

Research Article

اقتصاديات انتاج وتسويق تقاوي محصول القمح في مصر

محمد جابر عامر¹، عبد الباقي موسى الشايب²، رانيا احمد محمد²، لمياء ابراهيم الرفاعي^{3*}

¹ قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة الزقازيق.

² قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة طنطا.

³ الإدارة المركزية لفحص واعتماد التقاوي، وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، طنطا.

* Correspondence: lamyaaelrefaey@gmail.com

Article info: -

- Received: 14 September 2025

- Revised: 7 October 2025

- Accepted: 16 October 2025

- Published: 23 October 2025

الكلمات المفتاحية:

تقاوي القمح، الكفاءة التسويقية، الميزانية المزرعية، هامش المنتج، الهامش التسويقي.

المخلص العربي:

استهدف البحث دراسة اقتصاديات تقاوي القمح، بالإعتماد علي بيانات ثانوية منشورة وبيانات أولية من عينة ميدانية إجمالي حجمها 80 مشاهد تضمنت 30 مزارع لإنتاج التقاوي، 17 شركة إنتاج منها 3 حكومية و3 موزعين، 20 محلات تجارية للتقاوي، 10 منافذ بيع حكومية، وغطي الإشتباان موسم 2024. واستخدمت الدراسة نموذج تحليل الميزانية المزرعية لقياس الربحية والتكاليف لمرحلتى الإنتاج والتسويق، وتوزيع جنيه المستهلك، وتقدير معامل الكفاءة التسويقية. أشارت نتائج البحث إلي أنه بالرغم من أن كمية التقاوي المعتمدة لا تغطي في متوسط فترة الدراسة إلا حوالي 42.9% من المساحة المزروعة بالمحصول إلا أن هناك 20% منها مرتدة، وبالتالي فإن متوسط الكمية الموزعة لا تغطي سوى 33.18% من مساحة القمح المزروعة كمتوسط للفترة (2011-2024)، أي أن هناك عجز كبير في التقاوي المعتمدة، وقد متوسط تكاليف إنتاج طن تقاوي بحوالي 8949 جنيه، وتمثل تكاليف الإيجار (إيجار المثل) حوالي 47% من هذه التكاليف وهي تكاليف ضمنية حيث الحيازة ملك. وقد سعر بيع الطن باب مزرعة بحوالي 15330 جنيه أي هناك صافي ربح موجب محفز للتوسع في النشاط، وبلغ هامش المنتج حوالي 41.6% من سعر بيع الطن باب مزرعة. ويتبين وجود ثلاث قنوات تسويقية أهمها المزارع المتعاقد لإنتاج التقاوي ← شركة إنتاج خاصة ← تاجر تجزئة ← المزارع النهائي وغطت تلك القناة حوالي 74.4% من حجم إنتاج التقاوي بعينة الدراسة، يليها المتعاقد ← شركة حكومية ← منافذ بيع حكومية ← المزارع النهائي والتي غطت 14.8%، وأخيرا متعاقد ← شركة خاصة ← موزع ← تجزئة ← مزارع نهائى وغطت 10.8% من الإنتاج. ومن توزيع جنيه المستخدم فإن نصيب المزارع قدر بحوالي 59.4% زاد إلي 64% في حالة التعاقد مع شركات حكومية لإختزال مرحلة التجزئة، بينما الشركات تراوح نصيبها من 32.8% إلي 37.4%، وأفضل تلك القنوات هي التعاقد مع شركات الحكومة والتي توفر التقاوي بأقل من السعر بحوالي 7.2% لذلك فإن الكفاءة التسويقية كانت أفضل في القناة الثالثة وقدرت بحوالي 51%، وقدرت في القناة الأولى والثانية 46.1%، وهي كفاءة منخفضة.

المقدمة

يعد قطاع الزراعة أحد القطاعات الرئيسية في المقتصد المصري، والذي يلعب دورا كبيرا في تحقيق الأمن الغذائي، حيث قدر الناتج المحلي الزراعي بنحو 0.966 تريليون جنيه عام 2024 يمثل نحو 13.71% من الناتج المحلي الإجمالي والبالغ نحو 14 تريليون جنيه، وتسهم الصادرات الزراعية بنحو 13.3% من إجمالي الصادرات المصرية خلال نفس العام، ويعمل في هذا القطاع نحو أكثر 25% من القوى العاملة (4).

وتعد المحاصيل الحقلية الشتوية المجموعة الزراعية الأهم في هيكل الزراعات المصرية حيث تمثل المساحة المزروعة بهذه المجموعة أكثر من 67% من المساحة الزراعية المصرية والمقدرة بـ 11.4 مليون فدان، ويأتي محصول القمح في مقدمة هذه المجموعة حيث قدرت المساحة المزروعة بالقمح بحوالي 3.4 مليون فدان عام 2024 تمثل حوالي 44% من المساحة المزروعة بالمحاصيل الحقلية الشتوية والمقدرة حوالي 7.7 مليون فدان (6)، هذا إلي جانب أهميته الغذائية، فهو المحصول الغذائي الأول علي مستوي العالم ويلعب دور كبير في تحقيق الأمن الغذائي في مصر، وتعتمد مصر علي الإنتاج المحلي منه والواردات في سد الإحتياجات الغذائية حيث تمثل الواردات منه نحو 67% من إجمالي الكمية المستهلكة عام 2024 (4). ويعتبر إنتاج التقاوي وتسويقها من العوامل المؤثرة علي إنتاج محصول القمح حيث تؤثر جودة التقاوي ومدى توفرها وأسعارها علي مدى استخدامها ونسبة تغطيتها للمساحة المزروعة وبالتالي الإنتاجية وإجمالي الإنتاج والواردات ومن ثم نسبة الإكتفاء الذاتي وحجم الواردات والتي تنعكس علي كمية العملة الأجنبية اللازمة لدفع قيمة فاتورة الواردات فيه مما يؤثر علي الميزان الغذائي والتجاري لمصر.

مشكلة البحث

منذ تطبيق برنامج التحرير الإقتصادي في قطاع الزراعة عام 1987/86 والذي كان من أهم مكوناته تحرير أسواق المدخلات والمخرجات الزراعية والغاء دعم مستلزمات الإنتاج وتشجيع القطاع الخاص والغاء القيود عليه في إنتاج وتوزيع واستيراد مستلزمات الإنتاج الزراعي والتي أهمها التقاوي المحسنة، مما أدى إلي تراجع دور الدولة

والاهتمام في هذا المجال بالدور الرقابي والتشريعي الذي يضمن مراعاة مواصفات الجودة للتقاوي والحماية من الغش أكثر من الدخول مباشرة في عمليات الإنتاج والتوزيع، مما أدى إلي عديد من المشاكل في توفير تلك التقاوي بالجودة المطلوبة والنوعية المناسبة والسعر المناسب وبالكميات الكافية لتغطية المساحات المستهدف زراعتها، والمنافسة الشديدة بين القطاع الحكومي والقطاع الخاص في تسويق التقاوي، وإرتفاع التكاليف الإنتاجية مما ترتب عليه إرتفاع ملحوظ في الأسعار، تعدد صور ومصادر الحصول علي التقاوي، وكذلك إنتشار الغش والتدليس بين تجار التقاوي.

أهداف البحث

استهدف البحث بصفة رئيسية دراسة إقتصاديات التقاوي في مرحلتى الإنتاج والتسويق من خلال تحقيق الأهداف الآتية: إنتاج تقاوي القمح وتطويرها ومصادرها ونسب التغطية للمساحات المستهدفة، هيكل تكاليف إنتاجها، تسويق التقاوي من حيث توصيف النظام التسويقي وتقدير الهامش التسويقي وفقا للمراحل التسويقية، توزيع جنيه المستخدم بين تلك المراحل كأحد مقاييس الكفاءة التسويقية وتقدير الكفاءة التسويقية، كذلك التعرف علي أهم المشاكل الإنتاجية والتسويقية لتقاوي محصول القمح ومقترحات الحل، سواء لرفع الكفاءة التسويقية أو تنمية الإنتاج.

الطريقة البحثية ومصادر البيانات

اعتمد البحث علي نوعين من البيانات أولهما بيانات ثانوية منشورة وغير منشورة من مصادر عدة منها : إحصاءات الإدارة المركزية لفحص واعتماد التقاوي التابعة لوزارة الزراعة، نشرة الإحصاءات الزراعية لقطاع الشؤون الاقتصادية بوزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، وقاعدة بيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء وثانيهما: بيانات ميدانية لعينة حجمها 80 مشاهدة تتضمن 30 مزارع من المتعاقدين مع شركات الإنتاج لتقاوي محصول القمح من قريتي طرينة، والسجاعة مركز المحلة الكبرى بمحافظة الغربية تم إختيارها وفقا للأهمية النسبية لمساحة إنتاج تقاوي القمح، وتم إختيار الزراع عشوائيا من قوائم زراع تقاوي القمح بكل قرية. وغطي الإشتباان الموسم الشتوي لعام 2024 . وتم جمع البيانات في شهري فبراير ومارس 2025. هذا

عبر مراحل السوق في نظام تسويقي معين .

كما تم تقدير الهوامش التسويقية والتكاليف التسويقية والأرباح التسويقية كمقياس للكفاءة الاقتصادية لنظم التسويق لبيان مدى تناسب حجم التكاليف مع الوظائف التي تقدمها كل مرحلة.

النتائج والمناقشة

تطور كمية تقاوي القمح المعتمدة والموزعة والمرتدة للفترة (2011 - 2024)

يتبين من جدولي (1)، (2) زيادة إجمالي إنتاج التقاوي المعتمدة زيادة معنوية خلال فترة الدراسة بمعدل نمو سنوي قدر بحوالي 5.41% من متوسط إجمالي إنتاجها خلال فترة الدراسة (2011-2024) والمقدر بحوالي 83.77 ألف طن، رافق ذلك لإجمالي التقاوي الموزعة، أي بعد خصم التقاوي المرتدة، حيث زادت أيضا التقاوي الموزعة زيادة معنوية بمعدل نمو سنوي قدر بحوالي 4.7% من متوسط إجمالي إنتاجها المقدر بحوالي 66.163 ألف طن،

وبالرغم من عدم زيادة المساحة المزروعة بزيادة معنوية، إلا أن عجز التقاوي أدى إلى إرتفاع أسعارها بزيادة معنوية إحصائيا قدرت بحوالي 14.9% من المتوسط السنوي للطن والمقدر بحوالي 8297 جنيه. حيث زاد من 3333 جنيه عام 2011 إلى حوالي 25 ألف جنيه عام 2024. أي أن كيلو جرام تقاوي قمح بلغ 25 جنيه عام 2024 من منافذ التوزيع الحكومية (من عينة الدراسة لهذا البحث بلغ سعر الطن من الشركات الخاصة حوالي 27000 جنيه).

جدول 1. تطور المساحة المزروعة وإنتاج تقاوي القمح والمعتمدة والموزعة والمرتدة وسعر الطن بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2011-2024).

السنة	القطاع الحكومي				القطاع الخاص				كمية التقاوي بالآلاف طن				السعر جنيه/ للطن	المساحة المزروعة بالآلاف فدان
	معتمد	موزع	المرتد	المرتد % من الكمية المعتمدة	معتمد	موزع	المرتد	المرتد % من الكمية المعتمدة	معتمد	موزع	المرتد	المرتد % من الكمية المعتمدة		
2011	34.371	24.371	10	29	11.653	11.653	0	0	46.021	36.024	10	21.7	3333	3001.4
2012	43.537	41.154	2.383	5.4	17.265	17.265	0	0	60.802	58.419	2.383	3.9	3500	3048.6
2013	50.992	40.603	10.389	20.3	17.965	17.965	0	0	68.957	58.568	10.389	15.1	4000	3160.7
2014	47.992	47.171	0.821	1.5	24.086	24.086	0	0	72.078	71.257	0.821	1.1	4500	3377.9
2015	51.871	48.895	2.976	5.7	15.671	21.494	5.823	26.9	73.365	64.566	8.799	11.9	5000	3393
2016	58.248	44.867	13.381	22.9	12.156	17.235	5.079	29.4	75.483	57.023	18.46	24.4	5000	3468.864
2017	60.88	43.314	17.566	28.8	24.147	34.379	10.232	29.7	95.259	67.461	27.798	29.1	5160	3353.151
2018	51.179	39.869	11.31	22.1	28.728	39.893	11.165	27.9	91.072	68.597	22.475	24.6	7333	2921.715
2019	46.506	37.194	9.312	20	26.71	36.427	9.717	26.6	82.933	63.904	19.029	22.9	7333	3156.835
2020	46.506	21.26	25.246	54.2	22.154	41.953	19.799	47.1	88.459	43.414	45.045	50.9	7500	3134.947
2021	41.164	39.14	2.024	4.9	23.331	43.656	20.325	46.5	84.82	62.471	22.349	26.3	7500	3418.855
2022	43.829	17.118	26.649	60.8	22.0201	40.615	18.6	45.7	84.444	39.138	45.305	53.6	11000	3419.437
2023	69.158	61.426	7.732	11.18	47.338	47.338	0	0	116.495	108.764	7.731	6.6	20000	3291.994
2024	70.369	70.170	0.199	0.28	56.501	62.215	5.714	9.18	132.584	126.671	5.913	4.45	25000	3415.848
المتوسط	51.185	41.182	9.999	19.53	24.980	32.583	7.603	23.33	83.769	66.163	16.964	20.25	8297	3254.518

المصدر: جمعت وحسبت من: 1 - وزارة الزراعة، واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعي، نشرة الإحصاءات الزراعية، أعداد مختلفة

2 - وزارة الزراعة، واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعي، سجلات إدارة الإحصاء، بيانات غير منشورة

3 - وزارة الزراعة، واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعي، إحصاء التقاوي، بيانات غير منشورة

جدول 2 . نتائج التقدير الإحصائي للاتجاه العام لتطور المساحة المزروعة وإنتاج تقاوي القمح والمعتمدة والموزعة والمرتدة وسعر الطن بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2011-2024).

م	المتغير التابع	Y^t=a+bxt		المتوسط	معدل التغير السنوي %	R2	F
		a	b				
1	إجمالي كمية التقاوي بالآلاف طن	49.811 ** (7.932)	4.528 ** (6.139)	83.769	5.41	0.759	37.692**
2	إجمالي كمية التقاوي الموزعة بالآلاف طن	42.890 ** (3.487)	3.103 * (2.148)	66.163	4.7	0.278	4.613*
3	السعر جنيه/طن	1079.462- (0.490-)	1250.204 ** (4.830)	8297	14.9	0.666	23.328**
4	المساحة المزروعة بالآلاف فدان	3122.275 (32.346)	17.632 (1.555)	3254.518	-	0.410	2.419

القيم بين الأقواس تعبر عن قيم ت الحسوبة. * معنوي عند 0.05. ** معنوي عند 0.01.

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الجدول رقم (1)

تطور تغطية التقاوي المعتمدة والموزعة المساحة المزروعة لمحصول القمح للفترة (2011 - 2024)

يتبين من جدولي (3،5) أن متوسط إجمالي المساحة المغطاة بالتقاوي المعتمدة والمقدرة بـ 1.363 مليون فدان، تلك المساحة تمثل 42.8% من متوسط إجمالي المساحة المزروعة بالقمح خلال فترة الدراسة، أي أن هناك 56.2% من مساحة القمح التي تزرع بتقاوي غير معتمدة يوفرها المزارع. ورغم هذا العجز إلا أنه يوجد في المتوسط حوالي 20.8% من متوسط كمية التقاوي المعتمدة مرتدات، أي لا تستخدم

للزراعة في نفس الموسم، والمتبقي هي التقاوي الموزعة والمفترض استخدامها فعلاً، وكما يتضح من جدولي (4،5) أن المساحة المغطاة بالتقاوي الموزعة تزداد زيادة معنوية إحصائياً، حيث قدر متوسط معدل النمو السنوي بالتقاوي الموزعة والبالغة حوالي 4.7% من متوسط المساحة المغطاة وهي 1.102 مليون فدان كمتوسط للفترة (2011-2024). هو ما يشير إلى زيادة نسبة التغطية من 20% فقط عام 2011 من إجمالي المساحة المزروعة إلى حوالي 61% من المساحة الكلية عام 2024، إلا أن المتوسط السنوي للفترة لا تتجاوز نسبة التغطية عن 33.18%، وهو ما يشير إلى عجز كبير في التقاوي.

جدول 3. تطور مساحة القمح المزروعة (ألف فدان) بالتقاوي المعتمدة (ألف طن) في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (2011 - 2024).

السنة	القطاع الحكومي			القطاع الخاص			الإجمالي	
	معتمد	المساحة	للمساحة % المغطاة من إجمالي مساحة القمح المزروعة	معتمد	المساحة	للمساحة % المغطاة من إجمالي مساحة القمح المزروعة	معتمد	المساحة
2011	34.371	572.85	19.06	11.653	194.22	6.47	46.026	767.1
2012	43.537	725.62	23.80	17.265	287.75	9.44	60.802	1013.37
2013	50.992	849.87	26.89	17.965	299.42	9.47	68.957	1149.29
2014	47.992	799.87	23.68	24.086	401.43	11.88	72.078	1201.3
2015	51.871	864.52	25.47	21.494	358.23	10.56	73.365	1222.75
2016	58.248	970.8	27.99	17.235	287.25	8.28	75.483	1258.05
2017	60.88	1014.7	30.26	34.379	572.98	17.09	95.259	1587.65
2018	51.179	852.98	29.19	39.893	664.88	22.76	91.072	1517.87
2019	46.506	775.1	24.55	36.427	607.12	19.23	82.933	1382.22
2020	46.506	775.1	24.73	41.953	699.22	22.30	88.459	1474.32
2021	41.164	686.07	20.07	43.656	727.6	21.28	84.82	1413.67
2022	43.829	730.42	21.36	40.615	676.92	19.79	84.444	1407.4
2023	69.158	1152.63	35.01	47.338	788.97	23.97	116.495	1941.58
2024	70.369	1172.817	34.33	62.215	1036.917	30.35	132.584	2209.733
المتوسط	51.185	853.096	26.21	32.583	543.065	16.69	83.769	1396.165

المصدر: جمعت وحسبت من: 1 - وزارة الزراعة، واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعي، نشرة الإحصاءات الزراعية، أعداد مختلفة

2 - وزارة الزراعة، واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعي، سجلات إدارة الإحصاء، بيانات غير منشورة

3 - وزارة الزراعة، واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، الإدارة المركزية لفحص وإعتماد التقاوي، بيانات غير منشورة

جدول 4. مساحة القمح المزروعة (ألف فدان) بالتقاوي الموزعة (ألف طن) في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (2011 - 2024).

السنة	القطاع الحكومي			القطاع الخاص			الإجمالي	
	موزع	المساحة	للمساحة % المغطاة من إجمالي مساحة القمح المزروعة	موزع	المساحة	للمساحة % المغطاة من إجمالي مساحة القمح المزروعة	موزع	المساحة
2011	24.371	406.18	13.53	11.653	194.22	6.47	36.024	600.4
2012	41.154	685.9	22.49	17.265	287.75	9.44	58.419	973.65
2013	40.603	676.72	21.41	17.965	299.42	9.47	58.568	976.14
2014	47.171	786.18	23.27	24.086	401.43	11.88	71.257	1187.61
2015	48.895	814.92	24.02	15.671	261.18	7.69	64.566	1076.1
2016	44.867	747.78	21.56	12.156	202.6	5.84	57.023	950.38
2017	43.314	721.9	21.53	24.147	402.45	12	67.461	1124.35
2018	39.869	664.48	22.74	28.728	478.8	16.39	68.597	1143.28
2019	37.194	619.9	19.64	26.71	445.17	14.10	63.904	1065.07
2020	21.26	354.33	11.30	22.154	369.23	11.78	43.414	723.57
2021	39.14	652.33	19.08	23.331	388.85	11.37	62.471	1041.18
2022	17.118	285.3	8.34	22.02	367	10.73	39.138	652.3
2023	61.426	1023.77	31.10	47.338	788.97	23.97	108.764	1812.73
2024	70.170	1169.500	34.24	56.501	941.683	27.57	126.671	2111.183
المتوسط	41.182	686.371	21.09	24.680	416.339	12.79	66.163	1102.710

المصدر: جمعت وحسبت من: 1 - وزارة الزراعة، واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعي، نشرة الإحصاءات الزراعية، أعداد مختلفة

جدول 5. نتائج التقدير الاحصائي للاتجاه العام لتطور المساحة المزروعة بمحصول القمح والمغطة بتقاوي القمح المعتمدة والموزعة بالآلاف فدان بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2011-2024).

م	المتغير التابع	Y ^t = a + bxt		المتوسط	معدل التغير السنوي %	R ²	F
		a	b				
1	المساحة المغطة بالتقاوي المعتمدة	830.208 **(7.933)	75.461 **(6.933)	1396.165	5.4	0.759	**37.691
2	المساحة المغطة بالتقاوي الموزعة	714.839 **(3.497)	51.716 **(2.148)	1102.710	4.7	0.278	*4.613

القيم بين الأقواس تعبر عن قيم ت المحسوبة. * معنوي عند 0.05. ** معنوي عند 0.01.

المصدر: 1- جمعت وحسبت من بيانات الجدول رقم (3)، (4)

2 - وزارة الزراعة، واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعي، سجلات ادارة الاحصاء، بيانات غير منشورة

3- وزارة الزراعة، واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، الإدارة المركزية لفحص واعتماد التقاوي، بيانات غير منشورة

اقتصاديات تقاوي القمح

أولا : إنتاج التقاوي

تم الاعتماد في هذا الجزء علي عينة مكونة من 30 مزارع متعاقدين مع شركات إنتاج التقاوي من قريتي طرينة، والسجاعة مركز المحلة الكبرى بمحافظة الغربية للموسم الزراعي 2024. وتشير بيانات الجدول رقم (6) للخصائص الفنية والتي يتبين منها أن متوسط مساحة المزروعة حوالي 12.36 فدان حيث تراوحت المساحة من 5 أفدنة كحد أدنى إلى 20 فدان كحد أقصى، أي أنه لتنفيذ التعاقد لابد أن تكون حيازة المزارع المتعاقد عليها لإنتاج التقاوي خمس أفدنة فأكثر للحائز. كما تبين أن

جدول رقم 6. متوسط المعاملات الفنية لفدان تقاوي القمح من عينة الدراسة.

متوسط المعاملات الفنية للفدان							
التقاوي كيلو جرام	السماذ البلدي م3	يوريا 46% وحدة آزوتية	مبيد توبيك جم	مبيد ثلث سم3	مبيد مونتورو سم3	عمالة بشرية رجل/يوم	عمالة الية حصان/ ساعة
60	19.21	69	142.07	96.52	32.28	6.08	327

المصدر : جمعت وحسبت من عينة الدراسة بمحافظة الغربية للموسم الزراعي 2024

هيكل تكاليف الإنتاج لفدان تقاوي القمح من عينة الدراسة

يتبين من جدول (7) أن متوسط تكاليف إنتاج طن تقاوي من القمح حوالي 8949 جنيه، وأن قيمة إيجار المثل (حيث أن الحيازة كلها ملك)

جدول رقم 7. تكاليف إنتاج تقاوي القمح من عينة الدراسة بالجنيه.

البيان /الفئة فدان	المزراعة	للفدان	%	للطن
متوسط مساحة تقاوي القمح	12.37	1		-
عدد المشاهدات	30			-
بنود التكاليف بالجنيه				
التقاوي	14840	1200	4.88	436.35
اسمديية بلدية وكيمائية	27367.67	2212.42	8.99	804.47
المبيدات	5285.97	427.32	1.76	155.38
العمالة البشرية	44551	3601.54	14.64	1309.64
العمالة الالية	69003.3	5578.28	22.64	2028.46
إيجار المثل	143383.3	11591.21	47.09	4214.95
الاجمالي	304431.3	24610.45	100	8949.25

المصدر : جمعت وحسبت من إستمارة الإستبيان لعام 2024

الإنتاج والإنتاجية

من سعر الطن باب المزراعة تلك الربحية حافز للتوسع في إنتاج التقاوي لدي الزراع المتعاقدين إذا توفرت شروط التعاقد وأهمها مساحة المزراعة وموقعها.

يتبين من جدول رقم (8) أن القمح يحقق صافي ربح موجب للطن قدر بحوالي 6381 جنيها أي أن هناك هامش منتج يقدر بحوالي 41.6%

جدول رقم 8. متوسط الإيرادات والربحية لإنتاج تقاوي القمح بالجنيه من عينة الدراسة.

البند	المزرعة	الفدان	للطن
1 إنتاج تقاوي	34.075	2.75	1
2 سعر طن باب المزرعة	15330	15330	15330
3 إجمالي الإيراد (1*2)	522369	42157	15330
4 إجمالي التكاليف	304431.3	24610.45	8949.25
5 صافي الربح (3-4)	217931	17547	6381
6 هامش المنتج % (3/5)*100	41.6	41.6	41.6

المصدر : جمعت وحسبت من عينة الدراسة بمحافظة الغربية 2024

ثانياً: تسويق تقاوي القمح

تختلف تقاوي القمح عن المنتجات الزراعية الأخرى من حيث سرعة التلف وصعوبة النقل والتخزين فهي سلعة يسهل تخزينها ونقلها وإحتمالات التلف منخفضة وحيث أن سمات سرعة التلف وصعوبة النقل والتخزين مازالت من مبررات إنخفاض الكفاءة التسويقية للسلع التي تتسم بتلك الحساسية (2) فإن الدراسة تفترض عكس ذلك لتسويق تقاوي القمح أي تفترض كفاءة تسويقية عالية في تسويقه.

النظام التسويقي لتقاوي القمح

إتضح من جدول رقم (9) وجود ثلاث قنوات لتسويق تقاوي القمح حيث تشتمل القناة الأولى وهي المزارع المتعاقد، شركات إنتاج خاصة متعاقدة مع المزارع، موزعين (وهم الذين يقومون بنقل التقاوي وتوزيعها من شركة الإنتاج إلى محلات التجزئة)، محلات الإيجار في التقاوي (وهم تجار التجزئة)، القناة الثانية وهي المزارع المتعاقد،

جدول رقم 9. القنوات التسويقية لتسويق تقاوي القمح من عينة الدراسة.

القناة التسويقية	عدد المتعاقدين	عدد شركات الإنتاج	%	إجمالي الكمية المسوقة طن	%
متعاقدين - شركات إنتاج خاصة - موزع - تجزئة	4	4	23.5	350	10.8
متعاقدين - شركات إنتاج خاصة - تجزئة	20	10	58.8	2407	74.4
متعاقدين - جهات إنتاج حكومية - منافذ بيع حكومية	6	3	17.7	477	14.8
إجمالي	30	17	100	3234	100

المصدر : جمعت وحسبت من إستمارة الإستمارة لعام 2025 لعينة الدراسة بمحافظة الغربية 2024

إنتشار جنيه المستهلك لطن تقاوي قمح:

من مقاييس الكفاءة التسويقية الاقتصادية الهامة وهو عبارة عن التوزيع النسبي لجنيه المستهلك عبر مراحل السوق لنظم التسويق ، حيث ينتشر السعر علي مستوي التجزئة بين مراحل السوق المختلفة حتي الإنتاج . ويمتد حتي الطلب علي المدخلات اللازمة لإنتاج السلعة النهائية. أي ان كل جنيه يدفعه المستهلك يتوزع بين المراحل التسويقية. وتحليل نسبة ما تحققه كل من تكاليف المدخلات وتكاليف التسويق والهوامش الربحية يعتبر تقييماً لمدي توافر الكفاءة التسويقية في ظل آليات السوق.

ويوضح جدول رقم (10) توزيع جنيه المستهلك لطن تقاوي القمح وفقاً للقنوات التسويقية ومنه يتبين أنه في حالة التعاقد مع شركات حكومية فإنه بالرغم من ثبات سعر البيع باب مزرعة للمزارع فإن نصيبه من جنيه المستخدم يرتفع إلي 64% منه، وفي ذات الوقت يزداد نصيب الشركة إلي 36% من جنيه المستخدم، وذلك كله في صالح المستخدم حيث ينخفض سعر البيع له بحوالي 7.2% أي حوالي 1860 جنيه للطن، أي حوالي 1.86 جنيه للكيلو جرام تقاوي أي حوالي 111.6 جنيه للفدان (60 كيلو جرام تقاوي للفدان). هذا ناتج من إختزال المراحل التسويقية وعدم وجود مرحلة التجزئة أو الموزعين.

جدول رقم 10. توزيع جنيه المستهلك لطن تقاوي القمح للمساكن التسويقية المختلفة بعينة الدراسة محافظة الغربية للموسم الزراعي 2024

القناة	سعر المستخدم	توزيع جنيه المستخدم	% من سعر المستخدم
القناة الاولى	المزارع	25810	59.4
	شركة الإنتاج	25810	32.8
	الموزع	25810	4.6
	تاجر التجزئة	25810	3.2
القناة الثانية	المزارع	25810	59.4
	شركة الإنتاج	25810	37.4
	تاجر التجزئة	25810	3.2
القناة الثالثة	المزارع	23950	64
	شركة إنتاج حكومية	23950	36
	منافذ بيع حكومية	23950	-

المصدر : جمعت وحسبت من إستمارة الإستمارة لعام 2024 لعينة الدراسة بمحافظة الغربية 2025

السعر، فضلا عن أهميتها في تحديد أرباح الوسطاء علي مختلف مستوياتهم وبالتالي الكفاءة التسويقية.

وفيما يلي تقدير الهوامش والتكاليف التسويقية لكل مرحلة من مراحل التسويق وفقا للقناة التسويقية. مرحلة شركات الإنتاج : تبين بيانات الجدول رقم (11)، (12) الهوامش التسويقية والتكاليف وربحية مرحلة شركة الإنتاج لطن تقاوي القمح المسوق ومنه يتضح أن ارتفاع هامش الربح لدي شركة الإنتاج إلي حوالي 67.8% في القناة الثانية.

الهوامش والتكاليف التسويقية

تعتبر الهوامش التسويقية مقياس للكفاءة الاقتصادية لنظم التسويق ويمكن تعريف الهامش التسويقي أو الفرق التسويقي بأنه الفرق بين سعر الشراء المدفوع وسعر البيع المقبوض للوحدة من زرع معين في بداية ونهاية مستوي تسويقي معين بواسطة منشأة أو وكالة تسويقية أو يعرف بأنه الاختلاف بين قيمة كمية فيزيقية معينة من الزرع عند مختلف مستويات المسلك التسويقي (3) ودراسة التكاليف التسويقية هامة لتأثيرها علي السعر الذي يدفعه المستهلك النهائي، كما تحدد نصيب المنتج من هذا

جدول رقم 11. التكاليف التسويقية لمراحل الإنتاج والموزعين والتجزئة.

تكاليف المراحل التسويقية بالجنيه	شركات إنتاج	موزعين	التجزئة	منافذ بيع حكوميه
1	15330	23800	25000	23950
2	150	200	-	-
3	550	-	-	-
4	50	-	-	-
5	885	-	-	-
6	350	-	-	-
7	850	-	-	-
8	100	-	100	-
9	60	-	-	-
10	30	-	-	-
11	17	-	-	-
12	100	-	-	-
13	125	-	-	-
14	77	-	-	-
15	3344	200	100	-
16	إجمالي تكاليف التسويقية	3644		

المصدر : جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان لعام 2024 لعينة الدراسة بمحافظة الغربية

جدول رقم 12. الهوامش التسويقية لمراحل الإنتاج والموزعين والتجزئة.

القناة التسويقية/ البيان	سعر البيع	الهوامش التسويقية			
		القيمة	التكاليف التسويقية	الأرباح التسويقية	إجمالي الهامش
القناة الاولى	المزارع	15330	*8949	58.4	6381
	شركة إنتاج خاصة	23800	3110	36.7	8470
	موزع	25000	186	15.5	1200
	محلات إتجار	25810	93	11.5	810
القناة الثانية	المزارع	15330	*8949	58.4	6381
	شركة الإنتاج	25000	3110	32.2	9670
	محلات إتجار	25810	93	11.5	810
القناة الثالثة	مزارع	15330	*8949	58.4	6381
	شركة إنتاج حكومية	23950	3110	36	8620
	منافذ بيع حكومية	23950	-	-	-

• مرحلة شركات الإنتاج نسبة الفرز 7% وتباع بمبلغ حوالي 10000 ج للطن كنواتج غربلة، وسعر بيع التقاوي 27000 للقطاع الخاص، 25000 للقطاع الحكومي

• * تكاليف المزارع تكاليف إنتاجيه

تكاليف الإنتاج لطن لشركة الإنتاج 3344، الموزعين 200، محلات الإتجار 100، تم خصم تكاليف الإنتاج لنواتج الغربلة نسبة 7% للطن.

المصدر : جمعت وحسبت من عينة الدراسة بمحافظة الغربية 2024

ذلك علي أن الكفاءة التسويقية لتقاوي القمح منخفضة مما يعكس إرتفاع التكاليف التسويقية حوالي 53.9% من قيمة المنتج، أما القناة الثالثة فإن الهامش التجميعي للكفاءة التسويقية يصل إلي 51%.

ويوضح الجدول رقم (13) إجمالي التكاليف الإنتاجية والتسويقية والهوامش التسويقي الإجمالي ومنه فإن الهامش التجميعي للكفاءة التسويقية لطن تقاوي القمح بقدر حوالي 46.1% في القناة الأولى، والثانية ويدل

جدول رقم 13. إجمالي التكاليف الإنتاجية والتسويقية وسعر البيع للمستهلك لطن تقاوي القمح.

القيمة بالجنيه	متوسط إجمالي التكاليف الإنتاجية لكل مرحلة تسويقية	م	
8949	تكاليف الإنتاج للطن	1	القناة الأولى
15330	سعر بيع المنتج للطن (باب المزرعة)	2	
3389	التكاليف التسويقية	3	
25810	متوسط سعر بيع المستهلك	4	
10480	الفرق السعري (الهامش التسويقي الإجمالي)	5	
46.1	معامل الكفاءة التسويقية	6	
8949	تكاليف الإنتاج للطن	7	القناة الثانية
15330	سعر بيع المنتج للطن (باب المزرعة)	8	
3203	التكاليف التسويقية	9	
25810	متوسط سعر بيع المستهلك	10	
10480	الفرق السعري (الهامش التسويقي الإجمالي)	11	
46.1	معامل الكفاءة التسويقية		
8949	تكاليف الإنتاج للطن	12	القناة الثالثة
15330	سعر بيع المنتج للطن (باب المزرعة)	13	
3110	التكاليف التسويقية	14	
23950	متوسط سعر بيع المستهلك	15	
8620	الفرق السعري (الهامش التسويقي الإجمالي)	16	
51	معامل الكفاءة التسويقية	17	

المصدر : جمعت وحسبت من عينة الدراسة بمحافظة الغربية 2024

المراجع

أولا : المراجع باللغة العربية

ابراهيم سليمان، محمد جابر عامر نظم التسويق الزراعي، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي – القاهرة 2008.

ابراهيم سليمان، محمد جابر إقتصاديات أسواق الطماطم المصرية، المجلة المصرية للإقتصاد الزراعي، المجلد 24، العدد 2، يونيو (2014).

عبدالباقي موسي الشايب- دراسة إقتصادية لإنتاج وتسويق محصول البطاطس في جمهورية مصر العربية مع التركيز علي محافظة الغربية، كلية الزراعة جامعة طنطا (2002).

قاعدة بيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء (htt:capmas.gov.eg)

وزارة الزراعة واستصلاح الاراضي، الإدارة المركزية لفحص وإعتماد التقاي.

وزارة الزراعة واستصلاح الاراضي , قطاع الشؤون الإقتصادية ، نشرة الإحصاءات الزراعية أعداد متفرقة .

ثانيا :المراجع باللغة الإنجليزية

Guiltinan, J.P. and Paul, G.W. (1983). Marketing management strategies and programs , Second Edition , McGraw . Hill Book Company, Japan.

Maxwe, L.B. (1979). Farm budget from farm encome analysis to agricultural projet analysis, World Bank Stoff Occasional Paper Namber Twenty Nine, the Johns Hopkins, Mniversity Press, Boltimore and London.

معوقات ومحفزات زراعة تقاوي القمح وتسويقه

أشار أكثر من 90% من الزراع المتعاقدين مع شركات الإنتاج الي تفضيله للتعاقد مع القطاع الخاص لقدرته علي تسديد قيمة المحصول نقدا مباشرة بعد الحصاد بينما تقوم الجهات الحكومية بصرف ثمن المحصول علي فترات أو بنظام الأجل مما يترتب عليه تأخير حصول المزارع علي السيولة النقدية اللازمة، كما أنه يبيع محصوله بالسعر السائد في السوق بالإضافة إلي حصوله علي علاوة الإكثار كحافز إضافي مع سعر البيع، كما أنه يضمن بيع محصوله كاملا دون التعرض لمخاطر الركود، وكان من أراء 80% من مزارعي القمح يفضلون الحصول علي تقاوي القمح من منافذ البيع الحكومية لإنخفاض السعر بالمقارنة بمحلات التجار الخاصة بالإضافة إلي ضمان عدم الغش ولكن لا تتوافر الكميات اللازمة لتغطية إحتياجات المزارعين، وأضاف 20% من مزارعو القمح أنهم يفضلون التعامل مع المحلات الخاصة وذلك لقدرتهم علي التعامل بالأجل كما أنهم لا يستطيعون الحصول علي إحتياجاتهم من الجهات الحكومية لعدم توافرها، وكانت من المعوقات التي تواجه شركات الإنتاج إضافة المبيد أثناء عملية الغرلة في حالة رفض كميات من القمح أثناء فحصه وعدم صلاحيته كتقاوي معتمدة يتم إعدامها لعدم صلاحيتها للإستخدام الأدمي وبالتالي خسارة للمنتج.

التوصيات

1. خفض تكاليف العمليات التسويقية مما يؤدي إلي رفع الكفاءة التسويقية.
2. زيادة الإستثمارات الموجهة من الجهات الحكومية في مجال إنتاج التقاوي حتي يمكن لمنافذ البيع الحكومية تفعيل الدور الذي تقوم به وتوفير الكميات اللازمة لإحتياجات المزارعين.
3. توفير الدعم اللازم للمتعاقدن مع الجهات الحكومية للعمل علي زيادة التعاقدات وذلك للعمل علي توفير التقاوي مما يؤدي إلي زيادة نسبة التغطية للتقاوي المعتمدة للمساحة المزروعة.
4. التنسيق بين الجهات الحكومية والجهات الخاصة العاملة في إنتاج التقاوي وكذلك جهات توزيع التقاوي الخاصة والحكومية لمعرفة كمية الطلب المتوقعة لإستغلال الإستثمارات الموجهة إلي إنتاج التقاوي بشكل إقتصادي.
5. الرقابة المستمرة علي محلات التجار في التقاوي لمنع الغش والمغالاة في الأسعار



Research Article

Economics of Production and Marketing of Wheat Seed in Egypt

Mohamed Gaber Amer¹, Abdelbaky M. Elshaib², Rania Ahmed Mohamed², and Lamyaa Ibrahim Elrefay^{*3}

¹ Department of Agricultural Economics, Faculty of Agriculture, Zagazig University, Egypt.

² Department of Agricultural Economics, Faculty of Agriculture, Tanta University, Egypt.

³ Central Administration for Seed Testing and Certification, Ministry of Agriculture and Land Reclamation, Tanta, Egypt.

* Correspondence: lamyaelrefay@gmail.com

Article info: -

- **Received:** 14 September 2025

- **Revised:** 7 October 2025

- **Accepted:** 16 October 2025

- **Published:** 23 October 2025

Keywords:

Wheat seeds, marketing efficiency, farm budget, product margin, marketing margins.

Abstract:

This research aimed to study the economics of wheat seeds, relying on both published secondary data and primary data collected from a field sample totaling 80 observations. The sample included 30 farmers, 17 seed production companies (3 public), 3 distributors, 20 seed retailers, and 10 government outlets. The survey covered the 2024 season. The study employed the farm budget analysis model to measure profitability and costs for both production and marketing stages, to analyze consumer pound distribution, and to estimate the marketing efficiency coefficient. The results indicated that, although certified seeds covered only about 42.9% of the cultivated wheat area during the study period on average, around 20% of these seeds were recycled. Consequently, the actual average distributed quantity covered only 33.18% of the cultivated area (2011–2024 average), pointing to a significant shortage of certified seeds. The average cost of producing one ton of seeds was estimated at 8,949 EGP, with rental value (imputed land rent) accounting for about 47% of total costs, as most land is owner-cultivated. The selling price per ton at the farm gate was estimated at 15330EGP, yielding a positive net profit of about 37.7% of the farm-gate selling price, which provides an incentive for expanding the activity. The analysis identified three main marketing channels: (1) contract farmer → Private production company → retailer, covering about 74.4% of seed production in the sample; (2) contract farmer → government company → government outlets, covering 14.8%; and (3) contract farmer → private company → distributor → retailer, covering 10.8%. Regarding consumer pound distribution, farmers received about 53.19%, which increased to 57.45% when contracting with government companies due to bypassing the retail stage. Companies' shares ranged between 33.8% and 39.4%. The most efficient channel was contracting with government companies, where seed prices were about 7.41% lower, and the marketing efficiency coefficient was 51%. In comparison, channels (1) and (2) recorded lower efficiency levels 46% indicating relatively weak efficiency overall.