أي جهاز من هذا النوع لدى مصنعي منتجات الألبان الذين يجب أن يتواكبوا مع أي زيادات في سعر مدخلاتهم الرئيسية. وتقع شركات تصنيع منتجات الألبان في وسط سلسلة التوريد. حيث يشترون مدخلاتهم الأساسية من منتجي المواد الخام (المزارعون بشكل رئيسي)، ويبيعون إنتاجهم من خلال دوائر التوزيع بالتجزئة الكبيرة والمتوسطة (أي محلات السوبر ماركت)، والتي تمثل حوالي 90 ٪ من إجمالي الطلب (وتمثل خمس مليارات يورو من حيث العوائد في عام 2013). بينما يتم استقبال الجزء المتبقي من الطلب على منتجات الألبان الطازجة من قبل المطاعم والفنادق وخدمات توريد الأغذية والمستشفيات والشركات الصغيرة مثل المخازن أو الكيانات الأخرى في قطاع تجهيز الأغذية. بدءاً من عام 2010، مر هذا القطاع بعملية اندماج عميقة سمحت للمصنعين بتحمل ارتفاع أسعار الحليب بشكل أفضل وتعزيز قوتهم في مواجهة هذه محلات السوبر ماركت. يركز تصنيع منتجات الألبان في فرنسا الآن حول أربع شركات خاصة كبرى ومجموعات تعاونية، ومن خلال سلسلة من المصانع الثانوية الأصغر حجماً. وعادة ما يتم تسويق منتجات الألبان الطازجة إما تحت العلامة التجارية للشركات المصنعة أو تحت العلامات التجارية الخاصة (أي المنتجات التي يتم تسويقها بالاسم التجاري المشار إليه من المتجر الذي تباع فيه). بالنسبة للمنتجات التي يتم تسويقها تحت العلامة التجارية للشركات المصنعة، فإن المصنعين والموزعين يتفوقون من خلال مفاوضات ثنائية على أسعار الجملة، والخصومات، ورسوم العرض والترويج. بينما تتبع المنتجات التي يتم بيعها تحت علامات تجارية خاصة للبيع بالتجزئة مخطط مفاوضات مختلف يتخذ عادةً شكل المناقصات التي تعقدها الشركات في قطاع البيع بالتجزئة، والتي تقوم في النهاية بإرساء الطلب إلى أفضل مزاييد.

⁶⁶ القرار 15-D-03 المؤرخ 11 مارس 2015 بشأن الممارسات المطبقة في قطاع منتجات الألبان الطازجة. متاح على الرابط التالي:

<https://www.autoritedelaconurrence.fr/en/decision/decision-15-d-03-11-march-2015-practices-implemented-fresh-dairy-products-sector>

يختص الاتحاد الاحتكاري المعني فقط بمنتجات الألبان الطازجة التي يتم تسويقها تحت علامات تجارية خاصة، وبالتالي تم استثناء قطاع المنتجات ذات العلامات التجارية للشركات المصنعة من نطاق المنتجات المتنازع عليها.

وقد أظهرت الأدلة التي تم جمعها في التحقيقات أن الاتفاق التواطئي بين منتجي الألبان قد أخذ في الاعتبار التنسيق بشأن زيادة الأسعار عبر السنوات، والتلاعب في عملية المزايدة الخاصة بالعديد من مزادات الشراء. تم تنفيذ عمليات تبادل المعلومات والتنسيق الاستراتيجي خلال فترة الخرق بفضل التنظيم المتكرر للاجتماعات المتعددة الأطراف، أو من خلال المكالمات المباشرة وتبادل رسائل البريد الإلكتروني.

كان إنشاء نظام تعويض بين الشركات ذو أهمية خاصة في هذه الحالة. حيث تم استخدام هذا النظام كجهاز لتقاسم السوق بقصد الحفاظ على حجم مبيعات وعائدات الشركات المصنعة ثابتة على مدار الوقت. بمعنى أنه إذا استقبلت إحدى الشركات عملاء أو زاد حجم مبيعاتها على حساب شركة أخرى، فيجب تمكين الشركة التي تكبدت خسائر من استردادها لها بمجرد توفر فرصة جديدة. وقد أظهرت التحقيقات أنه تم في الواقع استخدام عدة مناقصات خاصة لتطبيق نظام التعويض. في العديد من الظروف، كانت الشركات تتفق مسبقاً على الفائز، أي الشركة التي اضطرت إلى استرداد حصصها السوقية أو عوائدها. وكان الفائز المحدد مسبقاً يبلغ المشاركين الآخرين بعرضه، ومن ثم يقوم بدوره بتقديم أعلى العروض ما يسمح له بالفوز.

قضية كومبوت الفاكهة (فرنسا)

في عام 2019، عاقبت هيئة المنافسة الفرنسية ("FCA") اتحاداً احتكارياً وطنياً بين مصنعي كومبوت الفاكهة الرئيسيين، والذي استمر من أكتوبر 2010 إلى يناير 2014. حيث تم إبلاغ هيئة المنافسة الفرنسية عن هذا الاتحاد من قبل إحدى الشركات التي شاركت فيه والتي تقدمت بطلب التساهل. وتفاوتت العقوبات من مبالغ تتراوح ما بين أقل قليلاً من 2 مليون يورو إلى 16 مليون يورو. بينما لم تتلق الشركة التي تقدمت ببرنامج التساهل أي غرامات. هذا الاتحاد كان يتضمن سبع شركات.

جميع الشركات كانت تعمل في السوق الوطنية لكومبوت الفاكهة. كانوا يحصلون على الثمار من المزارعين ومواد التعبئة والتغليف من شركات أخرى. كان المنفذ الرئيسي لمنتجي الكومبوت هو قناة التوزيع عن طريق محلات السوبر ماركت. تم بيع بعض المنتجات تحت اسم ما يطلق عليه "العلامات التجارية المميزة" أو العلامات التجارية الوطنية، بينما تم بيع جزء آخر من الإنتاج تحت علامة تجارية خاصة لبائعي التجزئة، والتي يتم تصنيع منتجاتها من قبل شركات القطاع. وعادةً ما يقوم بأعو التجزئة بإطلاق مناقصات لاختيار الموردين الذين يصنعون منتجاتهم القائمة على الكومبوت والتي يضعون عليها علاماتهم التجارية الخاصة. وكانت قناة التوزيع الثانية لإنتاج كومبوت الفاكهة هي الموزعين المتخصصين الذين يخدمون قطاع التجهيزات الغذائية،

وخاصة المطاعم والفنادق والمستشفيات. كما حصل هؤلاء الموزعون عمومًا على إمدادات من الشركات المصنعة من خلال مناقصات ثم قاموا بتزويد عملائهم.

كان الاتحاد يغطي جزءًا مهمًا جدًا من السوق الوطنية. حيث كان يقوم بتوريد حوالي 90٪ من المنتجات ذات ملصقات العلامات التجارية الخاصة بتجار التجزئة وتوريد 100٪ من المنتجات لموزعي الخدمات الغذائية. وتبين أن الشركات المشاركة في الاتحاد قامت بتبادل معلومات بشأن نواياها في المزادات وتنسيق زيادات الأسعار والتوصل إلى اتفاقات بشأن حصص السوق. حيث قامت اتفقت الشركات، على وجه الخصوص، على تقديم عطاءات في مزادات مختلفة وعدم التنافس مع بعضها البعض على نفس المزاد. كما وثقت التحقيقات وجود أنظمة تعويض بين الشركات تسمح لها بالحفاظ على حصص ثابتة في السوق. فإذا حصلت إحدى شركات الاتحاد الاحتكاري على أحجام مبيعات على حساب شركة أخرى، اشترط الاتحاد الاحتكاري أن تقوم الشركة الخاسرة باسترداد حصتها من خلال الفوز بالمزادات المتاحة.

عمل الاتحاد بشكل فعال حيث تبادلت الشركات معلومات مفصلة عن أسعارها وتكاليفها وهوامشها وأحجام مبيعاتها. كما قاموا بالتنسيق مع بعضهم البعض بشأن استراتيجيات المزادات وبشأن مبررات زيادة الأسعار. يعتبر كومبوت الفاكهة في قطاع التوزيع بالتجزئة وفي قطاع هوريكا من السلع ذات المواصفات الموحدة بدرجة كبيرة. وبالتالي، من وجهة نظر تجار التجزئة والموزعين، كان من المفترض أن تزيد المزادات من أرباحهم إلى أقصى حد من خلال إرساء الطلبات على أفضل المزايدين. إلا أن ما حدث من تبادل للمعلومات والتنسيق من قبل المصنعين كان له آثاراً عكسية.

كان لشفافية سوق المصعب – بشأن السعر النهائي الذي يفرضه تجار التجزئة على المستهلكين على سبيل المثال – الدور في تمكين شركات الاتحاد الاحتكاري من تحقيق جزء مناسب من هوامش ربح تجار التجزئة.

قضية مزادات شراء الحليب لتوريده للمدارس (أمريكا)

ما بين مايو عام 1988 وسبتمبر عام 1993، رفعت إدارة مكافحة الاحتكار بوزارة العدل الأمريكية 106 دعوى في 14 ولاية مختلفة بسبب خرق المادة الأولى من قانون شيرمان. وقد تم اتهام الأطراف المعنية بالتلاعب بالمزادات لتوريد الحليب للمدارس الحكومية. حيث أدينت 45 شركة و49 فرداً بما مجموعه 46 مليون دولار كغرامات، وبمتوسط 180 يوماً في السجن لعدد 26 شخصاً. يتم تنظيم سوق الحليب عادة على مستويات مختلفة من سلسلة التوريد. أولاً، المزارعون الذين ينتجون الحليب الخام ويبيعونه للمصنعين ومنتجي الألبان والتعاونيات التي تستحوذ معاً على حوالي 75٪ من إجمالي المعروض. ثم يقوم المصنعون في المستوى الثاني من سلسلة التوزيع ببيع منتجاتهم مباشرة إلى قطاع البيع بالتجزئة (البقالات ومحلات السوبر ماركت) أو الموزعين بالجملة. يتميز سوق الألبان بالتدخل القوي للحكومة في الولايات المتحدة، وخاصة من حيث

مراقبة الأسعار. في الواقع، هناك العديد من اللوائح الفيدرالية التي تحدد الحد الأدنى لأسعار الحليب الخام والحد الأقصى لأسعار إعادة بيع المنتجات النهائية.

اشترت الإدارات التعليمية لطلابها مجموعة من المنتجات المختلفة من منتجي الألبان. تنوعت المنتجات من الزبادي إلى المشروبات المنكهة أو العصائر أو الشوكولاتة، وكانت إلى حد كبير مختلفة على نحو سيئ بين مقدمي الخدمات. بينما كان الجزء الأكبر من المشتريات عبارة عن عبء كرتونية نصف لتر من الحليب الأبيض الكامل أو قليل الدسم.

كانت الإدارات التعليمية تفتح عادة موسم العطاءات كل عام خلال فصل الربيع لتخصيص إمدادات منتجات الألبان للسنة الدراسية التالية. وكانت الدعوة للعطاءات تحتوي على وصف تفصيلي للعقود مع معلومات تتعلق بقائمة المدارس التي سيتم التوريد إليها ومدة العقد وجدول التسليم والكمية المطلوبة لكل منتج مطلوب. شارك منتجو الألبان عادة في أكثر من مناقصة عامة وكان لديهم في المتوسط شهر واحد لإعداد وتقديم عطاءاتهم المختومة (Pesendorfer, 2000). بالنظر إلى أن عقود الحليب بشكل عام كانت تشكل ما يقرب من 5٪ إلى 15٪ من إجمالي عائدات الأعمال، فقد كانت الشركات تميل إلى المشاركة في العطاءات لخدمة المدارس الواقعة في مناطق جغرافية تهمها، حيث كان لديها بالفعل أعمال قائمة، وتخدم محلات البقالة وتجار التجزئة الذين كانوا يمثلون الجزء الأكبر من أعمالهم (Lanzillotti, 1996). قبل الصيف، عادة في مايو أو يونيو، كان يتم الكشف عن العطاءات والهويات للجمهور، وعن أفضل عرض فائز بالعقد. وفي نهاية المطاف، يمكن للمشاركين في المزاد تقديم عرض لا يليب الطلب بأكمله في الإدارة التعليمية من حيث كمية أو نطاق المنتجات الموردة. وفي مثل هذه الحالات، يمكن تقسيم العقد بين أفضل مقدمي العروض المختلفين.

في هذا الإطار، بالنظر إلى أن المنتجات كانت متجانسة للغاية وتمثل بدائل لبعضها البعض وأن الكمية كان يتم تحديدها من جانب الطلب، كان يمكن للشركات التنافس حصرياً على الأسعار، وهذا من ناحية. من ناحية أخرى، كانت الكمية المطلوبة غير مرنة للغاية، شريطة أن تكون المدارس ملزمة بتوزيع منتجات الألبان للطلاب ولا يمكنها استبدالها بمنتجات ذات طبيعة مختلفة. علاوة على ذلك، كان منتجو الألبان يتشاركون نفس التكلفة والهيكل التنظيمي إلى حد كبير، الأمر الذي يواجهه معه مقدمو العطاءات قدرًا أقل من عدم اليقين المحيط بتقييمات المنافسين، إلى جانب أن مجموعة المعلومات التي يعتمد عليها مقدمو العروض تكون شائعة إلى حد كبير. اتفق العديد من الاقتصاديين وخبراء القانون على حقيقة أن مثل هذه الخصائص في السوق يمكن أن تعطي أرضية خصبة لنشأة اتفاقات تواطئية. بالإضافة إلى ذلك، ساهمت الأنظمة المؤسسية المتعلقة بأسعار الحليب الخام والمصنع وإمكانية استكمال العطاءات بين منتجي الألبان في تسهيل الاتفاقات التواطئية الضمنية بين المشاركين في المناقصة (Lanzillotti, 1996).

كشفت تحقيقات هيئة المنافسة الأمريكية في الواقع عن وجود العديد من حالات الاتفاقات غير القانونية بين الشركات لتوريد منتجات الألبان في المدارس الحكومية. وقد تأكدت

الهيئة من وجود هذه الاتحادات الاحتكارية في أكثر من 15 ولاية. وقد اعتمدت المخططات الخاصة بتنفيذ مثل هذه الاتفاقات التواطؤية بشكل أساسي على تقاسم السوق أو المدفوعات الجانبية. ففي الحالة الأولى، اتفقت الشركات على تقاسم كمية أو نطاق المنتجات التي كان يجب على كل شركة تقديمها. وفي الحالة الثانية، اتفق منتج الألبان على الشركات التي كان عليها أن تفوز بالعقد وعلى أسعار هذا العقد، مع دفع تعويض مالي لأعضاء الاتحاد الآخرين لامتناعهم المزايدة أو لتقديم عطاءات خاسرة. كما تبنت شركات الألبان أيضًا نظام التناوب في تقديم العطاءات، بحيث يمكن لكل شركة مصنعة المشاركة في العطاء في عام واحد ولكن يجب أن تمتنع عن تقديم عطاءات في العام التالي. وعملت آليات التواطؤ هذه بكفاءة للإبقاء على ارتفاع العطاءات وذلك على حساب مدارس المنطقة التعليمية.

لحوم البقر (أستراليا)

في عام 2016، بدأت هيئة المنافسة والمستهلك الأسترالية (ACCC) في دراسة شاملة حول أداء سوق لحوم الأبقار الداخلية⁶⁷. بدأت الدراسة بعد شكاوى عديدة من الجهات الفاعلة في السوق، وخاصة المزارعين. حيث أثبتت مخاوف خطيرة بشأن هيكل وتنظيم السوق. في الواقع، لاحظت هيئة المنافسة والمستهلك الأسترالية كيف أمكن التفتت المرتفع للمزارعين في مواجهة التركيز العالي لقطاعي التصنيع والتجزئة من تهديد المنافسة العادلة في السوق. على وجه الخصوص، قامت هيئة المنافسة بتسليط الضوء على عدم وجود نظام عام وشفاف للإبلاغ عن الأسعار من أجل توفير معلومات للمفاوضات على مختلف مستويات سلسلة التوريد ووجود سلوكيات ضارة بالمنافسة، وخاصة الاتفاقات الأفقية بين المشترين في المزادات. ومن ناحية شفافية الأسعار، لم يتم تسجيل العديد من المفاوضات المتعلقة بالمواشي بشكل صحيح، وبالتالي لم يكن من السهل الوصول إليها من قبل الجمهور المعني. كما وجدت هيئة المنافسة أنه في كثير من الأحيان تم الإبلاغ عن أسعار المعاملات بشكل غير متسق، وفي بعض الحالات، كانت غير مكتملة بالنسبة لأنواع الماشية التي كان يتم تداولها. وكان غياب البيانات الواضحة والشفافة بشأن الأسعار المعتادة مسؤولاً عن عدم تناسق معلومات السوق ولم يسمح للبائعين والمشترين باتخاذ

⁶⁷ هيئة المنافسة والمستهلك الأسترالية، دراسة سوق الماشية ولحوم الأبقار، 2018

https://www.accc.gov.au/system/files/1397_Cattle%20and%20beef%20market%20study_FA.PDF

قرارات تجارية مستنيرة. على وجه الخصوص، لم يتمكن المزارعون من استغلال مؤشرات الأسعار لتخطيط إنتاجهم وتحقيق الاستقرار في السوق.

بالنسبة للممارسات الضارة بالمنافسة، وجدت هيئة المنافسة أهمية خاصة في اعتماد مخططات التلاعب في العطاءات بين المشتريين. يتم بيع ما يقرب من نصف الماشية في أستراليا في مزادات السوق ويعتمد صغار المزارعين بشكل كبير على هذه المزادات. يلعب السماسرة دوراً رئيسياً في هذا الإطار. ونظراً لأنه يمكنهم تقديم عطاءات لعدة عملاء ويمكنهم التصرف نيابة عن البائعين والمشتريين في نفس المزاد، تظهر مخاوف جدية بشأن تضارب المصالح والعطاءات المشتركة. عادة ما تكون هذه المعلومات خاصة ومحتكرة لدى الوكلاء بينما يبقى المزارعون غير مدركين لهذه الترتيبات. كما اكتشفت هيئة المنافسة أن المشتريين غالباً ما يستغلون دور الوكلاء للتنسيق بشأن العطاءات المشتركة وتقليل المنافسة في أسواق المزاد لصالحهم. اكتشفت هيئة المنافسة أيضاً حالات تواطؤ السماسرة على أنفسهم لتنسيق مسار المزادات والاتفاق على الفائزين والأسعار قبل المزاد بوقت طويل.

ومن أجل التغلب على هشاشة السوق هذه، شجعت هيئة المنافسة والمستهلك الأسترالية جميع الجهات الفاعلة على طول سلسلة القيمة على تعزيز أنشطة كتابة تقارير جمع البيانات. حيث قامت، وعلى وجه الخصوص، بحث المصنعين والمشتريين على إتاحة شبكات أسعارهم متاحة للمزارعين. واقتُرحت أيضاً إنشاء سجل على مستوى السوق يحتوي على معلومات حول كل عملية شراء ومزاد تتم في ساحة البيع، بما في ذلك معلومات حول هوية المشتريين وحجم الماشية التي يتم شراؤها. بالإضافة إلى ذلك، طلبت هيئة المنافسة والمستهلك الأسترالية بإنشاء سجل للمشتريين في ساحات البيع العامة بحيث يمكن الوصول إليه قبل المزادات يحتوي على معلومات تفصيلية عن الوكلاء والسماسرة بالإضافة إلى هوية موكلهم، من أجل استبعاد تضارب المصالح. أدركت هيئة المنافسة والمستهلك الأسترالية أن توافر وتعميم بيانات السوق الواضحة والشفافة كان سيساهم في تحسين عمل صناعة لحوم البقر بأكملها، وخاصة المزارعين، من أجل التفاوض واتخاذ قرارات مستنيرة بشأن الإنتاج والمبيعات.

الماشية (الولايات المتحدة الأمريكية)

يعتبر سوق الماشية في الولايات المتحدة الأمريكية مثال آخر على كيف يمكن للمشتريين استغلال وضعهم المتميز في المفاوضات ضد البائعين. أولت إدارة فحص الحبوب والتعبئة والحظائر التابعة لوزارة الزراعة الأمريكية (GIPSA) اهتماماً كبيراً بقطاع تعبئة لحوم البقر منذ أواخر التسعينيات. علاوة على ذلك، في دعوى جماعية لعام 2019، رفعت مجموعة من منتجي الماشية (R-Calf) دعوى قضائية في محكمة المقاطعة الفيدرالية في ولاية مينيسوتا ضد أربع شركات رئيسية لتعبئة لحوم البقر في الولايات المتحدة لارتكابها ممارسات غير قانونية ضد مربّي الماشية.

يعتبر قطاع تربية الماشية مشتهر بشكل كبير بين العديد من المزارعين المنتشرين في جميع أنحاء البلاد. بينما على الجانب الآخر، هناك تركيز كبير في أعمال تعبئة اللحوم. أدى التطور

التكنولوجي في قطاع تعبئة اللحوم في الصناديق الكرتونية إلى تحقيق مكاسب في الكفاءة ووفورات الحجم في قطاع التجهيز من السبعينيات. في الوقت ذاته، انخفضت تفضيلات المستهلكين للحوم الحمراء بشكل كبير، مسجلة متوسط انخفاض في الاستهلاك بنسبة 40٪. ونتيجة لذلك، استحوذت شركات التعبئة الرئيسية الأربع في عام 1998 على 80٪ من إجمالي سوق الماشية الأمريكي.

يتم التعبير عن سلسلة القيمة للحوم البقر المعبأة عبر 3 مستويات. يقوم مربو الماشية بتربية الماشية وبيعها لقطاع تعبئة اللحوم. ثم تقوم شركات التعبئة بتوزيع المنتج النهائي على تجار التجزئة الكبار للاستهلاك النهائي أو الموزعين الوسطاء الذين يعيدون بيع المنتجات إلى متاجر التجزئة الصغيرة أو الشركات في قطاع (هوريك) HORECA (أي الفنادق والمطاعم والتجهيزات الغذائية). حوالي 70٪ من مبيعات الماشية من المزارع إلى شركات التعبئة تتم من خلال المزادات (Crespi وآخرون، 2004). يصف Sexton و Crespi (2004) بالتفصيل طريقة عمل وخصائص المزادات التي تعقد في ولاية تكساس بالهندل، والتي يمكن اعتبارها تمثيلية بشكل عام. يقدم أداء هذه المزادات بعض الميزات التي تميزها عن الأنواع الأخرى من المزادات. في حالة مزادات الماشية، يقدم مربو الماشية قوائم بمجموعات من الماشية المعروضة للبيع خلال كل أسبوع. حيث يقوم ممثلو شركات التعبئة بفحص هذه الماشية وتقديم العطاءات، عادةً عن طريق الهاتف أو الفاكس. تقدم العطاءات مختومة، ومن حيث المبدأ، لا تعرف شركات التعبئة من الذي قدم عطاءات بشأن مجموعات الماشية المتنوعة وبأي ثمن.

بشكل عام، تكون العطاءات صالحة على مدار اليوم الذي تقدم فيه. ومع ذلك، قد يقرر مربو الماشية عدم قبول أي من العطاءات المقدمة. فعند قبول العطاء، تقوم شركة التعبئة بالدفع والتجهيز للتوصيل إلى غرفة التعبئة على نفقتها الخاصة. يتم تصميم المزادات بحيث تكون في صالح مقدمي العطاءات الأوائل حيث أن مقدم العطاء الأول فقط يكون لديه الفرصة لمراجعة عرضه إذا قدم مزايدين آخرون عروضاً أعلى. عادة ما تقوم شركات التعبئة بتقديم عروض بقيمة دولار كامل فقط لكل حمولة قدرها مائة كجم. عملياً، يزيد هذا من حدوث عرض متساوٍ، وفي هذه الحالة، إذا تم قبول العطاء، تذهب الماشية إلى المشتري الذي قدم العرض أولاً (Crespi و Sexton، 2005).

يسمح تجانس الجودة في سلالات الماشية لشركات التعبئة المنتجة بتنويع مورديها بسهولة. وعلى الرغم من أن مربو الماشية يمكنهم حماية ماشيتهم بشهادة منشأ وطنية، إلا أنه ليس من النادر قيام شركات التعبئة بشراء الماشية في الخارج. حيث يمكن لشهادة المنشأ أن تحسن وضع المزارعين بشكل هامشي فقط. وفي الواقع، لا يولي المستهلكون النهائيون لهذه المعلومات ولا لهذه الشهادات أي اهتمام إلى حد كبير. علاوة على ذلك، لا يتمتع المزارعون من جانبهم بنفس مجموعة الخيارات في تحديد لمن يبيعون، نظراً للتركز العالي للمشتريين. وعلاوة على ذلك، يؤدي عدم الوصول المباشر إلى الأسواق النهائية فعلياً إلى تقليل قدرتهم على المساومة.

نظراً للوتيرة العالية للمزادات، فقد يظهر عدد قليل من المشترين وعدد كبير من البائعين، وأشكال التواطؤ الضمني والصريح من جانب المشترين. في هذا السوق، قد يظهر التواطؤ الضمني بسهولة من جانب المشترين. يمكن لجميع شركات التعبئة المشاركة في المزاد بكل سهولة تقييم التقدير الخاص بكل شركة في المزاد. وما يدفع التقييم الفردي لشركات التعبئة هو في الواقع السعر النهائي الذي يمكنهم فرضه على تجار التجزئة.

إلى جانب التشابه الكبير لهيكل وتنظيم والحصة سوقية لكل شركة تعبئة، فإنها تشترك أيضاً في نفس الإيرادات الهامشية تقريباً. ووفقاً لـ (Sexton و Crespi، 2005)، على الرغم من أنه لا يمكن مراقبة العطاءات المنافسة بشكل مباشر، نظراً لخصائص السوق (انخفاض عدد المنافسين وتشابههم)، "فقد تحصل شركات التعبئة على معلومات جيدة جداً عن عطاءات الآخرين من خلال أسعار المبيعات والمعلومات المقدمة من قبل أصحاب حقول التسمين"⁶⁸.

باستخدام لغة مؤلفات المزادات، يعتبر هذا السوق من الأسواق التي تهيمن فيها القيمة المشتركة على تقييمات مقدمي العطاءات (أي سعر لحوم البقر المعبأة). حيث تعتمد تقييماتهم جميعها على توقعات سعر لحوم البقر المعبأة كما يعتمدون على نفس مجموعة مؤشرات معلومات السوق. من هذا المنظور، لن تكون استراتيجية المزايدة العدوانية مربحة ولا تتوقع شركات التعبئة أن يتصرف المنافسون الآخرون بهذه الطريقة.

أنظمة المزاد ثابتة عبر جلسات تقديم العطاءات. بالإضافة إلى ذلك، تتكرر تفاعلات المشترين بدرجة كبيرة بمرور الوقت وعبر البائعين. وهذا يسهل عملية التعلم بشأن استراتيجيات المشترين الآخرين، مما يقلل من ضرورة تبادل المعلومات في كل مرة. كما يسهل العثور على مخططات التواطؤ الأمثل التي ترضي جميع الأطراف (Pesendorfer 2000). فهذا سوق سيكون من السهل فيه على الشركات مراقبة وتنفيذ الاتفاقيات، حيث أن تقارير المبيعات متاحة دائماً من خلال نظام معلومات سوق وزارة الزراعة الأمريكية (إلزامي منذ عام 2001). ومن ثم يمكن تحديد التوازن التواطؤي بشأن العطاءات بشكل ضمني ولا يتطلب الكثير من التفاعل بين الأطراف (Crespi and Sexton، 2004).

⁶⁸ (Sexton و Crespi، 2005)، الصفحة 256.

تستند الدعوى الجماعية المرفوعة من قبل مربى الماشية (R-Calf) على ديناميكيات أساسية. لا سيما، أنها اشتبهت في أن شركات التعبئة اتفقت على عدم التنافس مع بعضها البعض في نفس المزارع وتقليل الكمية الإجمالية المطلوبة من الماشية. كما أيدت الدعوى فكرة إنشاء فائض في العرض بشكل مصطنع أجبر مربى الماشية على قبول أسعار أقل.

الفاكهة والخضروات (اليونان)

بين عامي 2005 و 2011، أجرت هيئة المنافسة اليونانية (HCC) تحقيقاً قطاعياً عبر مستوى مختلف من سلسلة التوريد لسبعة منتجات زراعية مختلفة (التفاح والبرتقال والخوخ والبطاطس والطماطم والخيار والخس) 69. ولقلقها من هشاشة السوق الواضحة في هذا القطاع الاقتصادي الرئيسي، أرادت هيئة المنافسة اليونانية الوصول إلى فهم أفضل لأداء السوق وإيجاد علاجات مناسبة. حيث ركز التحقيق على هيكل سلسلة التوريد، والإطار القانوني الذي ينظم السوق، وديناميكيات الأسعار، من حيث التكوين والتباين والانتقال.

وأدرجت هيئة المنافسة اليونانية وجود أوجه القصور في هيكل سلسلة التوريد وعدم تناسق القوة السوقية بين المنتجين الزراعيين وتجار الجملة كأسباب رئيسية للتخلف في هذا القطاع. يمكن لتجزئة ملكية الأراضي وضعف منظمات المزارعين، على وجه الخصوص، ضد تجار الجملة الأكثر تركيزاً أن تمثل تهديداً خطيراً للتنمية والأداء الصحيح للمنافسة. وقد وثق التحقيق أن المنتجين الزراعيين كانوا أقل قدرة على التعامل مع تقلبات الأسعار من تجار الجملة، الذين كانوا أكثر قدرة على التأقلم السريع والانتقال إلى مستويات أخرى من الصدمات السلبية لسلسلة التوريد. وفعالياً، أكدت الدراسة الوضع الضعيف نسبياً للمزارعين مقارنة بتجار الجملة، المعترف بهم كأقوى مجموعة في سلسلة توريد الأغذية بأكملها.

تضمنت العلاجات التي اقترحتها هيئة المنافسة اليونانية حوافز لإنشاء منظمات منسقة للمنتجين، وأسواق للمزارعين لبيع المنتجات مباشرة إلى المستهلكين النهائيين ومزادات السوق لنقل الإنتاج إلى تجار الجملة. كما عززت الهيئة أشكال الزراعة التعاقدية والزراعة الخارجية والإنتاج المشترك مع ضمان مستوى مستدام من المنافسة. وأكدت أنه بإمكان منظمات المنتجين الاستفادة من تنسيق الإنتاج. إلى جانب أنه بإمكان المزارعين الوصول إلى وفورات الحجم وترشيد الإنتاج واستقرار

<http://www.oecd.org/daf/competition/GREECE-OECD-Reviews-of-Competition-Law-and-Policy-2018.pdf> and ⁶⁹

https://ec.europa.eu/competition/ecn/brief/01_2014/el_veg.pdf

السوق والعائدات. ومن وجهة نظر الهيئة، أنه ينبغي لتكرار المزادات السوقية المنظمة للمفاوضات مع تجار الجملة أن تضمن للمزارعين أسعاراً أعلى.

حبوب القمح (الهند)

يعتبر النظام الغذائي الهندي غني للغاية من حيث استهلاك القمح. على الرغم من وجود اختلافات إقليمية بين الأنظمة الغذائية الجنوبية والشرقية التي تعتمد على الأرز والأنظمة الغذائية الشمالية التي تعتمد على القمح، إلا أن القمح يستهلك بكثرة في جميع أنحاء البلاد. ويتركز إنتاج القمح في الولايات الشمالية المعتدلة وفي فصل الشتاء ويتم تقاسم الإنتاج بين عدد كبير من صغار المزارعين، وهم أول الجهات الفاعلة في سلسلة التوريد. ويعتبر قطاع الطحن أكثر تركيزاً من قطاع الإنتاج، حيث يستقبل عدد قليل من المطاحن الكبيرة معظم الإنتاج الإجمالي. وفقاً ل (Banerji and Meenakshi, 2004).

تاريخياً، كان الوجود والتدخل الحكومي مسيطراً دائماً في سوق القمح. ففي كل عام في موسم البذر، تعلن الحكومة الهندية عن الحد الأدنى لسعر الدعم (MSP) وتلتزم بشراء جميع الحبوب في حالة انخفاض أسعار السوق عن هذا السعر. ثم تقوم الحكومة بإعادة توزيعه بسعر مدعم على المواطنين للاستهلاك النهائي، أو للمطاحن والشركات في قطاع إنتاج الأغذية. يتم بيع القمح عادة من خلال المزادات العامة التي تتم في الأسواق المنظمة حيث يشارك المزارعون وأصحاب المطاحن الخاصة والتجار. في هذه الأسواق المنظمة، يتعاقد كل مزارع مع وكيل بالعمولة على سلسلة من الأنشطة للقيام بها خلال المزادات. حيث يكون الوكيل مسؤولاً عن عرض القمح ووزنه وتخزينه ليلاً إذا لم يباع، مقابل عمولة 2٪ من قيمة البيع. تتم إدارة المزادات من قبل بائع بالمزاد الرسمي الذي يحصل على عمولة بنسبة 0.8 ٪ لكل حصة مبيعة. وبالتالي، فإن وكلاء العمولة وبائعي المزادات والمزارعين يرون أنه من الأفضل حدوث زيادات كبيرة في الأسعار بحيث تكون أعلى من الحد الأدنى لسعر الدعم.

كما تهتم الحكومة أيضاً بالنتيجة ذاتها، آخذة في الاعتبار أنه إذا لم ترتفع الأسعار وظلت معظم الحبوب دون أن تباع، فعليها التدخل في عمليات الشراء الضخمة للحبوب. خلال المزادات، يجلب المزارعون حصصهم إلى السوق ويتم تقييم الجودة مباشرة على الفور من قبل المشتريين. حيث تعتمد الجودة على محتوى الرطوبة، وتمائل حجم الحبوب، ووجود مواد غريبة، ووجود حبوب غذائية أخرى في الحصة المعروضة للبيع. قبل بدء المزاد، يأخذ المشترون المهتمون كمية صغيرة من الحبوب بأيديهم ويحتفظون بها. يبدأ المزاد بالحد الأدنى لسعر الدعم MSP ثم يبدأ بائع المزاد في زيادة السعر. المشترون الذين لم يعودوا مهتمين بالفوز بالحصة المعروضة للبيع يتركونها تخرج من بين أيديهم ثم ينسحبون من المزاد. وتستمر العملية حتى انسحاب جميع مقدمي العطاءات باستثناء واحد منهم (Banerji and Meenakshi, 2004).

في هذا الإطار، لا يمكن للمشتريين التنسيق كثيراً قبل المزاد بشأن مشاركة تقييماتهم الخاصة واستعدادهم لشراء كمية محددة من الحبوب، شريطة أن يتم الكشف عن الكثير من

الكميات قبل المزادات مباشرة، وأن لا تسمح سرعة المزادات والمكان المفتوحة التي يتم إجراؤها فيها للجهات الفاعلة بتبادل المعلومات بأمان. إلا أنه من المحتمل أن يقوم أعضاء اتحاد احتكاري بالاتفاق على مخطط للتناوب، بحيث لا يتنافسون في المزاد نفسه، وبالتالي الحد من ارتفاع الأسعار، وذلك على حساب المزارعين. يعتبر عمل الاتحادات الاحتكارية مضموناً من خلال حقيقة أن التزام الحكومة بشراء الحبوب مقابل الحد الأدنى لسعر الدعم (MSP) لا يتسم دائماً بالمصادقية. ويعد القمح سلعة سريعة التلف، كما أن مرافق التخزين الحكومية تمتلك بسهولة وسرعة. غالباً ما تكون هذه المعلومات عامة وتلعب دوراً رئيسياً في تحديد قرارات أصحاب المطاحن والمزارعين في المفاوضات (Banerji et al., 2012). في هذا السياق، يمكن للمطاحن المركزة أن تنسق بسهولة على أسعار الشراء الأقل الحد الأدنى لسعر الدعم، والتي يجب على المزارعين قبولها في النهاية. علاوة على ذلك، فإن القوة التفاوضية للمزارعين منخفضة وتزيد من سهولة السلوك الاستغلالي لأصحاب المطاحن والتجار. تدخلت هيئة المنافسة الهندية عدة مرات في تاريخها مما أثار مخاوف بشأن هذه الأنواع من الاتفاقات التواطئية. ونظراً لصعوبة توثيق واكتشاف مثل هذه الاتفاقات، تظل معظم شكاوى المزارعين غير مستوفاة.

يمكن تطبيق قيود ممارسات التواطؤ وتحسين المنافسة بطرق مختلفة. حيث يمكن إتاحة بيانات عن الطلب الفعلي والمقدر على الحبوب للمزارعين، ومن ثم يمكنهم استغلال هذه المعلومات لتعديل إنتاجهم، دون الحاجة إلى تدخلات حكومية في عمليات الشراء الضخمة من العرض الزائد.