

دراسة اقتصادية لتسويق ماشية اللبن بمحافظة الغربية

أ.د/ محمد غازي سيد أحمد أ.د/ محمد عبد الخالق الصاوي د/ مرفت روفائيل جرجس

مقدمه :

تعتبر عملية التسويق الزراعي من العمليات الهامة للمنتج والمستهلك ، حيث يتم من خلالها تصريف المنتجات الخاصة بالمزارع بالسعر الذي يحقق له عائداً مجزياً يعمل على استمراره في الإنتاج ، أما بالنسبة للمستهلك فهو المصدر الرئيسي للحصول على السلعة التي يحتاجها في الوقت والشكل والمكان المناسب وبالسعر الذي يناسب دخله النقدي. وفيما يتعلق بالمجتمع فالتسويق الزراعي هو وسيلة لزيادة الرفاهية للمجتمع حيث أنه النظام الذي يتم من خلاله توفير السلع الغذائية والكسائية لأفراد المجتمع ، بالإضافة لما سبق فإن التسويق يوفر العديد من فرص العمل لأبناء المجتمع وهم العمال والوسطاء .

ويعرف التسويق الزراعي بأنه العلم المتعلق بأداء جميع الأنشطة التجارية المتعلقة بتدفق المنتجات والخدمات الزراعية من نقطة الإنتاج الأولى وحتى وصولها الى المستهلكين^(٣)، أي أنه يشمل كل الجهود الداخلية في إضافة المنافع الاقتصادية المتصلة بنقل السلعة من المنتج الى المستهلك وجعلها أكثر قيمة وذلك بتوصيلها في الشكل والمكان والزمان المناسب لمن يطلبها ، أي أنه العلم الذي يبحث في أوجه النشاط الاقتصادي الخاصة بإضافة منافع مكانية أو زمنية أو شكلية أو تمليلية للسلع والخدمات الزراعية .

مشكلة البحث :

يتم تسويق حيوانات إنتاج اللبن من الأبقار والجاموس في أسواق الماشية بدون مقياس أو معيار محدد يمكن على أساسه تقدير القيمة السوقية للحيوان أو تحديد هذه القيمة ولو بالتقريب، حيث أن المربيين والتجار وهما طرفا العملية التسويقية يعتمدون عند البيع والشراء على نظام المساومة والقدرة على إقناع الطرف الآخر بالسعر ، حيث يعتمد التجار على خبرتهم ومعلوماتهم عن السوق التي يفتقد إليها المربيين ، مما يؤدي الى تعرض المربيين لجشع التجار وظروف تسويقية تؤدي إلى خسارته وفقدان جزء كبير من قيمة الحيوان، الأمر الذي أدى إلى الاهتمام بدراسة عملية تسويق حيوانات اللبن من الأبقار و الجاموس .

الهدف من البحث :

يهدف هذا البحث إلى دراسة المسالك التسويقية لماشية اللبن من الأبقار والجاموس وتحديد أهم العوامل المؤثرة على أسعارها في أسواق الماشية و إيجاد معيار يمكن على أساسه تقدير القيمة السوقية للحيوان من خلال الأهداف الفرعية التالية :

- ١- دراسة تكاليف وعائد حيوانات اللبن من الأبقار و الجاموس.
- ٢- دراسة المسالك التسويقية وكفاءتها التسويقية .
- ٣- دراسة أهم العوامل المؤثرة على أسعار حيوانات اللبن من الأبقار و الجاموس.
- ٤- تقدير نموذج قياسي لتسعير الأبقار و الجاموس الحلاب ليسترشد به المربي عند البيع أو الشراء .

الطريقة البحثية:

استندت الدراسة إلى كل من أسلوب التحليل الإحصائي الوصفي والقياسي للمتغيرات الاقتصادية موضع الدراسة ، حيث تم دراسة الوظائف التسويقية لمختلف الوسطاء القائمين بالعمليات التسويقية المختلفة التي تتم عند تسويق الماشية بداية من المربي حتى تتم عمليتي الشراء والبيع بأرضية السوق ، كما تم الاستناد إلى أسلوب التحليل الإحصائي القياسي للمتغيرات الاقتصادية موضع الدراسة ، وذلك من خلال استخدام أسلوب الانحدار المتعدد المرحلي لتقدير النموذج الرياضي الذي يحدد أهم العوامل المحددة لأسعار ماشية اللبن بأسواق الماشية .

مصادر البيانات :

اعتمدت الدراسة في تحقيق أهدافها على كل من البيانات الثانوية والبيانات الأولية، ففيما يختص بالبيانات الثانوية فقد تم الاعتماد على البيانات الصادرة من العديد من الجهات والهيئات الرسمية سواء كانت منشورة أو غير منشورة والتي تتمثل في بيانات إحصاءات الثروة الحيوانية بمديرية الزراعة بمحافظة الغربية ومركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بديوان عام محافظة الغربية، هذا بالإضافة إلى الدراسات الاقتصادية ذات الصلة بموضوع البحث، أما فيما يخص البيانات الأولية فقد تم الحصول عليها من خلال استمارة استبيان خاصة بالمربين لحيوانات اللبن المتواجدين بأسواق الحيوانات الحية المرخصة (المختلطة) بمحافظة الغربية، بالإضافة استمارة استبيان خاصة بالتجار والوسطاء التسويقيين حيث استندت الدراسة في اختيار العينة إلى أسلوب العينة العمدية في كل من أسواق الحيوانات الحية لعدم توافر بيانات عن مجتمع الدراسة في أسواق الحيوانات الحية وكذلك لقلة عدد التجار والوسطاء التسويقيين .

أهمية البحث :

ترجع أهمية هذه الدراسة إلى أن السلع المتداولة في أسواق الحيوانات الحية ليس لها مقياس أو معيار محدد يمكن على أساسه تقدير القيمة السوقية للحيوان أو تحديد هذه القيمة ولو بالتقريب، كما أن سوق الحيوانات به العديد من أنواع الحيوانات منها الصغير والكبير والمخصصة لإنتاج اللحم والأخرى المخصصة لإنتاج اللبن، مما يؤدي إلى حالة من عدم التركيز يفتقد إليها البائع والمشتري، هذا بالإضافة إلى أن معظم المتعاملين في هذا السوق من صغار المزارعين الذين يمتلكون حيازة أرضية صغيرة نسبياً وهو يربى حيوانات اللبن كنشاط ثانوي جانبي وليس كنشاط أساسي يتخصص فيه، وذلك لزيادة دخله أو تحقيقاً للاكتفاء الذاتي من منتجات الألبان، ومن الجدير بالذكر أن معظم المربين للماشية يفتقدون المعلومات والخبرة التي تمكنهم من معرفة القيمة الحقيقية لحيواناتهم المعروضة للبيع مما يجعلهم عرضة لجشع التجار، كما أن معظم أسواق الحيوانات الحية لا تتوافر بها أي بيانات أو سجلات معتمدة عن أصل الحيوان والتركيب الوراثي أو القيمة التربوية لهذا الحيوان (كمية محصول اللبن سنوياً أو نسبة الدهن والبروتين والمواد الصلبة في اللبن) والتي يمكن على أساسها يمكن للمشتري تحديد سعر معين لكل حيوان .

عينة البحث:

يوضح الجدول رقم (١) بيان بأسواق الماشية التي تقام بمحافظة الغربية ومساحة كل سوق وأيام العمل بهذه الأسواق، ومن البيانات يتضح أنه يوجد أسواق للماشية بجميع مراكز محافظة الغربية ماعدا مركزى طنطا وكفر الزيات، كما يتضح أن أكبر الأسواق من حيث المساحة هي سوق قطور بمركز قطور، الدواخلية بمركز المحلة الكبرى والجعفرية والقرشية بمركز السنطة وسند بسط بمركز زفتى.

جدول (١) بيان بأسواق الماشية التي تقام بمحافظة الغربية عام ٢٠١٧

المركز	اسم السوق	اسم القرية أو المدينة	مساحة السوق	يوم العمل بالسوق
المحلة الكبرى	الدواخلية	الدواخلية	٥ أفدنة	الثلاثاء
	نمرة البصل	نمرة البصل	٤٥ قيراط	الأربعاء
	دمرو	دمرو	١٩ قيراط	الأحد
السنطة	الجعفرية	الجعفرية	٣ أفدنة	الأحد
	القرشية	القرشية	٢ فدان	السبت
زفتى	سنباط	سنباط	٢٠ قيراط	الاثنين
	سند بسط	سند بسط	٢ فدان	الثلاثاء
سمنود	سمنود	مدينة سمنود	٢ فدان	الأربعاء
بسيون	كفر المبروك	كفر المبروك	١ فدان	الاثنين
قطور	قطور	قطور	١٠ أفدنة	الجمعة
طنطا	-	-	-	-
كفر الزيات	-	-	-	-

المصدر: محافظة الغربية ، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ، الإدارة العامة للشئون الاقتصادية .

العينة المختارة من أسواق الماشية

تم زيارة عدد من أسواق الحيوانات الحية الموجودة بمحافظة الغربية والتي تمثل مجتمع الدراسة والتعرف على أوجه التشابه والاختلاف بين هذه الأسواق من حيث الخدمات التسويقية الملموسة وغير الملموسة وأنواع الحيوانات المعروضة بهذه الأسواق، ولقد تم اختيار عينة أسواق الدراسة وفقاً للأهمية النسبية لمساحة السوق وأعداد رؤوس ماشية اللبن من الجاموس والأبقار بمراكز المحافظة ، وعلى ذلك فقد تم اختيار سوق قطور العمومي للماشية بمركز قطور، وهو سوق تتوافر به العديد من الخدمات التسويقية مثل عملية التأمين الشامل للسوق من الداخل ومن الخارج من قبل إدارة السوق أساساً ومن قبل قوات الشرطة التابعة لمديرية الأمن كما تم اختيار أسواق الجعفرية والقرشية بمركز السنطه ، وسوق سند بسط بمركز زفتى وسوق الدواخليه بمركز المحلة الكبرى .

جدول رقم (٢) توزيع العينة المختارة من أسواق الماشية على مستوى مراكز محافظة الغربية عام ٢٠١٧

المركز	اسم السوق (١)	مساحة السوق (١)	عدد رؤوس ماشية اللبن (٣)	
			أبقار بالآلاف رأس	جاموس بالآلاف رأس
قطور	قطور	١٠ أفدنه	٣٤,٩	١٦,٥
المحلة الكبرى	الدواخلية	٥ أفدنه	٩,٧	١٦,٩
	الجعفرية	٣ أفدنه	٧,٤	١٠,٢
السنطه	القرشية	٢ فدان	٤,٩	١١,٧
	سند بسط	٢ فدان		
زفتى				

المصدر: ١- محافظة الغربية ، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ، الإدارة العامة للشئون الاقتصادية .

٢- مديرية الزراعة بالغربية ، إدارة الإنتاج الحيوانى ، بيانات غير منشورة .

عينة التجار والمربين :

نظراً لعدم توفر بيانات عن عدد المربين لحيوانات اللبن المترددين على كل سوق من الأسواق التي تناولتها الدراسة وكذلك الأمر بالنسبة لعدد الوسطاء التسويقيين المترددون على هذه الأسواق ، فقد تم أخذ عينة عمديه من المربين والوسطاء التسويقيين لكل نوع من أنواع حيوانات اللبن (الجاموس والأبقار الخليط) وذلك بتتبع المسلك التسويقي للرأس بدءاً من المربي الذي يقوم بعرضها بالسوق حتى تصل نفس الرأس لمن يقوم بشرائها مروراً بالوسطاء التسويقيين للحيوانات الحية إن وجدوا على المسلك التسويقي لنفس الرأس، حيث بلغ عدد عينة المربين لحيوانات اللبن ٣٤ مربياً للجاموس و٤٥ مربياً للأبقار الخليط ، في حين بلغ عدد عينة الوسطاء التسويقيين (حلقة الوصل بين المربين و المشتريين) لحيوانات اللبن ٦٤ وسيطاً تسويقياً لكل من الجاموس والأبقار الخليط .

جدول (٣) توزيع العينة المختارة من التجار والمربين لماشية اللبن بالأسواق المختارة بمحافظة الغربية عام ٢٠١٧

المركز	اسم السوق	المتوسط الهندسى	عدد أفراد العينة	
			التجار	المربين
			أبقار خليط	جاموس
قطور	قطور	٣٧,٨	٢٤	١٦
المحلة الكبرى	الدواخلية	٢٨,٢	١٨	٧
	الجعفرية	١٢,٢	٨	٥
السنطه	القرشية	١١,٨	٨	٣
	سند بسط	١٠	٦	٣
زفتى			٦٤	٤٥
الإجمالي		١٠٠		

المصدر: محافظة الغربية ، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ، الإدارة العامة للشئون الاقتصادية .

النتائج ومناقشتها :

أولاً : التكاليف والعائد للرأس الحلابه من الجاموس والأبقار الخليط بعينة الدراسة .

لدراسة الكفاءة التسويقية تم دراسة تكاليف وعوائد الإنتاج للرأس الحلابة من الجاموس والأبقار الخليط بعينة الدراسة .

١- التكاليف السنوية للرأس الحلابة من الجاموس والأبقار الخليط بعينة الدراسة

تنقسم تكاليف الإنتاج في المدى القصير الى تكاليف ثابتة ومتغيرة ، وتشمل التكاليف الثابتة في مجال إنتاج حيوانات اللبن تكلفة رأس المال وإهلاك المباني والأدوات ، وتشمل التكاليف المتغيرة تكلفة التغذية والعمل البشرى والفرشة والكهرباء والمياه وصيانة الحظيرة ، وتوضح بيانات الجدول (٤) أن متوسط التكاليف الثابتة تبلغ حوالى ٢٦٢٧,٢ و ٢٤٧٠,٢ جنيهاً للرأس الحلابة من الجاموس والأبقار الخليط بعينة الدراسة على الترتيب، تمثل حوالى ١,٣% و ١٢,١% من متوسط التكاليف الكلية ، والذي بلغ حوالى ٢٣٢٩٧,١ و ٢٠٥٨٢,٢ جنيهاً على نفس الترتيب ، فى حين بلغ متوسط التكاليف المتغيرة نحو ٢٠٦٦٩,٩ و ١٨٠٨٥ جنيهاً للرأس الحلابة من الجاموس والأبقار الخليط ، تمثل حوالى ٨٨,٧% و ٨٧,٩% من متوسط التكاليف الكلية .

جدول (٤) متوسط التكلفة السنوية للرأس من الجاموس والأبقار الحلابة عينة الدراسة عام ٢٠١٧ .

التكاليف الكلية بالجنيه	التكاليف الثابتة بالجنيه			التكاليف المتغيرة بالجنيه						المتغيرات
	الاجمالى	إهلاك مباني وأدوات	الفائدة على رأس المال	الاجمالى	الفرشة	مصروفات الكهرباء والمياه وصيانة الحظيرة	رعاية طبية	العمل البشرى	التغذية	
٢٣٢٩٧,١	٢٦٢٧,٢	١٣٦,٥	٢٤٩٠,٧	٢٠٦٦٩,٩	٢٩٨,٧	٤٨,٥	٥٦,٤	١٦٥٦,٦	١٨٦٠٩,٧	الجاموس
	١٠٠	٥,٢	٩٤,٨	١٠٠	١,٥	٠,٢	٠,٣	٨	٩٠	%
٢٠٥٨٢,٢	٢٤٧٠,٢	١٢٥,٤	٢٣٧١,٨	١٨٠٨٥	٢٨٠,٧	٣٢,٦	٩٥,٤	١٥١٢,٤	١٦١٦٣,٩	الأبقار الخليط
	١٠٠	٤	٩٦	١٠٠	١,٥	٠,٢	٠,٥	٨,٤	٨٩,٤	%

المصدر: بيانات عينة الدراسة عام ٢٠١٧ .

ومن الجدير بالذكر أن متوسط تكلفة التغذية تستحوذ على القدر الأكبر من الأهمية النسبية لبنود التكاليف المتغيرة ، حيث تقدر بحوالى ١٨٦٠٩,٧ و ١٦١٦٣,٩ جنيهاً للرأس الحلابة من الجاموس والأبقار الخليط على الترتيب ، تمثل حوالى ٩٠% و ٨٩,٤% من متوسط التكاليف المتغيرة المقدره بحوالى ٢٠٦٦٩,٩ و ١٨٠٨٥ جنيهاً على نفس الترتيب ، وتمثل حوالى ٧٩,٩% و ٧٨,٩% من متوسط التكاليف الكلية الإجمالية والذي بلغ حوالى ٢٣٢٩٧,١ و ٢٠٥٨٢,٢ جنيهاً على نفس الترتيب، بينما بلغت تكلفة العمل البشرى حوالى ١٦٥٦,٦ و ١٥١٢,٤ جنيهاً للرأس الحلابة من الجاموس والأبقار الخليط على الترتيب ، تمثل حوالى ٨,٤% و ٨,٤% من متوسط التكاليف المتغيرة .

٢- العائد السنوى للرأس الحلابة من الجاموس والأبقار الخليط بعينة الدراسة .

يشتمل العائد السنوى لماشية اللبن على قيمة اللبن التى تنتجها الرأس الحلابة سنويا ، قيمة الأسمدة العضوية ، قيمة المولود بالإضافة لقيمة التغير السنوى فى قيمة الحيوان فى نهاية العام ، ومن الجدير بالذكر أن التغير فى قيمة الحيوان قد يكون موجبا فيعمل على زيادة العائد أو قد يكون سالبا فيخصم من العائد ، وعموما فان الحيوانات صغيرة السن يكون التغير فى قيمة الحيوان لها موجبا نظرا للتغير الذى يطرأ على وزن الحيوان وترقية الحيوان نتيجة تغير حالته الفسيولوجية^(٨) .

وتشير البيانات بالجدول رقم (٥) الى أن اجمالى العائد للرأس الحلابة من الجاموس والأبقار الخليط قد بلغ حوالى ٢٤٦٥٧,١ و ٢١٤٢٥,٩ جنيهاً على الترتيب ، تمثل قيمة اللبن فيه النسبة الأكبر ، حيث بلغت قيمة

اللين حوالى ١٣٥١٧,٧ و ١١٤٣٦,٦ جنيهاً على نفس الترتيب ، تمثل حوالى ٥٤,٨ و ٥٣,٣ % من اجمالى العائد على نفس الترتيب ، فى حين بلغت قيمة التغير فى قيمة الحيوان حوالى ٦٢٤٦,١ و ٤٥٩٧,٧ جنيهاً على نفس الترتيب ، وبلغت قيمة المولود حوالى ٤٣٨٥,٨ و ٤٨٦٥,٩ جنيهاً على التوالى تمثل حوالى ١٧,٨% و ٢٢,٧% من اجمالى العائد على نفس الترتيب ، وبلغ متوسط قيمة السماد العضوى حوالى ٥٠٧,٦ و ٥٢٥,٧ جنيهاً على نفس الترتيب تمثل حوالى ٢,١ و ٢,٥% من اجمالى العائد ، وبلغ صافى العائد للرأس الحلابة من الجاموس والأبقار الخليط حوالى ١٣٦٠ و ٨٤٣,٧ جنيهاً على الترتيب .

جدول (٥) متوسط العائد السنوي للرأس من الجاموس والأبقار الحلابة بمحافظة الغربية عام ٢٠١٧.

المتغيرات	كمية اللبن كجم	قيمة اللبن*	قيمة المولود جنية	السماد العضوي جنية	التغير في قيمة الحيوان جنية	عائد الرأس**	إجمالي العائد بالجنيه	صافى العائد للمزارع
الجاموس	١٦٨٩,٧	١٣٥١٧,٦	٤٣٨٥,٨	٥٠٧,٦	٦٢٤٦,١	٢٠٢٧١,٣	٢٤٦٥٧,١	١٣٦٠
%		٥٤,٨	١٧,٨	٢,١	٢٥,٣	٨٢,٢	١٠٠	
الأبقار	٢٨٦٥,٩	١١٤٣٦,٦	٤٨٦٥,٩	٥٢٥,٧	٤٥٩٧,٧	١٦٦٥٠	٢١٤٢٥,٩	٨٤٣,٧
%		٥٣,٣	٢٢,٧	٢,٥	٢١,٥	٧٧,٣	١٠٠	

* متوسط سعر كيلو اللبن الجاموسى بعينة الدراسة حوالى ٨ جنيهات و البقرى حوالى ٥ جنيهات .

** عائد الرأس = العائد الكلى - قيمة المولود .

المصدر: بيانات عينة الدراسة عام ٢٠١٧ .

ووفقاً لطريقة التكاليف المتصلة^(٤) حيث يتم توزيع التكاليف الكلية على النواتج المرتبطة بنفس نسبة مساهمة تلك النواتج فى العائد الكلى ، و حيث بلغت متوسط نسبة العائد للرأس من الجاموس والأبقار الخليط حوالى ٨٢,٢% ، ٧٧,٣% ، ومن بيانات التكاليف الكلية المقدره بالجدول (٤) ، فان متوسط تكاليف الرأس من الجاموس والأبقار الخليط يقدر بحوالى ١٩١٥٠,١ و ١٥٨٨٩ جنيهاً على الترتيب .

ثانياً : تسويق حيوانات اللبن

١- المسالك التسويقية لماشية اللبن من الجاموس والأبقار الخليط بأسواق الماشية بمحافظة الغربية

تتعدد المسالك التسويقية لماشية اللبن وذلك لكثرة الوسطاء والذين يحصلون على مبالغ دون تقديم منافع حقيقية الى الحيوانات المسوقة ، وغالبا ما تقتصر خدمات الوسطاء فى مجال تسويق الحيوانات على النقل وعرض الحيوانات فى الأسواق ، ويمكن تحديد المسالك التسويقية لماشية اللبن فى عدة مسالك أهمها ما يلى :

المسلك الأول : مربى (بائع) - سمسار - تاجر محلى - تاجر كبير - مربى (مشتري) .

المسلك الثانى : مربى (بائع) - سمسار - تاجر كبير - مربى (مشتري) .

المسلك الثالث : مربى (بائع) - سمسار - تاجر محلى - مربى (مشتري) .

المسلك الرابع : مربى (بائع) - تاجر محلى - مربى (مشتري) .

وفيما يلى شرح لكل مسلك بالتفصيل .

المسلك الأول :

وفى هذا المسلك يقوم المربى البائع بإيلاج السمسار بالقرية أو بالقرى المجاورة عن رغبته فى بيع ما لديه من حيوانات محدد له نوع الحيوان وحالته وكل ما يخص الحيوان ، ويقوم السمسار بجلب أحد التجار المحليين من قريته أو من القرى المجاورة ، ويقوم التاجر المحلى بمساومة المربى على الثمن يساعده فى ذلك السمسار بإقناع المربى بالقبول بالثمن ، ويقوم التاجر بدفع المبلغ المحدد أو جزء منه أو يؤجل المبلغ كله حتى يبيع الحيوان ويضمنه فى ذلك السمسار ، ويقوم التاجر بنقل الحيوان من عند المربى فى نفس الوقت أو فى الميعاد المناسب لانعقاد السوق حتى لا يؤثر تغير المكان على حالة الحيوان ، ويقوم التاجر بعد ذلك بنقل

الحيوان الى السوق وبيعه الى التاجر الكبير نظير مبلغ محدد أو يبيعه له بالمساومة ، ويقوم التاجر الكبير بعرض الحيوان على قلسه أو من خلال الحبال حتى يتم بيعه لمربي آخر (المشترى) ، وقد يتم بيع الحيوان فى نفس اليوم فى السوق نفسه أو يتم بيعه فى سوق آخر بعد يوم أو يومين وفقا لميعاد انعقاد السوق التالى .

المسلك الثانى :

لا يختلف المسلك الثانى عن المسلك الأول كثيرا إلا أن السمسار يكون على معرفة بأحوال السوق و كبار التجار ، ويكون السمسار لديه قدرة مالية على دفع الثمن أو تأجيل الدفع حتى بيع الحيوان ، ويكمل التاجر الكبير البيع بنفس الطريقة كما فى المسلك الأول .

المسلك الثالث :

وفى هذا المسلك يقوم المربي البائع بإبلاغ السمسار بالقرية أو بالقرى المجاورة أن لديه حيوان يرغب فى بيعه ويحدد للسمسار نوع الحيوان وكل ما يخص الحيوان ، ويقوم السمسار بجلب أحد التجار المحليين من قريته أو من القرى المجاورة ، ويقوم التاجر المحلى بمساومة المربي على الثمن يساعده فى ذلك السمسار بإقناع المربي بالقبول بالثمن ، ويقوم التاجر بدفع المبلغ المحدد أو جزء منه أو يؤجل المبلغ كله حتى يبيع الحيوان معتمدا فى ذلك على حسن سمعته ، ويقوم التاجر المحلى بنقل الحيوان فى نفس الوقت الى حظيرته والاعتناء به وتحضيره للبيع ، ويقوم التاجر بعد ذلك بنقل الحيوان الى السوق وبيعه بنفسه الى مربي آخر فى نفس اليوم وفى نفس السوق إن استطاع ذلك ، وان لم يستطع بيعه فيقوم بعرض الحيوان فى سوق آخر ، وهنا يجب الإشارة الى أنه فى بعض الأحيان قد لا يتمكن التاجر من تحقيق ربح من عملية البيع فيقوم بإعادة الحيوان لصاحبه أو خصم جزء من الثمن المتفق عليه .

المسلك الرابع :

فى هذا المسلك عندما يرغب أحد المربين فى شراء حيوان بموصفات معينة يقوم بإبلاغ التاجر المحلى الذى يقوم بالبحث له عن طلبه وتديبره له من مربي آخر يريد بيع حيوانه ، ويقوم التاجر المحلى بتحديد الثمن والتوفيق بينهما نظير مبلغ من البائع والمشترى ، أو يقوم المربي البائع بإبلاغ التاجر المحلى بأن لديه حيوان يرغب فى بيعه ويقوم التاجر المحلى بمعاينة الحيوان وتحديد ثمنه له ودفعه للمربي وينقل الحيوان فى نفس الوقت الى حظيرته والاعتناء به وتحضيره للبيع ، ويقوم التاجر بعد ذلك بنقل الحيوان الى السوق وبيعه بنفسه الى مربي آخر فى نفس اليوم أو فى السوق .

٢- تكاليف العمليات التسويقية للرأس من ماشية اللبن بعينة الدراسة بمحافظة الغربية

تتعدد الوظائف التسويقية فى مجال تسويق الماشية بصفة عامة ، فتوجد وظائف تسهليه وهى السحب والتجهيز ، ووظائف تسويقيه تبادلية وهى الشراء والبيع ووظائف تسويقية طبيعية وهى النقل والتخزين ووظائف تمويلية^(٥) ، وتعرف التكاليف التسويقية بأنها اجمالى مصروفات العمليات التسويقية مضافا اليها أرباح الوسطاء^(٦) . و من البيانات يتضح أن أهم العمليات التسويقية هى عملية النقل ، ومن البيانات بالجدول (٦) يتضح أن تكلفة النقل للرأس من الجاموس فى المسلك التسويقي الأول ، الثانى ، الثالث والرابع قد بلغت نحو ١٠٤ ، ٩٧ ، ٨٥ و ٥٠ جنيهاً على الترتيب ، فى حين بلغت تكلفة النقل للرأس من الأبقار فى المسلك التسويقي الأول ، الثانى ، الثالث والرابع نحو ٩٥ ، ٨٧ ، ٧٧ و ٤٣ جنيهاً على الترتيب ، ويرجع ارتفاع تكلفة النقل فى المسلك الأول والثانى الى أن العملية نفسها قد تتم مرتين الأولى من المربي الى حظائر التاجر الكبير والثانية من حظائر التاجر الكبير الى السوق ، أما فى المسلك الثالث والرابع فان التاجر المحلى لا ينقل الحيوان الى الأسواق إلا فى حالات نادرة ، أو قد لا ينقله مطلقا من عند البائع حيث يتم بيعه لمربي آخر فى نفس الوقت مقابل عمولة من البائع والمشترى .

كما توضح البيانات أن تكلفة العمل البشري المتمثلة في الساحبون والحبالين وعمال الحظائر المسؤولين عن تغذية الحيوانات قد بلغت حوالي ٧٠ ، ٤٥ و ٢٥ جنيهاً للرأس من الجاموس الحلاب في المسلك التسويقي الأول ، الثاني و الثالث على الترتيب ، و بلغت حوالي ٦٥ ، ٤٠ و ٣٥ جنيهاً للرأس من الأبقار الخليط الحلابة في المسلك التسويقي الأول ، الثاني و الثالث على نفس الترتيب ، ويرجع ذلك الى أن التاجر الكبير يلزمه عدد من العمال لسحب وعرض الحيوانات في الأسواق وتغذيتها في الحظائر حتى يتم بيعها ، ولا توجد بالمسلك الرابع هذه العملية حيث أن التاجر المحلي يبيع الحيوانات بنفسه ، كما توضح بيانات نفس الجدول أن تكلفة المصروفات الشخصية للوسطاء من طعام وشراب هم ومن يعاونهم من الساحبين والحبالين للرأس من الجاموس الحلاب تقدر بحوالي ٥٥ ، ٥٠ ، ٤٠ و ٣٥ جنيهاً في المسلك التسويقي الأول ، الثاني ، الثالث والرابع على الترتيب ، في حين أنها بلغت للرأس من الأبقار حوالي ٥٠ ، ٤٥ ، ٤٠ و ٣٠ جنيهاً في المسلك التسويقي الأول ، الثاني ، الثالث والرابع على نفس الترتيب ، كما توضح البيانات أن تكلفة العمولات والسمسرة للرأس من الجاموس الحلاب تقدر بحوالي ٧٥ ، ٦٥ ، ٦٠ و ٤٠ جنيهاً في المسلك التسويقي الأول ، الثاني ، الثالث والرابع على الترتيب ، في حين أنها بلغت للرأس من الأبقار حوالي ٦٠ ، ٥٥ ، ٤٠ و ٣٥ جنيهاً في المسلك التسويقي الأول ، الثاني ، الثالث والرابع على نفس الترتيب ، وبلغت رسوم السوق (المبالغ التي تحصلها إدارة السوق) للرأس من الجاموس الحلاب حوالي ١٣٠ ، ١٢٠ و ١١٠ جنيهاً في المسلك التسويقي الأول ، الثاني ، الثالث على الترتيب ، في حين أنها بلغت للرأس من الأبقار حوالي ١٠٠ ، ٩٠ ، ٧٠ و ٢٠ جنيهاً في المسلك التسويقي الأول ، الثاني ، الثالث والرابع على نفس الترتيب .

جدول (٦) تكاليف العمليات التسويقية للرأس من ماشية اللبن بعينة الدراسة بمحافظة الغربية عام ٢٠١٧

الأهمية النسبية	المتوسط	المسالك التسويقية				النوع	العملية
		الرابع	الثالث	الثاني	الأول		
١١,٥	٨٤	٥٠	٨٥	٩٧	١٠٤	جاموس	النقل
١٢,٧	٧٦	٤٣	٧٧	٨٧	٩٥	أبقار	
٤,٨	٣٥	-	٢٥	٤٥	٧٠	جاموس	أجور عمال
٥,٨	٣٥	-	٣٥	٤٠	٦٥	أبقار	
٦,٢	٤٥	٣٥	٤٠	٥٠	٥٥	جاموس	مصروفات أخرى*
٦,٦	٤٠	٣٠	٤٠	٤٥	٥٠	أبقار	
٨,٢	٦٠	٤٠	٦٠	٦٥	٧٥	جاموس	عمولات وسمسرة
٦,٦	٤٠	٣٥	٤٠	٥٥	٦٠	أبقار	
١٢,٣	٩٠	-	١١٠	١٢٠	١٣٠	جاموس	رسوم السوق
١١,٧	٧٠	٢٠	٧٠	٩٠	١٠٠	أبقار	
٤٣	٣١٤	١٢٥	٣٢٠	٣٧٧	٤٣٤	جاموس	اجمالي تكلفة العمليات
٤٤,٨	٢٦٩	١٢٨	٢٦٢	٣١٧	٣٧٠	أبقار	
٥٧	٤١٥	١٥٧,٨	٢٤٠	٥٨٢,٨	٦٧٧,٨	جاموس	أرباح الوسطاء
٥٥,٢	٣٣١	٩٤,١	١٦٢,١	٥١٣	٥٥٥	أبقار	
١٠٠	٧٢٩	٢٨٢,٨	٥٦٠	٩٥٩,٨	١١١١,٨	جاموس	اجمالي التكاليف التسويقية
١٠٠	٦٠٠	٢٢٢	٤٢٤	٨٣٠	٩٢٥	أبقار	

* المصروفات تتمثل في المصروفات الشخصية للوسطاء من طعام وشراب هم ومن يعاونهم من الساحبين والحبالين بالإضافة الى تكلفة تغذية ورعاية الحيوانات .

المصدر : بيانات عينة الدراسة عام ٢٠١٧ .

ومن البيانات بالجدول رقم (٦) يتضح أن اجمالي تكلفة العمليات التسويقية للرأس من الجاموس الحلاب تقدر بحوالي ٤٣٤ ، ٣٧٧ ، ٣٢٠ و ١٢٥ جنيهاً في المسلك التسويقي الأول ، الثاني ، الثالث والرابع على الترتيب ، في حين أنها بلغت للرأس من الأبقار حوالي ٣٧٠ ، ٣١٧ ، ٢٦٢ و ١٢٨ جنيهاً في المسلك التسويقي الأول ، الثاني ، الثالث والرابع على نفس الترتيب ، كما يتضح أن أرباح الوسطاء التسويقيين قد

بلغت للرأس من الجاموس الحلاب حوالى ٦٧٧,٨ ، ٥٨٢,٨ ، ٢٤٠ و ١٥٧,٨ جنيهاً فى المسلك التسويقي الأول ، الثانى ، الثالث والرابع على الترتيب ، فى حين أنها بلغت للرأس من الأبقار حوالى ٥٥٥ ، ٥١٣ ، ١٦٢,١ و ٩٤,١ جنيهاً فى المسلك التسويقي الأول ، الثانى ، الثالث والرابع على نفس الترتيب ، وتمثل أرباح الوسطاء حوالى ٦٠ ٪ من اجمالى التكاليف التسويقية فى المسلك الأول والثانى للجاموس والأبقار .

٣- الكفاءة التسويقية للمسالك التسويقية لماشية اللبن بعينة الدراسة بمحافظة الغربية

تعرف الكفاءة التسويقية^(٣) بأنها معظمة النسبة بين - ناتج التسويق - المتمثل فى إشباع رغبات المستهلك من السلع والخدمات والذي يعبر عنه بالأسعار التى يدفعها المستهلك وبين اجمالى عناصر الإنتاج المستخدمة فى العملية التسويقية ، أى أن الكفاءة التسويقية هى معظمة النسبة بين مخرجات ومدخلات النشاط التسويقي، و تحسب الكفاءة التسويقية من المعادلة التالية:

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - \left(\frac{\text{جملة التكاليف التسويقية}}{\text{جملة التكاليف الإنتاجية} + \text{التكاليف الإنتاجية}} \times 100 \right)$$

ويوضح الجدول رقم (٧) المسالك التسويقية لماشية اللبن من الجاموس والأبقار بعينة الدراسة ، ومن الجدول يتضح أنه كلما زاد عدد الوسطاء كلما انخفض نصيب المربي من سعر البيع النهائى، مما يؤدى الى زيادة الهوامش التسويقية وبالتالي تتخفض الكفاءة التسويقية بزيادة عدد الوسطاء فى المسلك التسويقي الواحد، ويتضح من بيانات الجدول أن متوسط السعر للرأس من المربي المنتج يبلغ حوالى ٢٤٦٥٧,١ و ٢١٤٢٥,٩ جنيهاً للرأس من الجاموس والأبقار الخليط الحلابة على الترتيب ، يزداد هذا السعر بانخفاض أعداد الوسطاء التسويقيين حيث بلغ متوسط السعر للرأس من الجاموس نحو ٢٤٥٣٨,٢ ، ٢٤٥٢٠,٢ ، ٢٤٧٢٠ و ٢٤٨٥٠ جنيهاً فى المسلك التسويقي الأول، الثانى، الثالث و الرابع على الترتيب ، فى حين بلغ متوسط السعر للرأس من الأبقار نحو ٢١٣٢٥ ، ٢١٢٧٧ ، ٢١٥٢٥,٩ و ٢١٥٧٥,٧ جنيهاً فى المسلك التسويقي الأول ، الثانى ، الثالث و الرابع على نفس الترتيب ، كما يتضح من البيانات أن متوسط سعر بيع الرأس من الجاموس للمربي المشتري نحو ٢٥٦٥٠ ، ٢٥٤٨٠ ، ٢٥٢٨٠ و ٢٥١٢٢,٨ جنيهاً فى المسلك التسويقي الأول ، الثانى ، الثالث و الرابع على الترتيب ، وبلغ متوسط سعر بيع الرأس من الأبقار للمربي المشتري نحو ٢٢٢٥٠ ، ٢٢١٢٥ ، ٢١٩٥٠ و ٢١٧٩٧,٨ جنيهاً على نفس الترتيب.

جدول (٧) المسالك التسويقية و كفاءتها التسويقية لماشية اللبن بعينة الدراسة بمحافظة الغربية عام ٢٠١٧

المتوسط	المسالك التسويقية				النوع	المتغيرات
	الرابع	الثالث	الثانى	الأول		
٢٤٦٥٧,١	٢٤٨٥٠	٢٤٧٢٠	٢٤٥٢٠,٢	٢٤٥٣٨,٢	جاموس	متوسط سعر شراء الرأس من المربي البائع بالجنيه
٢١٤٢٥,٩	٢١٥٧٥,٧	٢١٥٢٥,٩	٢١٢٧٧	٢١٣٢٥	أبقار	
٢٥٣٨٥,٧	٢٥١٢٢,٨	٢٥٢٨٠	٢٥٤٨٠	٢٥٦٥٠	جاموس	متوسط سعر بيع الرأس للمربي المشتري بالجنيه
٢٢٠٧٥,٧	٢١٧٩٧,٨	٢١٩٥٠	٢٢١٢٥	٢٢٢٥٠	أبقار	
١٩١٥٠,١	١٩٠١٠,٦	١٩١١١	١٩٢٢٨	١٩٢٥٠,٨	جاموس	متوسط تكلفة الإنتاج للرأس بالجنيه
١٥٨٨٩,٢	١٥٦٤٠,٨	١٥٧٨٠,٢	١٦٠٤٥,١	١٦٠٩٠,٧	أبقار	
٧٢٨,٦	٢٨٢,٨	٥٦٠	٩٥٩,٨	١١١١,٨	جاموس	الهوامش التسويقية للرأس الحلابة بالجنيه
٦٠٤,٨	٢٢٢,١	٤٢٤,١	٨٤٨	٩٢٥	أبقار	
٩٦,٩	٩٨,٨	٩٧,٧	٩٦	٩٥,٤	جاموس	متوسط نصيب البائع من السعر النهائى
٩٧,١	٩٨,٩	٩٧,٤	٩٦	٩٥,٦	أبقار	
٩٦,٣	٩٨,٥	٩٧,١	٩٥,٢	٩٤,٥	جاموس	الكفاءة التسويقية ٪
٩٦,٣	٩٨,٦	٩٧,٣	٩٤,٩	٩٤,٦	أبقار	

المصدر : بيانات عينة الدراسة عام ٢٠١٧ .

وتوضح بيانات الجدول رقم (٧) أن اجمالي الهوامش التسويقية للرأس من الجاموس فى المسالك التسويقية الأول ، الثانى ، الثالث و الرابع قد بلغ نحو ١١١١,٨ ، ٩٥٩,٨ ، ٥٦٠ ، و ٢٨٢,٨ جنيهاً على الترتيب ، فى حين بلغ للرأس من الأبقار نحو ٩٢٥ ، ٨٤٨ ، ٤٢٤,١ و ٢٢٢,١ جنيهاً على نفس الترتيب ، وبحساب الكفاءة التسويقية للمسالك الأربعة يتضح أن الكفاءة التسويقية قد بلغت للرأس من الجاموس حوالى ٩٤,٥ % ، ٩٥,٢ % ، ٩٧,١ % و ٩٨,٥ % للمسلك الأول ، الثانى ، الثالث و الرابع على الترتيب ، فى حين بلغت الكفاءة التسويقية للرأس من الأبقار حوالى ٩٤,٦ % ، ٩٤,٩ % ، ٩٧,٣ % و ٩٨,٦ % للمسلك الأول ، الثانى ، الثالث و الرابع على نفس الترتيب .

٥- أهم المؤشرات الاقتصادية لتسويق ماشية اللبن :

يتناول هذا الجزء أهم مؤشرات الربحية للمربي والوسطاء التسويقيين لماشية اللبن من الجاموس والأبقار الخليط ، باستخدام صافى العائد ونسبة العائد الكلى الى التكاليف الكلية بالإضافة لصافى العائد اليومي للمقارنة بين ما يحققه المربي والوسطاء التسويقيين ، وتوضح البيانات بالجدول (٨) أن متوسط السعر الذي يحصل عليه المربي للرأس من الجاموس بلغ حوالى ٢٤٦٥٧,١ جنيهاً وبلغ حوالى ٢١٤٢٥,٩ جنيهاً للرأس من الأبقار الخليط ، فى حين بلغ سعر البيع بالسوق لمربي آخر حوالى ٢٥٣٨٥,٧ جنيهاً للرأس من الجاموس و ٢٢٠٧٥,٧ جنيهاً للرأس من الأبقار الخليط، وبذلك يبلغ متوسط نصيب الوسطاء التسويقيين حوالى ٧٢٨,٦ و ٦٠٤,٨ جنيهاً للرأس من الأبقار الخليط ، كما يتضح أن متوسط تكلفة الرأس من الجاموس الحلاب بلغ حوالى ١٩١٥٠,١ جنيهاً وبلغ حوالى ١٥٨٨٩,٢ جنيهاً للرأس الحلاب من الأبقار الخليط، وبذلك فإن المربي يحقق صافى عائد سنوى بلغ حوالى ٥٥٠,٧ جنيهاً للرأس من الجاموس الحلاب وحوالى ٥٥٣٦,٧ جنيهاً للرأس الحلاب من الأبقار الخليط ، بينما يحقق الوسطاء صافى عائد بلغ حوالى ٤١٨,٣ جنيهاً للرأس من الجاموس الحلاب وحوالى ٣١٩,٣ جنيهاً للرأس الحلاب من الأبقار الخليط.

جدول (٨) أهم المؤشرات الاقتصادية لتسويق ماشية اللبن بمحافظة الغربية عام ٢٠١٧

المتغيرات	الجاموس	الأبقار
متوسط سعر شراء الرأس من المربي البائع بالجنيه	٢٤٦٥٧,١	٢١٤٢٥,٩
متوسط سعر بيع الرأس للمربي المشتري بالجنيه	٢٥٣٨٥,٧	٢٢٠٧٥,٧
متوسط تكلفة الإنتاج للرأس بالجنيه	١٩١٥٠,١	١٥٨٨٩,٢
متوسط هامش الربح الكلى للرأس بالجنيه	٦٢٣٥,٦	٦١٤١,٥
متوسط نصيب الوسطاء من الرأس الحلابه بالجنيه	٧٢٨,٦	٦٠٤,٨
متوسط صافى العائد للمربي البائع بالجنيه	٥٥٠,٧	٥٥٣٦,٧
متوسط تكاليف العمليات التسويقية للرأس بالجنيه	٣١٠,٣	٢٨٥,٥
متوسط نسبة العائد للتكاليف للمربي البائع	١,٢٨	١,٣٥
متوسط نسبة العائد للتكاليف للوسطاء	٢,٣٥	٢,١٣
التكلفة اليومية للرأس عند المربي*	٥٢,٤	٤٣,٥
العائد اليومي للرأس عند المربي*	٦٧,٥	٥٨,٧
العائد اليومي للرأس لدى الوسطاء**	٢٤٢,٩	٣٠٢,٤
صافى العائد اليومي للمربي بالجنيه	١٥,١	١٥,٢
صافى العائد اليومي للوسطاء بالجنيه	١٣٩,٤	١٥٩,٧

* تم الحساب على أساس أن الرأس تمكث عند المزارع عام (٣٦٥ يوم)

** تم الحساب على أساس أن الرأس من الجاموس تمكث عند التاجر ٣ يوم ، الأبقار ٢ يوم .

المصدر : بيانات عينة الدراسة عام ٢٠١٧ .

كما يتضح من البيانات أن صافى العائد اليومي للمربي يبلغ حوالى ١٥,١ جنيهاً للرأس من الجاموس الحلاب و حوالى ١٥,٢ جنيهاً للرأس الحلاب من الأبقار الخليط ، بينما يحقق الوسطاء صافى عائد يومي بلغ حوالى ١٣٩,٤ جنيهاً للرأس من الجاموس الحلاب وحوالى ١٥٩,٧ جنيهاً للرأس الحلاب من الأبقار الخليط،

ومما سبق يتضح أن الوسطاء التسويقيين يحققون عائد يقدر بحوالى ١١,٧ ٪ و ٩,٨ ٪ من صافى العائد الكلى للرأس من الجاموس الحلاب والأبقار الخليط الحلابة على الترتيب .

كما توضح البيانات بالجدول (٨) أن نسبة العائد للتكاليف للمربى قد بلغت حوالى ١,٢٨ و ١,٣٥ للرأس من الجاموس الحلاب والأبقار الخليط الحلابة على الترتيب، وبلغت تلك النسبة للوسطاء حوالى ٢,٣٥ و ٢,١٣ للرأس من الجاموس والأبقار الخليط الحلابة على الترتيب ، وهذا يعنى أن المربى يحصل على عائد عن كل جنينه ينفقه على تربية ماشية اللبن يقدر بحوالى ٠,٢٨ و ٠,٣٥ جنياً للرأس من الجاموس الحلاب والأبقار الخليط الحلابة على الترتيب ، فى حين يحقق الوسطاء عائد عن كل جنينه ينفقه فى تجارة ماشية اللبن يقدر بحوالى ١,٣٥ و ١,١٣ جنيتهاً للرأس من الجاموس الحلاب والأبقار الخليط الحلابة على الترتيب .

ثالثاً : العوامل المؤثرة على أسعار ماشية اللبن

نظراً لعدم وجود معيار أو مقياس ثابت لتسعير ماشية اللبن بأسواق الحيوانات الحية فإن عملية تسعير تلك الحيوانات تعتمد على خبرة التجار بالإضافة للعرض والطلب وموسم الولادات والتي غالباً ما تكون فى فصل الشتاء حيث يتوافر البرسيم (العلف الأخضر) بكميات كبيرة ، إلا أن خبرة التجار تلعب الدور الرئيسى فى تحديد ثمن الحيوان ، وتعتمد خبرة التجار على معاينة الحيوان من عدة نقاط رئيسية أهمها عمر الحيوان ووزنه و إنتاجه اليومي من اللبن ، وفى هذا القسم من الدراسة سوف يتم دراسة أهم العوامل المؤثرة على أسعار ماشية اللبن .

توصيف متغيرات الدراسة

يوضح الجدول (٩) أن متوسط سعر البيع النهائى للرأس من الجاموس الحلابة بلغ حوالى ٢٥٣٨٥,٧ جنيهاً، كما بلغ متوسط إنتاج اللبن للرأس من الجاموس الحلابة حوالى ٨,١ كيلوجرام /يوم ، وبلغ متوسط عمر الرأس من الجاموس الحلابة حوالى ٨,١ سنة ، وبلغ متوسط وزن الرأس حوالى ٦٤٥,٧ كيلو جرام.

جدول (٩) توصيف متغيرات الدراسة بعينة الدراسة عام ٢٠١٧

المتغيرات	الجاموس	الأبقار
متوسط ثمن بيع الرأس فى السوق	٢٥٣٨٥,٧	٢٢٠٧٥,٧
متوسط إنتاجية اللبن للرأس كجم / يوم	٨,١	١٥,٦
متوسط عمر الرأس بالسنة	٨,١	٦,١٣
متوسط وزن الحيوان بالكيلوجرام	٦٤٥,٧	٥٠١,٩

المصدر : بيانات عينة الدراسة عام ٢٠١٧ .

أهم العوامل المؤثرة على سعر الجاموس الحلاب بعينة الدراسة

لدراسة العوامل المؤثرة فى سعر الجاموس الحلاب تم استخدام أسلوب الانحدار المتعدد المرحلى بين العوامل المستقلة والمتغير التابع، وتم المفاضلة بين أفضل النماذج وفقاً لأهم المؤشرات الإحصائية لقيم (R²) ، (F) و (T) للنماذج الرياضية، وقد تم اختيار النموذج اللوغارتمى المزدوج حيث تبين أنه الأفضل من الناحية الإحصائية ويتفق مع المنطق الفنى والاقتصادي .

$$\ln Y = 8.3 + 0.31 \ln x_1 + 0.13 \ln x_2 + 0.02 \ln x_3 \quad \text{----- (1)}$$

$$(15.03)** \quad (14.2)** \quad (-6.86)**$$

$$R^2 = 0.97 \quad F = 567.8$$

حيث (X₁) هى إنتاج اللبن اليومي للحيوان ، (X₂) هى وزن الحيوان و (X₃) هى عمر الحيوان .

توضح المعادلة رقم (١) أهم العوامل المؤثرة على سعر الرأس من الجاموس الحلاب بأسواق الماشية بمحافظة الغربية ، ومن المعادلة يتضح أن إنتاجية الحيوان من اللبن تأتى فى المرتبة الأولى ، حيث أن زيادة إنتاجية اللبن بمقدار ١٠ ٪ تؤدي إلى زيادة سعر الحيوان بنحو ٣,١ ٪ ، وأن هذه الزيادة معنوية إحصائياً عند مستوى ٠,٠١ ، كما يتضح من المعادلة السابقة أن زيادة وزن الرأس الحلابة من الجاموس بمقدار ١٠ ٪ تؤدي إلى زيادة سعر الحيوان بنحو ١,٣ ٪ ، وأن هذه الزيادة معنوية عند مستوى ٠,٠١ ، كما يتضح أن زيادة

عمر الحيوان بنحو ١٠ ٪ تؤدي إلى زيادة سعر الحيوان بنحو ٠,٢ ٪ وأن هذه الزيادة عند مستوى ٠,٠١ ، كما يتضح من المعادلة أن ٩٧ ٪ من التغيرات التي تحدث في سعر حيوانات اللبن من الجاموس ترجع إلى التغيرات في الشكل الظاهري للحيوان وإنتاجية اللبن ووزن الحيوان وعمره ، كما توضح قيمة (F) التي بلغت نحو ٥٦٧,٨ معنوية النموذج المقدر لشرح العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة .

أهم العوامل المؤثرة على سعر الأبقار الخليط الحلابة بعينة الدراسة

لدراسة العوامل المؤثرة في سعر الأبقار الخليط الحلابة فقد تم استخدام أسلوب الانحدار المتعدد المرحلي بين العوامل المستقلة والمتغير التابع ، وتم المفاضلة بين أفضل النماذج وفقاً لأهم المؤشرات الإحصائية لقيم (R^2) ، (F) و (T) للنماذج الرياضية ، وتم اختيار النموذج اللوغارتمي المزدوج وذلك حيث أنه الأفضل من الناحية الإحصائية ويتفق مع المنطق الفنى والاقتصادي.

$$\ln Y = 7.3 + 0.23 \ln x_1 + 0.15 \ln x_2 + 0.04 \ln x_3 \quad \text{--- (2)}$$

$$(12.99)** \quad (8.9)** \quad (5.6)**$$

$$R^2 = 0.98 \quad F = 379.8$$

حيث (x_1) هي إنتاج اللبن اليومي للحيوان ، (x_2) هي وزن الحيوان و (x_3) هي عمر الحيوان .
و توضح المعادلة رقم (٢) أهم العوامل المؤثرة على سعر الرأس الأبقار الخليط الحلابة بأسواق الماشية بمحافظة الغربية ، ومن المعادلة يتضح أن إنتاجية اللبن لها الأثر الأكبر في تحديد السعر حيث أن كل زيادة في إنتاجية اللبن بمقدار ١٠ ٪ يؤدي إلى زيادة في سعر الحيوان من الأبقار الخليط الحلابة بحوالي ٢,٣ ٪ ، وان هذه الزيادة معنوية عند مستوى المعنوية ٠,٠١ ، كما يتضح من المعادلة أن زيادة وزن الحيوان بمقدار ١٠ ٪ تؤدي إلى زيادة سعر الحيوان بنحو ١,٥ ٪ ، وأن هذه الزيادة معنوية إحصائياً عند مستوى المعنوية ٠,٠١ ، كما يتضح من المعادلة السابقة أن زيادة عمر الحيوان بنحو ١٠ ٪ تؤدي إلى زيادة سعر الحيوان بنحو ٠,٤ ٪ وأن هذه الزيادة معنوية إحصائياً عند مستوى المعنوية ٠,٠١ ، كما يتضح من المعادلة أن ٩٨ ٪ من التغيرات التي تحدث في سعر حيوانات اللبن من الأبقار الخليط الحلابة ترجع إلى التغيرات في الشكل الظاهري للحيوان وإنتاجية اللبن ووزن الحيوان وعمره ، كما توضح قيمة (F) التي بلغت نحو ٣٧٩,٨ معنوية النموذج المقدر لشرح العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة.

المقياس الإسترشادي لتسعير حيوانات اللبن بأسواق الماشية

يتناول هذا القسم من الدراسة التطبيق الفعلي في النماذج المقدره للعوامل المؤثرة في أسعار ماشية اللبن من الجاموس والأبقار الخليط والتي ، والتي سبق شرحها في القسم السابق ليستعين بها المربي عند البيع أو الشراء داخل الأسواق ، وعلى ضوء النماذج يستطيع المربي تحديد سعر تقريبي لحيواناته التي يرغب في بيعها أو شراؤها ، ويوضح الجدول (١٠) الأسعار الإسترشادية لكل حيوان من الجاموس الحلاب للإنتاجية

جدول (١٠) الأسعار الإسترشادية لمربي الجاموس الحلاب وفقاً للنموذج المقدر بالدراسة

الإنتاجية كجم /يوم	وزن الحيوان كجم	عمر الحيوان بالسنوات	السعر الإسترشادي بالجنيه
٢	٤٠٠	٣	١٩٤٥٣
٣	٤١٠	٤	٢٠٨٧١
٤	٤٢٠	٥	٢١٣٨٩
٥	٤٣٠	٦	٢٢٤٤٣
٦	٤٤٠	٧	٢٣٥٦٧
٧	٤٥٠	٨	٢٤٤٣٨
٨	٤٦٠	٩	٢٤٩٠٣
٩	٤٧٠	١٠	٢٥٢٣١
٥	٤٨٠	٣	٢٥٤٤٧
٦	٤٩٠	٤	٢٦٢٨٣
٧	٥٠٠	٥	٢٦٦٤٤
٨	٥١٠	٦	٢٦٧٣٣
٩	٥٢٠	٧	٢٧١٢٣
١٠	٥٣٠	٨	٢٧٩٥٧
١١	٥٤٠	٩	٢٨٣٤٩

٢٩١٢٣	١٠	٥٥٠	١٢
٣٠٣٦٠	٤	٥٦٠	٧
٣٠٥٢٣	٥	٥٧٠	٨
٣١٢٠٠	٦	٥٨٠	٩
٣١٨٩٢	٧	٥٩٠	١٠
٣١٥٩٦	٨	٦٢٠	١١
٣١٩٥٤	٩	٦٣٠	١٢
٣١٣١٦	١١	٦٥٠	١٤

المصدر : حسب من النموذج المقدر من بيانات الدراسة .

اليومية من اللبن ، ووزن الحيوان وعمره ، كما يوضح الجدول (١١) الأسعار الاسترشادية لكل حيوان من الأبقار الخليط الحلابة وفقا للإنتاجية اليومية من اللبن ، ووزن الحيوان وعمره .

جدول (١١) الأسعار الاسترشادية لمربي الأبقار الخليط الحلابة وفقا للنموذج المقدر بالدراسة

الإنتاجية كجم /يوم	وزن الحيوان كجم	عمر الحيوان بالسنوات	السعر الاسترشادي بالجنيه
٦	٣٨٠	٣	١٥٩٨٧
٧	٣٩٠	٤	١٦٧٠٩
٨	٤١٥	٥	١٦٩٦٩
٩	٤٣٠	٦	١٧٩٠١
١٠	٤٠٥	٧	٢٠٤٩٨
١١	٤٦٠	٨	٢١٠٤٩
١٢	٤٣٠	٣	٢١٥٨٣
١٣	٤٤٠	٤	٢١٦٣٦
١٤	٤٥٠	٥	٢٢٣٣٣
١٥	٤٦٠	٦	٢٢١٦٣
١٦	٤٧٠	٧	٢٤٨٠٧
١٧	٤٨٠	٨	٢٢٤٧١
١٨	٤٩٠	٣	٢٥٣٨٩
١٩	٥٠٠	٤	٢٥٨٦١
٢٠	٥١٠	٥	٢٦٨٣٥
٢٣	٥٢٠	٦	٢٧٣٧١
٢٥	٥٣٠	٧	٢٧٩٤٧
٢٨	٥٤٠	٨	٣٢٣٢٩
٣٠	٥٥٠	٩	٣٢٨٦١

المصدر : حسب من النموذج المقدر من بيانات الدراسة .

المشاكل التسويقية لماشية اللبن ووسائل التغلب عليها

يتضمن هذا القسم من الدراسة التعرف على المشكلات التسويقية ووضع المقترحات التي يمكن من خلالها تحقيق الكفاءة التسويقية لماشية اللبن من الجاموس على مختلف مستويات المسلك التسويقي ، وذلك من خلال التعرف على المشاكل التسويقية لكل من المربين والوسطاء التسويقيين حتى يمكن تبنى وضع إستراتيجية عامة تؤدي إلى تغييرات هيكلية في سوق ماشية اللبن أساسها إتاحة نظم المعلومات السوقية التي تعمل على تحسين وتطوير سبل اتخاذ القرارات التسويقية المتعلقة بعمليات البيع والشراء على مختلف مستويات المسلك التسويقي والبنية التسويقية الأساسية التي تعمل على تحسين الكفاءة التسويقية ، وبصفة عامة يمكن تقسيم المشاكل التسويقية لماشية اللبن الى ما يلي :

أولاً: مشاكل خاصة بالأسواق

١- عدم عدالة توزيع تلك الأسواق داخل النطاق الإداري لمراكز المحافظة حيث تبين من الدراسة أنه في الوقت الذي يوجد به أكثر من سوق داخل المركز الواحد مثال السنطه وزفتى ، إلا أنه لا يوجد أسواق للحيوانات الحية في بعض المراكز وهي مراكز طنطا وكفر الزيات .

٢- ضعف البنية الأساسية والإمكانات المتاحة بأسواق الحيوانات الحية والتي من أهمها عدم وجود موازين للحيوانات الحية داخل الأسواق، مما ترتب عليه نقص المعلومات التسويقية عن الحيوانات الحية التي يتم التعامل عليها بالأسواق مما يزيد من المخاطر التسويقية ، بالإضافة الى عدم وجود دورات مياه ومقرات بيطرية للتعرف على الحيوانات المريضة واستبعادها من عمليات البيع والشراء

٣- التقلبات الدورية التي تنتاب المعروض من الحيوانات الحية في الأسواق والتي أوضحت نتائج الدراسة أنها تقلبات تعزى في الشطر الأكبر منها إلى ظروف الإنتاج كل عدة سنوات ويرجع ذلك إلى تعرض الثروة الحيوانية في مصر إلى الإصابة بمرض الحمى القلاعية و التهاب الضرع وهي أمراض وبائية سريعة الانتشار يصيب الحيوانات ذات الظلف المشقوق المستأنسة منها والبرية كالأبقار والجاموس والأغنام والماعز والخنازير والجمال والغزلان، حيث تمثلت آثاره في مصر خلال الفترة (من ٢٦ فبراير ٢٠١٢ وحتى نهاية ابريل من نفس العام) من التسبب في إصابة ٩٣,٩٦٩ ألف رأس من الحيوانات المزرعية شفى منها حوالي ٧٢,٥٦٥ ألف رأس بينما بلغ عدد الحيوانات النافقة ٢٦,٠٤٣ ألف رأس وهو ما ترتب عليه نقص عدد الرؤوس الحيوانية بالإضافة إلى خسارة صغار الزراع بالقطاع التقليدي^(٧) ، فى حين بلغ عدد الحيوانات المصابة بمحافظة الغربية ٤٨٠٨٥ رأساً من الأبقار والجاموس وبلغ عدد الحيوانات النافقة ٧٠٣٤ رأساً من الجاموس والأبقار فى نفس العام^(٩) .

ثانياً: المشاكل التسويقية لمربي حيوانات اللبن من الجاموس والأبقار الخليط

توضح بيانات عينة الدراسة أن أهم المشاكل التسويقية من وجهة نظر المربين بائعين أو مشتريين على مستوى إجمالى العينة تتمثل في :

- ١- انخفاض الأسعار عند البيع وارتفاعها عند الشراء .
- ١- طمع التجار والسماسة في المربين وتحكمهم في الأسعار في السوق .
- ٢- ضعف المستوى الأمنى بالأسواق مما يعرض المترددين على الأسواق للسرقة وانتشار النقود المزورة
- ٣- ضيق المكان المحدد لعرض الحيوانات مما يجعل عملية معاينة الحيوان وتحديد السعر المناسب صعبة
- ٤- ارتفاع رسوم خروج الرأس من السوق وارتفاع تكاليف النقل الى السوق .

ثالثاً : المشاكل التسويقية للوسطاء التسويقيين

كما توضح بيانات عينة الدراسة أن أهم المشاكل التسويقية بأسواق الحيوانات الحية من وجهة نظر الوسطاء التسويقيين تتمثل في :

- ١- ارتفاع رسوم خروج الرأس من السوق .
- ١- ضعف عملية تأمين الأسواق مما يؤدي إلى حدوث خلافات ومشاكل بين رواد السوق ينتج عنها خسائر كبيرة للوسطاء التسويقيين تتمثل في إصابة حيواناتهم أو سرقة أموالهم .
- ٢- كثرة عدد الشركاء وقيامهم بفرض أنفسهم على المشتري (التاجر) ومطالبته بالعمولة .

الملخص

يتم تسويق حيوانات اللبن من الأبقار والجاموس فى أسواق الماشية بدون مقياس أو معيار محدد يمكن على أساسه تقدير القيمة السوقية للحيوان أو تحديد هذه القيمة ولو بالتقريب، ، حيث أن المربين والتجار وهما طرفا العملية التسويقية يعتمدون عند البيع على نظام المساومة والقدرة على إقناع الطرف الآخر بالسعر، مما يؤدي الى تعرض المربين لجشع التجار وظروف تسويقية تؤدي إلى خسارته وفقدان جزء كبير

من قيمة الحيوان، وتهدف هذه الدراسة إلى تحديد أهم العوامل المؤثرة على أسعار حيوانات اللبن من الجاموس والأبقار في أسواق الماشية ولقد أوضحت الدراسة أهم النتائج التالية :

١- أن اجمالي تكلفة العمليات التسويقية للرأس من الجاموس الحلاب تقدر بحوالى ٤٣٤، ٣٧٧، ٣٢٠ و١٢٥ جنيهاً في المسلك التسويقي الأول، الثانى، الثالث والرابع على الترتيب، فى حين أنها بلغت للرأس من الأبقار حوالى ٣٧٠، ٣١٧، ٢٦٢ و١٢٨ جنيهاً فى المسالك التسويقية السابقة على نفس الترتيب .

٢- أن أرباح الوسطاء التسويقيين قد بلغت للرأس من الجاموس الحلاب حوالى ٦٧٧،٨ ، ٥٨٢،٨ ، ٢٤٠ و١٥٧،٨ جنيهاً فى المسلك التسويقي الأول ، الثانى ، الثالث والرابع على الترتيب ، فى حين أنها بلغت للرأس من الأبقار حوالى ٥٥٥ ، ٥١٣ ، ١٦٢،١ و٩٤،١ جنيهاً فى المسالك السابقة على نفس الترتيب

٣- أن أهم العوامل المؤثرة فى أسعار الجاموس بأسواق الماشية هى إنتاجية اللبن اليومية ،عمر الحيوان ووزن الحيوان ، حيث أن زيادة إنتاجية اللبن بمقدار ١٠ ٪ تؤدى إلى زيادة سعر الحيوان بنحو ٣،١ ٪ ، وأن زيادة وزن الرأس الحلابة من الجاموس بمقدار ١٠ ٪ تؤدى إلى زيادة سعر الحيوان بنحو ١،٣ ٪ ، كما أن زيادة عمر الحيوان بنحو ١٠ ٪ تؤدى إلى زيادة سعر الحيوان بنحو ٠،٢ ٪ .

٤- أن كل زيادة فى إنتاجية اللبن بمقدار ١٠ ٪ يؤدى إلى زيادة فى سعر الحيوان من الأبقار الخليط الحلابة بحوالى ٢،٣ ٪ ، و أن زيادة وزن الحيوان بمقدار ١٠ ٪ تؤدى إلى زيادة سعر الحيوان بنحو ١،٥ ٪ ، كما أن زيادة عمر الحيوان بنحو ١٠ ٪ تؤدى إلى زيادة سعر الحيوان بنحو ٠،٤ ٪ .

٥- أن المربى يحصل على عائد عن كل جنينه ينفقه على تربية ماشية اللبن يقدر بحوالى ٠،٢٨ و ٠،٣٥ جنيهاً للرأس من الجاموس الحلاب والأبقار الخليط الحلابة على الترتيب ، فى حين يحقق الوسطاء عائد عن كل جنينه ينفقه فى تجارة تربية ماشية اللبن يقدر بحوالى ١،٣٥ و ١،١٣ جنيهاً للرأس من الجاموس الحلاب والأبقار الخليط الحلابة على الترتيب .

التوصيات :

١- الاهتمام بتسجيل البيانات بالأسواق عن الحيوانات من حيث النوع والأعداد المباعه وغير المباعه
٢- ضرورة توفير المعلومات السوقية لرواد السوق من المربين بائعين ومشتريين لحمايتهم من جشع التجار والسامسة .

٣- رفع المستوى الأمنى اللازم لتأمين رواد السوق من السرقة والنصب .
٤- توعية المربين لماشية اللبن بأهمية عمل بطاقات تعريف لحيواناتهم موضحا بها الأصول الوراثية وأهم المؤشرات الإنتاجية للحيوان وذلك حتى يمكن الحصول على السعر المناسب للحيوان .
٥- تطوير أسواق الحيوانات وتوفير البنية الأساسية ومركز معلومات ونقطة أمن .

المراجع :

١- إبراهيم سليمان محمد عبده ، محمد جابر عامر ، احمد فؤاد محمد مشهور (دكاترة) دراسة نظم تسويق المنتجات الحيوانية فى مصر ، أكاديمية البحث العلمى والتكنولوجيا ، ٢٠٠٦ .
٢- تامر محمد عدلان ، دراسة اقتصادية لتسويق حيوانات اللحوم الحمراء بمحافظة البحيرة ، رسالة دكتوراه ، قسم الاقتصاد الزراعى ، كلية الزراعة ،جامعة بدمنهور ، عام ٢٠١٤ .

- ٣- جميل عبد الحميد جاب الله (دكتور) التسويق الزراعي ، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة ، جامعه المنصورة .
- ٤- حامد عبد الشافي هدهد (دكتور)، أسس إدارة الأعمال المزرعية ، جامعة المنصورة ، كلية الزراعة . قسم الاقتصاد الزراعي ، عام ٢٠٠٤ .
- ٥- حسين السيد حسين ،دراسة اقتصادية لتسويق الجاموس الحلاب فى منطقة وسط الدلتا بمصر ، رسالة ماجستير ، قسم الاقتصاد الزراعي ، كلية الزراعة ، جامعة المنوفية ، ١٩٨٥ .
- ٦- رجب مغاوى على زين ، دراسة اقتصادية لتسويق إناث الأبقار بمنطقة وسط الدلتا ، رسالة ماجستير ، قسم الاقتصاد الزراعي ، كلية الزراعة بشبين الكوم ، جامعة المنوفية ، ١٩٨٦ .
- ٧- سمير عطية عرام، أمال محمد المغازى، سلمى صلاح الدين عبود، (دكاترة) - دراسة تحليلية لأثر انتشار الحمى القلاعية على اقتصاديات الإنتاج الحيوانى في مصر (دراسة حالة في محافظتى الشرقية والإسماعيلية) - المؤتمر العشرون للاقتصاديين الزراعيين، أكتوبر، ٢٠١٢ .
- ٨- مصطفى إبراهيم أبو سعد (دكتور) ، الميزة النسبية لمصر فى انتاج وتصدير الأنتجة الزراعية الرئيسية اللابستانية فى اطار التحرر الاقصادى ، قسم الاقتصاد الزراعي ، كلية الزراعة ، جامعة المنوفية ، ١٩٩٦ .
- ٩- محافظة الغربية ، مديرية الطب البيطرى ،الإدارة العامة للوقاية ، عام ٢٠١٢ .
- ١٠- محافظة الغربية ، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ، الإدارة العامة للشئون الاقتصادية .
- ١١- مديرية الزراعة بالغربية ، إدارة الإنتاج الحيوانى ، بيانات غير منشورة .

An Economic Study for Dairy Cattle Marketing in Gharbia Governorate

M.A .GORAPA. M. A. Elsayy. M. R .Grgs

Summary

The marketing of dairy animal from the buffalo and caws in Egypt has no criterion to evaluate the price. The price of the dairy animal appreciate by bargain between the buyer (the farmer) who did not know any limit about the price of his animal and the seller merchant who know all the information of the market and depend on the bargain which will be with the side of the expert merchant . The aim of the study was to determine the factors impact the prices of the dairy animals from the buffalo and caws.

The most important results are :

1- The total marketing cost of the head from during dairy buffalo was about 434 . 377. 320 and 125 pounds in the first . second. third and fourth marketing channels and for the dairy cow was about 370 . 317 . 260 and 128 pounds in the same marketing channels respectively.

2- The profits of the middlemen for the head of dairy buffalo was about 677.8 . 582.8 . 240 and 157.8 pounds and for the dairy cow was about 555 . 513 . 162 . and 94 pounds in the first . second . third and the fourth marketing channels respectively.

3- The most factors effected on the prices of the dairy buffalo and cows in the market to were quantity of milk . the age of the animal and the weight.

4- Every increasing in producing milk by 10% lead to increased the price of the dairy buffalo by 3.1. Increase in the weight of the animal by 10% leads increase its price by 1.3% . increase the animal age by 10% . increased the price by 0.2% .

5- For the caws every increase in the animal milk production by 10% leads increase its price by 2.3% . Increase in the weight of the animal by 10% leads increase its price by 1.5% . Increase in the age of the animal by 10% increased the price by 0.4%.

Recommendation :

- 1- Pay attention to recording the information of the animals interning in the market or going out and be viable to the breeders .researcher .
- 2- Raise the level of security around and inside the market.
- 3- Encourage the farmers and the breeders to record the information of the diary animals about the breeding value and milk recording and the genetic race.
- 4- The market of the dairy animals is a great opportunity for the extension to give the farmers and the breeders the information about improving their animal productivities and avoid diseases and the veterinarian instruction .
- 5- Developing the cattle markets and renewing the infrastructure set data and police station .