

## الكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس في محافظة الدقهلية

عبد اللطيف عطية الفاق<sup>١</sup>، دعاء حسين إبراهيم محمود<sup>١</sup>، رضوان محمود عمار<sup>٢</sup>، هند عبد المحسن لطفى محمد<sup>٢</sup>

### الملخص العربي

التخزين من قبل الحكومة بما يتناسب مع إمكانيات الزراعة، وتوفير ثلاجات حكومية، وتراوح إجمالي الفاقد التسويقي الكمي بين حد أدنى بلغ نحو ٣,٢٥% بمركز طلخا، وحد أقصى بلغ حوالي ٣,٥١% بمركز بلقاس وذلك من إجمالي الكميات الصالحة للتسويق، وكانت أهم الوسائل لتقليل الفاقد من وجهة نظر المنتجين عدم ترك البطاطس التي تم تقطيعها بدون غطاء أثناء الليل وعدم التغطية بعرض البطاطس وتغطيتها بقش أرز جيد، وأوضحت أن الفرق التسويقي المطلق بلغ حوالي ١,٤٢ ألف جنيه/للطن، كما بلغ الفرق التسويقي النسبي حوالي ٢٨,٥٨%، في حين بلغ نصيب تاجر الجملة نحو ٧١,٤٢%، وبلغت الكفاءة التسويقية لتاجر الجملة نحو ٣,٥٠% بالنسبة لمحصول البطاطس، واتضح ان أهم المشاكل التي تقابل تاجر الجملة كانت عدم إستقرار الأسعار، وعدم وجود مخازن للتبريد في السوق، وكانت أفضل الحلول المقترحة لتلك المشاكل هي الصيانة المستمرة للموازين الإلكترونية، وإستخدام وسائل نقل مناسبة وبأسعار مناسبة، وان أهم مقترحات تقيل الفاقد من وجهة نظر تاجر الجملة تمثلت في وجود تنسيق وتعاون بين السوق ومصانع التصنيع لإستيعاب الفائض، وعدم تخزين محاصيل مختلفة مع بعضها.

الكلمات الدليلية: الكفاءة التسويقية- الهوامش التسويقية- التكاليف التسويقية - الفاقد التسويقي.

### المقدمة والمشكلة البحثية

تعد دراسات الكفاءة التسويقية من الدراسات المهمة من حيث تعدد المعايير التي تستخدم لقياس تلك الكفاءة، والنظام التسويقي الكفأ يتطلب وحدات تسويقية ذات كفاءة عالية، ويأتى محصول البطاطس فى المرتبة الأولى تصديريا بالإضافة إلى دور صادرات البطاطس فى الحصول على

يعتبر محصول البطاطس من محاصيل الخضر الإستراتيجية الهامة فى مصر، وتحتل محافظة الدقهلية المركز الثالث من حيث الأهمية النسبية للمساحة المزروعة من محصول البطاطس حيث تبلغ مساحة البطاطس بها حوالي ٤٤,٦٥ ألف فدان تمثل نحو ٩,٧٦% من إجمالي مساحة البطاطس فى مصر، بينما تمثل نحو ٤٨,٥٥% من إجمالي مساحة الخضر فى نفس المحافظة والبالغ نحو ٩١,٩٦ ألف فدان عام ٢٠١٥، وتمثلت مشكلة البحث فى ارتفاع الهوامش التسويقية وانخفاض الكفاءة التسويقية أثناء المراحل التسويقية، وإرتفاع نسبة الفاقد خلال العمليات التسويقية، وقد استهدف البحث تقدير الكفاءة التسويقية والفاقد التسويقي لمحصول البطاطس فى محافظة الدقهلية على مستوى المنتجين وتجار الجملة، وفى سبيل تحقيق الهدف تم إجراء عينتين ميدانيتين بمحافظة الدقهلية بإعتبارها من أهم المحافظات فى زراعة محصول البطاطس، وتم الإستعانة بإستمارة استبيان صممت خصيصا لهذا الغرض.

وكانت أهم النتائج: بلغ إجمالي تكاليف الخدمات التسويقية لمحصول البطاطس حوالي ٩٩٠ جنيه/للطن، سعر الشراء طن البطاطس حوالي ٣,١ ألف جنيه/للطن، وقد بلغ سعر البيع حوالي ٥ آلاف جنيه/ للطن، وبلغ الفرق التسويقي المطلق حوالي ١,٥ ألف جنيه/للطن، كما بلغ الفرق التسويقي النسبي حوالي ٣١,٨٧%، وبلغ نصيب المنتج نحو ٦٨,٣% كما بلغت الكفاءة التسويقية للمنتج نحو ٤٠,٠٣%، وكانت أهم المشاكل التي تقابل المنتجين هى عدم توافر حاويات مجهزة لنقل المحصول، عدم وجود محطات خاصة لتعبئة المحصول بالمنطقة، وكانت أفضل الحلول المقترحة لتلك المشاكل هى تحديد أسعار

<sup>١</sup> قسم الاقتصاد وإدارة الأعمال الزراعية- كلية الزراعة- جامعة الإسكندرية

<sup>٢</sup> معهد بحوث الاقتصاد الزراعي - مركز البحوث الزراعية

استلام البحث فى ٢٣ ابريل ٢٠١٩، الموافقة على النشر فى ٣٠ مايو ٢٠١٩

دراسة التكاليف والكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس باستخدام عينة بحثية ومعرفة المشاكل التسويقية والحلول المقترحة لها وتقدير الفاقد التسويقي علي مستوي المنتجين وتجار الجملة بعينة الدراسة في محافظة الدقهلية.

### الأسلوب البحثي ومصادر البيانات

اعتمد البحث على كل من التحليل الاقتصادي الوصفي والكمي، واعتمد البحث على البيانات الإحصائية الثانوية المنشورة وغير المنشورة والتي تصدرها العديد من الجهات ومنها وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي، والجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، بالإضافة إلى البيانات الأولية التي تم جمعها من خلال عينتين من منتجي البطاطس وتجار الجملة بمحافظة الدقهلية.

**العينة البحثية:** العينة الأولى خاصة بمنتجي البطاطس في محافظة الدقهلية حيث جاء مركز طلخا في الترتيب الأول بنحو ٢٣,١٨٪ من جملة مساحة البطاطس بالمحافظة، ومركز بلقاس في الترتيب الثاني بنحو ٢١,٩٣٪ من جملة مساحة البطاطس بالمحافظة، وعلى ضوء بيانات وسجلات الإدارة الزراعية بكل مركز تبين الأهمية النسبية لقرية الطويلة بمركز طلخا، وقرية الستاموني بمركز بلقاس، ومن بيانات سجل ٢ خدمات بالجمعية التعاونية الزراعية بكل قرية تم حصر عدد من المنتجين المسوقين بطريقة عشوائية بلغ حوالي ٥٥ بواقع ٣١ منتجاً بمركز طلخا، ٢٤ منتجاً بمركز بلقاس وهي عينة عشوائية طبقية تمت من خلال المقابلة الشخصية لمنتجي البطاطس في محافظة الدقهلية باستخدام إستمارات الاستبيان صممت لهذا الغرض وتم التجميع خلال العام الانتاجي ٢٠١٨، والعينة الثانية خاصة بتجار الجملة لمحصول البطاطس بسوق الجملة (سوق الخضر والفاكهة بالمنصورة) وهي عينة عمدية جمعت من خلال سجلات إدارة سوق الجملة لتحديد أعداد وأسماء التجار المبحوثين.

النقد الأجنبي، وتأثيرها على الميزان الغذائي المصري حيث بلغت قيمة صادرات مصر من البطاطس حوالي ١١٠,٦٠ مليار جنيه أي بما يمثل نحو ٢,٣٠٪ من إجمالي قيمة الصادرات الزراعية المصرية البالغة نحو ٤٧٨٨,٢١٢ مليار خلال عام ٢٠١٥. (الجهاز المركزي، ٢٠١٥).

يعتبر محصول البطاطس من محاصيل الخضر الإستراتيجية الهامة في مصر، ويحتل المركز الثاني من حيث المساحة وقد بلغت المساحة المزروعة نحو ٤٥٧,٣٧ ألف فدان عام ٢٠١٥ تمثل نحو ٢١,٦٣٪ من إجمالي المساحة المزروعة بالخضر والتي قدرت بنحو ٢١١٥ ألف فدان عام ٢٠١٥، كما يبلغ متوسط استهلاك الفرد سنويا منها نحو ٢٩,٢ كجم/السنة. (الجهاز المركزي، ٢٠١٥)، وتحتل محافظة الدقهلية المركز الثالث من حيث الأهمية النسبية للمساحة المزروعة من محصول البطاطس حيث تبلغ مساحة البطاطس بها حوالي ٤٤,٦٥ ألف فدان تمثل نحو ٩,٧٦٪ من إجمالي مساحة البطاطس في مصر، بينما تمثل نحو ٤٨,٥٥٪ من إجمالي مساحة الخضر في نفس المحافظة والبالغ نحو ٩١,٩٦ ألف فدان عام ٢٠١٥. (الغرفة التجارية، ٢٠١٥)

### مشكلة البحث

يعتبر محصول البطاطس من أهم المحاصيل الخضرية في محافظة الدقهلية الذي يتسم بارتفاع نسبة الفاقد منه أثناء المراحل التسويقية في ظل انعدام الأجهزة التسويقية الحديثة بالمحافظة لذا يتعرض هذا المحصول دائماً لتقلبات سعرية سواء على مستوى المنتج أو المستهلك مما يؤثر على الأنصبة السوقية للوسطاء، مما يتطلب الأمر إلى دراسة الكفاءة التسويقية ونسبة الفاقد التسويقي من محصول البطاطس.

### أهداف البحث

يهدف البحث إلى دراسة الكفاءة التسويقية والفاقد التسويقي لمحصول البطاطس في محافظة الدقهلية من خلال

بلغ حوالي ٣,١ ألف جنيه /للطن، وقد بلغ سعر البيع حوالي ٥ آلاف جنيه/ للطن، وبلغ الفرق التسويقي المطلق حوالي ١,٥ ألف جنيه/للطن، كما بلغ الفرق التسويقي النسبي حوالي ٣١,٨٧%، وبلغ نصيب المنتج نحو ٦٨,٣% كما بلغت الكفاءة التسويقية للمنتج نحو ٤٠,٠٣%.

**المشاكل التسويقية وفقا لأراء المنتجين لمحصول البطاطس بالعينة البحثية.**

**المشاكل التسويقية:** تشير بيانات جدول (٣) للمشاكل التسويقية لمحصول البطاطس بمحافظة الدقهلية وأمكن تقسيم هذه المشاكل إلى (١) مشاكل الجمع والحصاد حيث جاء إرتفاع أجور ماكينات الحصاد على الترتيب الأول بنسبة ٩٤,٥%، بالنسبة لعدم توافر آلات الحصاد جاءت على الترتيب الثاني بنسبة ٩٢,٧% لمحصول البطاطس وبالنسبة لإرتفاع أجور العمالة المدربة جاء على الترتيب الثالث بنسبة ٨١,٨%، وجاء قيام بعض الزراع بالحصاد المتأخر لحين تحسن الأسعار مما يعرض المحصول للتلف على الترتيب الرابع بنسبة ٥٢,٧%، وجاء قيام بعض الزراع بالجمع المبكر للمحصول قبل النضج التام ويكون الإنتاج محدود للحصول على سعر مرتفع على الترتيب الخامس بنسبة ٣٦,٦%، (٢) مشاكل الفرز والتدريج جاء زيادة نسبة المستقطع من الوزن نتيجة عدم الفرز والتدريج في الترتيب الأول بنسبة ٩٤,٥%،

**جدول ٢. الكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس علي مستوي المنتجين بالعينة البحثية بالجنيه.**

البيان	محصول البطاطس
سعر الشراء (ألف جنيه)	٣,١٠
سعر البيع (ألف جنيه)	٥,٠
كمية الفاقد (كيلو جرام)	١٠
معامل التحويل %	%١
سعر المنتج بعد تحويله ألف جنيه	٣,٤٠٦
الفرق التسويقي المطلق (ألف جنيه)	١,٥٩٣
الفرق التسويقي النسبي %	٣١,٨٧
نصيب المنتج	٦٨,٣
الكفاءة التسويقية %	٤٠,٠٣

المصدر - جمعت وحسبت من :- بيانات إستمارة الاستبيان خلال العام الانتاجي ٢٠١٨.

## النتائج البحثية

**التكاليف والكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس علي مستوي المنتجين بالعينة البحثية:**

تشير بيانات جدول (١) إلى أن تكاليف الخدمات التسويقية والتي تمثل الجمع، الفرز، التعبئة تبلغ حوالي ٧٠، ٧٠، ٢٠٠ جنيه/للطن، تمثل نحو ٧,٠٧%، ٧,٠٧%، ٢٠,٢% من إجمالي تكاليف الخدمات التسويقية، كما بلغت تكاليف النقل، العمولة ٢٥٠، ٤٠٠ جنيه/للطن، تمثل نحو ٢٥,٢%، ٤٠,٤% على الترتيب من إجمالي تكاليف الخدمات التسويقية البالغة حوالي ٩٩٠ جنيه/للطن.

**جدول ١. التكاليف التسويقية للطن لمحصول البطاطس علي مستوي المنتجين بالعينة البحثية.**

بيان تكاليف	التكاليف النسبية	
	جنيه	%
الجمع	٧٠	٧,٠٧
الفرز	٧٠	٧,٠٧
التعبئة	٢٠٠	٢٠,٢
النقل	٢٥٠	٢٥,٢
العمولة	٤٠٠	٤٠,٤
إجمالي التكاليف التسويقية	٩٩٠	١٠٠

المصدر - جمعت وحسبت من:- بيانات إستمارة الاستبيان خلال العام الانتاجي ٢٠١٨.

وبالنسبة للكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس للمنتج تشير بيانات جدول (٢) إلى أن سعر الشراء طن البطاطس

## جدول ٣. الأهمية النسبية للمشاكل التسويقية وفقا لأراء المنتجين لمحصول البطاطس بالعينة البحثية.

المشاكل	%
١- مشاكل الجمع والحصاد	٩٤,٥
أ - ارتفاع أجور ماكينات الحصاد	٩٢,٧
ب - عدم توافر آلات الحصاد الإلي	٨١,٨
ج- ارتفاع أجور العمالة المدربة على عملية الجمع	٥٢,٧
د- قيام بعض الزراع بالحصاد المتأخر لحين تحسن الأسعار مما يعرض المحصول للتلف	٣٦,٦
ط - قيام بعض الزراع بالجمع المبكر للمحصول قبل النضج التام ويكون الإنتاج محدود للحصول على سعر مرتفع	٩٤,٥
٢- مشاكل الفرز والتدريج	٨٧,٢
أ- زيادة نسبة المستقطع من الوزن	٦٧,٢
ب- عدم توافر عمالة مدربة	٩٦,٣
ج- إنخفاض سعر المحصول نتيجة عدم إتمام عملية الفرز	٥٤,٥
٣- مشاكل التعبئة	٤٧,٢٧
أ - عدم وجود محطات خاصة لتعبئة المحصول بالمنطقة	٩٨,١
ب- عدم توافر عمالة مدربة	٩٤,٥
ج - ارتفاع أسعار العبوات الخاصة بالمحصول	٩٢,٧
٤- مشاكل النقل	٩٢,٦
أ- عدم توافر حاويات مجهزة لنقل المحصول	٨٣,٦
ب- عدم توافر وسائل النقل في الأوقات المناسبة	٧٢,٧
ج- ارتفاع أسعار النقل إلى الأسواق الكبرى	٤٩
٥- مشاكل التخزين	٣٤,٥
أ- تخزين أكثر من محصول في نفس العنبر مما يؤدي إلى التلف	٩٦,٢
ب- ارتفاع أسعار التخزين	٨٠
ج- عدم توافر أماكن كافية لتخزين المحصول في الثلاجات الحكومية والخاصة	٥٢,٧٠
د- عدم إهتمام أصحاب الثلاجات بعمل صيانة دورية لأجهزة التبريد	
ط- إنقطاع التيار الكهربى لفترات طويلة دون وجود مولدات كهربائية	
٦- مشاكل البيع	
أ- عدم وجود تنسيق تسويقي بين الزراع في عمليات بيع المحصول	
ب- عدم إلتزام بعض التجار بالأسعار المتفق عليها عند سداد ثمن المحصول	
ج- كثرة الوسطاء وإستغلالهم للمزارع في فترات إنخفاض السعر	

المصدر- جمعت وحسبت من:- بيانات إستمارة الاستبيان خلال العام الانتاجي ٢٠١٨.

الأول بنسبة ٩٨,١%، بينما جاء عدم توافر وسائل النقل في الأوقات المناسبة في الترتيب الثاني بنسبة ٩٤,٥%، بينما جاء ارتفاع أسعار النقل إلى الأسواق الكبرى في الترتيب الثالث بنسبة ٩٢,٧%، لمحصول البطاطس، (٥) مشاكل التخزين جاء أكثر من محصول في نفس العنبر مما يؤدي إلى التلف جاء في الترتيب الأول بنسبة ٩٢,٦%، بينما جاء ارتفاع أسعار التخزين في الترتيب الثاني بنسبة ٨٣,٦%، وجاء عدم توافر أماكن كافية لتخزين المحصول في الثلاجات الحكومية والخاصة في الترتيب الثالث بنسبة

وجاء عدم توافر العمالة المدربة في الترتيب الثاني بنسبة ٨٧,٢%، بينما جاء إنخفاض سعر المحصول نتيجة عدم إتمام عملية الفرز على الترتيب الثالث بنسبة ٦٧,٢%، (٣) مشاكل التعبئة جاء عدم وجود محطات خاصة لتعبئة المحصول بالمنطقة في الترتيب الأول بنسبة ٩٦,٣%، بينما جاء عدم توافر عمالة مدربة على الترتيب الثاني بنسبة ٥٤,٥%، وجاء ارتفاع أسعار العبوات الخاصة بالمحصول في الترتيب الثالث بنسبة ٤٧,٢٧%، (٤) مشاكل النقل جاء عدم توافر حاويات مجهزة لنقل المحصول جاء في الترتيب

العاشر مقترح تعبئة المحصول فى عبوات مناسبة حيث إقترح ٤٩%، وجاء مقترح الإهتمام بعمليات الصيانة الدورية للثلاجات فى الترتيب الحادى عشر والتاسع بنسبة ٢٧,٢% من منتجى محصول البطاطس.

#### الفاقد التسويقي الكمي لمحصول البطاطس علي مستوي المنتجين بالعينة البحثية بمحافظة الدقهلية:

يوضح جدول(٥) الفاقد التسويقي الكمي للبطاطس، وتبين منه أن الفاقد التسويقي الكمي أثناء عملية الجمع يبلغ نحو ١٣,٩٣ طن تمثل حوالي ٠,٣٩% طن من إجمالي الكميات الصالحة للتسويق بالعينة البحثية والبالغ نحو ١٢٤٦ طن في حين بلغ الفاقد التسويقي أثناء عمليات الفرز والتدريج للبطاطس نحو ١٩,١٩ طن تمثل حوالي ١,٦٠% بينما بلغ الفاقد التسويقي أثناء عملية التعبئة حوالي ٧,٨٧ طن تمثل حوالي ٠,٦٣%، ومن ثم فإن إجمالي الفاقد التسويقي الكمي ٤١,٧٣ طن تمثل حوالي ٣,٣٧% من إجمالي الكميات الصالحة للتسويق من البطاطس بالعينة البحثية، كما تبين أن الفاقد التسويقي الكمي نتيجة عملية الجمع تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٤,٣١% بمركز بلقاس، وحد أقصى بلغ حوالي ٩,٦١% بمركز طلخا بينما بلغ الفاقد التسويقي الكمي نتيجة لعملية الفرز والتدريج بين حد أدنى بلغ نحو ٨,٦٨% بمركز بلقاس، وحد أقصى بلغ حوالي ١١,٢٣% بمركز، وتراوح الفاقد التسويقي الكمي نتيجة لعملية التعبئة بين حد أدنى بلغ نحو ٣,١٥% بمركز بلقاس وحد أقصى بلغ حوالي ٤,٧٣% بمركز طلخا، ومن ثم تتراوح إجمالي الفاقد التسويقي الكمي بين حد أدنى بلغ نحو ٣,٢٥% بمركز طلخا، وحد أقصى بلغ حوالي ٣,٥١% بمركز بلقاس وذلك من إجمالي الكميات الصالحة للتسويق والتي تبلغ نحو ١٢٤٦ طن من البطاطس بالعينة البحثية.

٧٢,٧%، وجاء عدم إهتمام أصحاب الثلاجات بعمل صيانة دورية لأجهزة التبريد فى الترتيب الرابع بنسبة ٤٩%، وجاء إنقطاع التيار الكهربى لفترات طويلة دون وجود مولدات كهربائية فى الترتيب الخامس بنسبة ٣٤,٥%، (٦) مشاكل البيع جاء عدم وجود تنسيق تسويقي بين الزراع فى عمليات بيع المحصول جاء فى الترتيب الأول بنسبة ٩٦,٢%، بينما جاء عدم إلتزام بعض التجار بالأسعار المتفق عليها عند سداد ثمن المحصول فى الترتيب الثانى بنسبة ٨٠%، بينما جاء كثرة الوسطاء وإستغلالهم للمزارع فى فترات إنخفاض السعر فى الترتيب الثالث بنسبة ٥٢,٧٠%.

#### الأهمية النسبية للحلول المقترحة لها وفقا لأراء المنتجين لمحصول البطاطس بالعينة البحثية:

توضح النتائج الواردة بجدول(٤) الحلول المقترحة لتلك المشاكل كما أقرها المنتجين المقترح الاول تحديد أسعار التخزين من قبل الحكومة بما يتناسب مع إمكانيات الزراع حيث إقترح ذلك ٩٦,٣%، من منتجي محصول البطاطس، وجاء المقترح الثانى توفير ثلاجات حكومية حيث إقترح ذلك ٩٤,٥%، وجاء مقترح توفير حصادات آلية لجمع المحصول وبأسعار مناسبة فى الترتيب الثالث حيث إقترح ٩٢,٧%، أما مقترح عدم تخزين محاصيل مختلفة مع بعضها جاء فى الترتيب الرابع حيث إقترح ٩٢,٥%، وجاء مقترح إجراء عمليات الحصاد والجمع فى المواعيد المناسبة لكل صنف فى الترتيب الخامس حيث إقترح ٨٩%، وجاء عدم تحميل عنابر التخزين فوق طاقتها فى الترتيب السادس حيث إقترح ٨٧,٢%، أما مقترح فرز المحصول جيدا قبل التعبئة جاء فى الترتيب السابع حيث إقترح ٦٩,٣% وجاء مقترح وجود مولدات كهربائية لإستخدامها عند إنقطاع الكهرباء فى الترتيب الثامن حيث إقترح ٦٧,٢%، أما مقترح تدريب العمال جيد على عملية الفرز والتعبئة جاء فى الترتيب التاسع حيث إقترح ٥٢,٧%، وجاء فى الترتيب

## جدول ٤. الأهمية النسبية للحلول المقترحة لها وفقا لآراء المنتجين لمحصول البطاطس بالعينة البحثية.

المقترحات	% محصول البطاطس
١- تحديد أسعار التخزين من قبل الحكومة بما يتناسب مع إمكانيات الزراعة	٩٦,٣٥
٢- توفير ثلاجات حكومية	٩٤,٥
٣- توفير حصادات آلية لجمع المحصول وبأسعار مناسبة	٩٢,٧
٤- عدم تخزين محاصيل مختلفة مع بعضها	٩٢,٥
٥- إجراء عمليات الحصاد والجمع في المواعيد المناسبة لكل صنف	٨٩
٦- عدم تحميل عنابر التخزين فوق طاقتها	٨٧,٢
٧- فرز المحصول جيدا قبل التعبئة	٦٩,٣
٨- وجود مولدات كهربائية لإستخدامها عند إنقطاع الكهرباء	٦١,٨
٩- تدريب العمال جيد على عملية الفرز والتعبئة	٥٢,٧
١٠- تعبئة المحصول في عبوات مناسبة	٤٩
١١- الإهتمام بعمليات الصيانة الدورية للثلاجات	٢٧,٧

المصدر- جمعت وحسبت من:- بيانات إستمارة الاستبيان خلال العام الانتاجي ٢٠١٨.

## جدول ٥. الفاقد التسويقي الكمي لمحصول البطاطس علي مستوي المنتجين بالعينة البحثية بمحافظة الدقهلية.

الكميات الصالحة للمركز	كمية ونسبة الفاقد التسويقي الكمي عن الكميات الصالحة للتسويق				الكميات الصالحة للتسويق	المركز
	الجمع	الفرز والتدريج	التعبئة	إجمالي الفاقد التسويقي الكمي		
	%	الكمية	%	الكمية	%	فعليا
٧٨٦	٩,٦١	١,٢٢	١١,٢٣	١,٤٣	٤,٧٣	٧٦٠,٤٣
٤٦٠	٤,٣١	٠,٩٤	٨,٦٨	١,٨٩	٣,١٥	٤٤٣,٨٥
١٢٤٦	١٣,٩٣	٠,٣٩	١٩,٩١	١,٦	٧,٨٧	١٢٠٤,٢٧

المصدر- جمعت وحسبت من:- بيانات إستمارة الاستبيان خلال العام الانتاجي ٢٠١٨.

## التكاليف والكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس على مستوي تاجر الجملة بالعينة البحثية:

تشير بيانات الجدول (٧) إلى أن تكاليف الخدمات التسويقية (البيع كلاله) والتي تمثل الجمع، الفرز، عمال التعبئة تبلغ حوالى ٨٠، ٨٠، ٧٠ جنيهه/للطن، تمثل نحو ١١,١١%، ١٢,٧%، ١٢,٧% من إجمالي تكاليف الخدمات التسويقية، بينما بلغت عديات التعبئة، عمال النقل، سيارات النقل حوالى ١٠٠، ١٠٠، ٢٠٠ جنيهه/للطن، تمثل نحو ١٥,٨٧%، ١٥,٨٧%، ٣١,٧٥% على الترتيب من إجمالي تكاليف الخدمات التسويقية البالغة حوالى ٦٣٠ جنيهه/للطن، وبالنسبة لتكاليف الخدمات التسويقية لمحصول البطاطس(على باب المزرعة) التي تمثل عمال النقل،

## الأهمية النسبية لآراء المنتجين في وسائل تقليل الفاقد من محصول البطاطس بالعينة البحثية بمحافظة الدقهلية:

يوضح الجدول (٦) أهم تلك الوسائل من وجهة نظر المنتجين كانت عدم ترك البطاطس التي تم تقطيعها بدون غطاء أثناء الليل وعدم التغطية بعرض البطاطس وتغطي بقش أرز جيد حوالى ٨٧,٢٧% من آراء المنتجين، ثم الدقة في عمليات الفرز والتدريج تمثل حوالى ٨٥,٤٥% من آراء المنتجين، يليها من حيث الترتيب كل من عدم زراعة البطاطس بجوار الطماطم، العناية بعمليات الحصاد والتخزين إتباع دورة زراعية لا تقل عن ثلاثة سنوات، حيث تمثل كل منهم حوالى ٧٤,٥٥%، ٧٢,٧٣%، ٥٢,٧٣% من آراء المنتجين بالعينة البحثية بمحافظة الدقهلية على الترتيب.

## جدول ٦. الأهمية النسبية لآراء المنتجين في وسائل تقليل الفاقد من محصول البطاطس بالعينة البحثية بمحافظة الدقهلية.

التكرار النسبي للآراء %			مقترحات تقليل الفاقد
إجمالي العينة	بلفاس	طلخا	
٨٧,٢٧	٧٥,٠٠	٩٦,٧٧	١- عدم ترك البطاطس التي تم تغليتها بدون غطاء أثناء الليل وعدم التغطية بعرش البطاطس والتغطية بقش أرز جيد
٨٥,٤٥	٧٩,١٧	٩٠,٣٢	٢- الدقة في عمليات الفرز والتدريج
٧٤,٥٥	٥٨,٣٣	٨٧,١٠	٣- عدم زراعة البطاطس بجوار الطماطم أو العكس
٧٢,٧٣	٦٦,٦٧	٧٧,٤٢	٤- العناية بعمليات الحصاد والتخزين
٥٢,٧٣	٤١,٦٧	٦١,٢٩	٥- إتباع دورة زراعية لا تقل عن ثلاثة سنوات

المصدر- جمعت وحسبت من:- بيانات إستمارة الاستبيان خلال العام الانتاجي ٢٠١٨.

## جدول ٧. التكاليف التسويقية للطن لمحصول البطاطس لتاجر الجملة بالعينة البحثية.

على باب المزرعة		كلالة		البيان
%	تكاليف	%	تكاليف	
---	---	١١,١١	٧٠	الجمع
---	---	١٢,٧	٨٠	الفرز
---	---	١٢,٧	٨٠	عمال التعبئة
---	---	٢٨,٥٧	١٨٠	عديات التعبئة
٣٤,٧٨	٨٠	١٥,٨٧	١٠٠	عمال النقل
٦٥,٢١	١٥٠	٣١,٧٥	٢٠٠	سيارات النقل
١٠٠	٢٣٠	١٠٠	٦٣٠	إجمالي التكاليف التسويقية

المصدر- جمعت وحسبت من:- بيانات إستمارة الاستبيان خلال العام الانتاجي ٢٠١٨.

سيارات النقل بلغت حوالي ٨٠، ١٥٠ جنيه/للطن، تمثل نحو ٣٤,٧٨%، ٦٥,٢١% على الترتيب من إجمالي تكاليف الخدمات التسويقية البالغة حوالي ٢٣٠ جنيه/للطن. وبالنسبة للكفاءة التسويقية (كلالة) لتاجر الجملة لمحصول البطاطس تشير بيانات الجدول (٨) إلى أن متوسط سعر الشراء طن البطاطس بلغ حوالي ٣ آلاف جنيه/للطن، وقد بلغ متوسط سعر البيع البطاطس بسوق الجملة بالمنصورة حوالي ٥ آلاف جنيه/ للطن، وبلغ الفرق التسويقي المطلق حوالي ١,٤٢ ألف جنيه/للطن.

## جدول ٨. الكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس على مستوى تاجر الجملة بالعينة البحثية.

على باب المزرعة		كلالة		البيان
٤	٣			سعر الشراء (ألف جنيه)
٥,٢	٥			سعر البيع (ألف جنيه)
١٠	٢٠			كمية الفاقد (كيلو جرام)
%١	%٢			معامل التحويل %
٤,٠٤٠	٣,٥٧١			سعر المنتج بعد تحويله (ألف جنيه)
١,١٦٠	١,٤٢٨			الفرق التسويقي المطلق (ألف جنيه)
٢٢,٣٥	٢٨,٥٨			الفرق التسويقي النسبي %
٧٧,١٠	٧١,٤٢			نصيب تاجر الجملة
٤٨,٦٧	٤٣,٥٠			الكفاءة التسويقية

المصدر- جمعت وحسبت من:- بيانات إستمارة الاستبيان خلال العام الانتاجي ٢٠١٨.

مما يؤدي إلى التلف في الترتيب الخامس بنسبة ٨٤,٦%، وجاء إنقطاع التيار الكهربى لفترات طويلة دون وجود مولدات كهربائية في الترتيب السادس بنسبة ٧٦,٩%، (٣) مشاكل التسعير جاء عدم إستقرار الأسعار في الترتيب الأول بنسبة ٩٦,٢%، وأن عدم صيانة الموازين الإلكترونية وتعطلها في الترتيب الثانى بنسبة ٨٠,٨%، بينما جاء إحتكار مجموعة من التجار للأسعار في الترتيب الثالث بنسبة ٧٦,٩%، وجاء زيادة نسبة العمولة التى يحصل عليها تاجر العمولة في الترتيب الرابع بنسبة ٣٤,٦%، (٤) مشاكل البيع جاء عدم وجود مصانع كافية لإستيعاب الفائض في الترتيب الأول بنسبة ٩٢,٣%، بينما جاء إنتشار ظاهرة الغش فى تسويق السلع فى الترتيب الثانى بنسبة ٧٦,٩%، وجاء عدم وجود صفحة تواصل إجتماعى خاصة بالسوق(فيس بوك) فى الترتيب بنسبة ٦٥,٤%، جاء عدم وجود عمالة مدربة لإداء الخدمات التسويقية فى الترتيب الرابع بنسبة ٦١,٥%، جاء زيادة نسبة الفاقد أثناء البيع فى الترتيب الخامس بنسبة ٣٠,٨%، (٥) مشاكل التحصيل جاء مقترح لا توجد وسيلة إتصال بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة فى الترتيب الأول بنسبة ٩٢,٣%، بينما جاء عدم صحة بيانات تاجر التجزئة (الاسم- تليفون- مكان) فى الترتيب الثانى بنسبة ٨٨,٥%، وجاء مطاردة الصحة والبيئة والمرافق لتاجر التجزئة فى الترتيب الثالث.

#### الحلول المقترحة لها وفقا لأراء تجار الجملة لمحصول البطاطس العينة البحثية:

توضح النتائج الواردة بالجدول (١٠) جاء فى الترتيب المقترح الاول الصيانة المستمرة للموازين الإلكترونية حيث إقتراح ذلك ٩٦,٣%، وجاء المقترح الثانى إستخدام وسائل نقل مناسبة وبأسعار مناسبة حيث إقتراح ذلك ٩٦,١٥%، وجاء مقترح عدم تخزين محاصيل مختلفة مع بعضها فى

كما بلغ الفرق التسويقى النسبى حوالى ٢٨,٥٨%، كما بلغ نصيب تاجر الجملة نحو ٧١,٤٢%، وبلغت الكفاءة التسويقية لتاجر الجملة نحو ٤٣,٥٠% بالنسبة لمحصول البطاطس، ويوضح بيانات نفس الجدول للكفاءة التسويقية (على باب المزرعة) لتاجر الجملة لمحصول البطاطس حيث بلغ متوسط سعر الشراء البطاطس حوالى ٤ آلاف جنيه/للطن، وبلغ متوسط سعر البيع طن نحو ٥,٢٠ ألف جنيه/ للطن، وبلغ الفرق التسويقى المطلق حوالى ١,١٦ ألف جنيه/للطن، كما بلغ الفرق التسويقى النسبى حوالى ٢٢,٣٥%، وبلغ نصيب الجملة نحو ٧٧,١٠%، وبلغت الكفاءة التسويقية لتاجر الجملة نحو ٤٨,٦٧% لمحصول البطاطس.

#### المشاكل التسويقية والحلول المقترحة لها وفقا لأراء تجار الجملة لمحصول البطاطس بالعينة البحثية:

يوضح الجدول (٩) أهم المشاكل التسويقية وفقا لأراء تجار الجملة (١) مشاكل النقل: جاء إرتفاع أسعار النقل جاء فى الترتيب الأول بنسبة ٧٦,٩%، بينما جاء عدم توافر وسائل النقل فى الأوقات المناسبة فى الترتيب الثانى بنسبة ٥٧,٧% لمحصول البطاطس، وجاء إرتفاع نسبة الفاقد أثناء الخدمات التسويقية فى الترتيب الثالث بنسبة ٣٨,٥% لمحصول البطاطس، وجاء عدم توافر حاويات مجهزة لنقل المحصول فى الترتيب الرابع بنسبة ١٩,٢% لمحصول البطاطس، (٢) مشاكل التخزين جاء عدم وجود مخازن للتبريد فى السوق فى الترتيب الأول بنسبة ٩٦,٢%، بينما جاء عدم إهتمام أصحاب التلاجات بعمل صيانة دورية لأجهزة التبريد فى الترتيب الثانى بنسبة ٩٢,٣%، وجاء إرتفاع أسعار التخزين فى الترتيب الثالث بنسبة ٨٨,٥%، وجاء عدم توافر أماكن كافية لتخزين المحصول فى التلاجات الحكومية والخاصة فى الترتيب الرابع بنسبة ٨٤,٦%، وجاء تخزين أكثر من محصول فى نفس العنبر



الترتيب الثالث حيث إقترح ٩٢,٣١%، أما مقترح تدريب العمال جيد على العمليات التسويقية المختلفة لتقليل الفاقد جاء فى الترتيب الرابع حيث إقترح ٩٢,١١% وجاء مقترح توفير معلومات عن أسعار المحاصيل، عدم تخزين محاصيل مختلفة مع بعضها فى الترتيب الخامس حيث إقترح ٨٨,٤٦%، وجاء تدريب التجار على عملية التسويق الإلكتروني، ومقترح توفير ثلاجات حكومية فى الترتيب السادس حيث إقترح ٧٦,٩٢%، وجاء مقترح وجود تنسيق وتعاون بين السوق ومصانع التصنيع لإستيعاب الفائض فى الترتيب الثامن حيث إقترح ٥٣,٨٥%، وجاء فى الترتيب التاسع كل من عدم الإهتمام بعمليات الصيانة الدورية للثلاجات ووجود صورة البطاقة الشخصية لتسهيل عملية التحصيل حيث إقترح ٤٦,١٥% من تجار محصول البطاطس على الترتيب.

#### جدول ٩. الأهمية النسبية للمشاكل التسويقية وفقاً لأراء تجار الجملة لمحصول البطاطس بالعينة البحثية

المشاكل	%
١- مشاكل النقل	
أ- إرتفاع أسعار النقل	٧٦,٩
ب- عدم توافر وسائل النقل فى الأوقات المناسبة	٥٧,٧
ج- إرتفاع نسبة الفاقد أثناء الخدمات التسويقية	٣٨,٥
د- عدم توافر حاويات مجهزة لنقل المحصول	١٩,٢
٢- مشاكل التخزين	
أ- عدم وجود مخازن للتبريد فى السوق	٩٦,٢
ب- عدم إهتمام أصحاب الثلاجات بعمل صيانة دورية لأجهزة التبريد	٩٢,٣
ج- إرتفاع أسعار التخزين	٨٨,٥
د- تخزين أكثر من محصول فى نفس العنبر مما يودى إلى التلف	٨٤,٧
ط- عدم توافر أماكن كافية لتخزين المحصول فى الثلاجات الحكومية والخاصة	٨٤,٦
و- إنقطاع التيار الكهربى لفترات طويلة دون وجود مولدات كهربائية	٧٦,٩
٣- مشاكل التسعير	
أ- عدم إستقرار الأسعار	٩٦,٢
ب- عدم صيانة الموازين الإلكترونية وتعطلها	٨٠,٨
ج- إحتكار مجموعة من التجار للأسعار	٧٦,٩
د- زيادة نسبة العمولة التى يحصل د- عليها تاجر العمولة	٣٤,٦
٤- مشاكل البيع	
أ- عدم وجود مصانع كافية لإستيعاب الفائض	٩٢,٣
ب- إنتشار ظاهرة الغش فى تسويق السلع	٧٦,٩
ج- عدم وجود صفحة تواصل إجتماعى خاصة بالسوق ( فيس بوك)	٦٥,٤
د- عدم وجود عمالة مدربة لإداء الخدمات التسويقية	٦١,٥
ط- زيادة نسبة الفاقد أثناء البيع	٣٠,٨
٥- مشاكل التحصيل	
أ- لا توجد وسيلة إتصال بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة	٩٢,٣
ب- عدم صحة بيانات تاجر التجزئة (الاسم- تليفون- مكان)	٨٨,٥
ج- مطاردة الصحة والبيئة والمرافق لتاجر التجزئة	٧٣,١
د- بعد المسافة بين تاجر التجزئة والسوق	٦٥,٤
ط- ضعف الحالة المالية لتاجر التجزئة	٥٧,٧
و- عدم وجود بنك يكون طرف فى التعامل	١١,٥
ز- إهمال المندوب فى التحصيل	٧,٧

المصدر- جمعت وحسبت من:- بيانات إستمارة الاستبيان خلال العام الانتاجى ٢٠١٨.

## جدول ١٠. الأهمية النسبية للحلول المقترحة لها وفقاً لآراء تجار الجملة لمحصول البطاطس بالعينة البحثية.

المقترحات	% محصول البطاطس
١- استخدام وسائل نقل مناسبة وبأسعار مناسبة	٩٦,١٥
٢- الصيانة المستمرة للموازين الإلكترونية	٩٦,٣
٣- عدم تخزين محاصيل مختلفة مع بعضها	٩٢,٣١
٤- تدريب العمال جيد على العمليات التسويقية المختلفة لتقليل الفاقد	٩٢,١١
٥- عدم تحميل عناصر التخزين فوق طاقتها	٨٨,٤٦
٦- توفير معلومات عن أسعار المحاصيل	٨٨,٤٦
٧- توفير ثلاثيات حكومية	٧٦,٩٢
٨- تدريب التجار على عملية التسويق الإلكتروني	٧٦,٩٢
٩- وجود تنسيق وتعاون بين السوق ومصانع التصنيع لإستيعاب الفائض	٥٣,٨٥
١٠- الإهتمام بعمليات الصيانة الدورية للثلاجات	٤٦,١٥
١١- وجود صورة البطاقة الشخصية لتسهيل عملية التحصيل	٤٦,١٥

المصدر- جمعت وحسبت من:- بيانات إستمارة الاستبيان خلال العام الانتاجي ٢٠١٨.

يليهما في حالة الشراء من المزارع بالسوق والتي تمثل أقل نسبة فاقد حيث تبلغ كمية الفاقد نحو ٤٦,٣٧ طن تمثل حوالي ١,٩٥% من إجمالي كميات تعامل تاجر الجملة مع البطاطس من المزارع علي بالسوق والبالغ نحو ٢٣٧٦ طن.

الأهمية النسبية لآراء تاجر الجملة في وسائل تقليل الفاقد من محصول البطاطس بالعينة البحثية بمحافظة الدقهلية:

يوضح الجدول (١٢) أن أهم مقترحات تقيل الفاقد من وجهة نظر تاجر الجملة تمثلت في وجود تنسيق وتعاون بين السوق ومصانع التصنيع لإستيعاب الفائض تمثل حوالي ٩٦,١٥% من آراء تجار الجملة. وعدم تخزين محاصيل مختلفة مع بعضها تمثل حوالي ٨٨,٤٦%، وعدم تحميل عناصر التخزين فوق طاقتها تمثل حوالي ٨٠,٧٧%،

الفاقد التسويقي لمحصول البطاطس علي مستوي تاجر الجملة بالعينة البحثية بمحافظة الدقهلية:

يوضح جدول (١١) الفاقد التسويقي لمحصول البطاطس تبين منه أن أعلى فاقد علي مستوي تاجر الجملة كان في حالة شرائه للبطاطس من تاجر محلي حيث بلغ حجم الفاقد نحو ٣٣,٨٣ طن تمثل حوالي ٢,٤٧% من إجمالي كميات تعامل تاجر الجملة مع البطاطس والبالغ نحو ١٣٧٠ طن، يليها من حيث الترتيب في حالة شراء تاجر الجملة للبطاطس كلاله حيث بلغ حجم الفاقد نحو ١٣,٤ طن تمثل حوالي ٢,٣٣% من إجمالي كميات تعامل تاجر الجملة مع البطاطس والبالغ نحو ٥٧٥ طن، يليها من حيث الترتيب في حالة شراء تاجر الجملة للبطاطس من المزارع برأس الحقل حيث بلغ حجم الفاقد نحو ٢٨,٦٦ طن تمثل حوالي ١,٩٦% من إجمالي كميات تعامل تاجر الجملة مع البطاطس من المزارع برأس الحقل والبالغ نحو ٤٦٥ طن،

## جدول ١١. الفاقد التسويقي لمحصول البطاطس علي مستوي تاجر الجملة بالعينة البحثية بمحافظة الدقهلية.

مصادر الشراء	كمية التعامل (طن)	كمية الفاقد (طن)	%
من المزارع بالسوق	٢٣٧٦	٣٠,٢٧ ميكانيكي	١,٩٥
من المزارع برأس الحقل	١٤٦٥	٢٠,٢٥ ميكانيكي	١,٩٦
من تاجر محلي	١٣٧٠	٢٢,٢٣ ميكانيكي	٢,٤٧
كلاله	٥٧٥	٩,٦ ميكانيكي	٢,٣٣

المصدر- جمعت وحسبت من:- بيانات إستمارة الاستبيان خلال العام الانتاجي ٢٠١٨.

## جدول ١٢. الأهمية النسبية لآراء تاجر الجملة في وسائل تقليل الفاقد من محصول البطاطس بالعينة البحثية بمحافظة الدقهلية

مقترحات تقليل الفاقد من وجهة نظر تاجر الجملة	(%) التكرار النسبي للآراء
١- وجود تنسيق وتعاون بين السوق ومصانع التصنيع لإستيعاب الفائض	٩٦,١٥
٢- عدم تخزين محاصيل مختلفة مع بعضها	٨٨,٤٦
٣- عدم تحميل عنابر التخزين فوق طاقتها	٨٠,٧٧
٤- تدريب العمال جيد على العمليات التسويقية المختلفة	٧٣,٠٨
٥- الإهتمام بعمليات الصيانة الدورية للثلاجات	٤٢,١٣

المصدر- جمعت وحسبت من:- بيانات إستمارة الاستبيان خلال العام الانتاجى ٢٠١٨.

### المراجع

الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء، قطاع الشؤون الاقتصادية، نشرات الاقتصاد الزراعي، أعداد مختلفة، القاهرة.

الغرفة التجارية، أسعار الخضر (منتج /جملة/مستهلك)، محافظة الدقهلية، أعداد متفرقة.

أميرة أحمد محمد الشاطر، التقدير الإقتصادى للفاقد الإنتاجى والتسويقي لمحصول البطاطس بمنطقة النوبارية، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد السابع والعشرين، العدد الثانى، يونيو، ٢٠١٧.

حنان محمد محمود بهجت، دراسة اقتصادية لتسويق الحاصلات الخضرية والفاكهية فى مصر، رسالة دكتوراه، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة طنطا، ٢٠١٧.

عمرو سيد صوفى السيد، دراسة اقتصادية لتسويق أهم محاصيل الخضر فى محافظة الفيوم، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة الفيوم، ٢٠١٠.

علاء على عبد السلام، تهنانى صالح محمد بيومى، مؤشرات كفاءة الأداء الإقتصادى لإنتاج وتسويق بعض حاصلات الخضر فى محافظة الشرقية، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد السابع والعشرون، العدد الأول، مارس، القاهرة، ٢٠١٧.

فاطمة احمد مصطفى البطح، دراسة اقتصادية لتسويق بعض محاصيل الخضر في محافظة القليوبية، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة بنها، ٢٠١٢.

يلبها تدريب العمال جيد على العمليات التسويقية المختلفة لتقليل الفاقد تمثل حوالي ٧٣,٠٨%، وأخيراً الإهتمام بعمليات الصيانة الدورية للثلاجات تمثل حوالي ٤٢,١٣% من آراء تاجر الجملة بالعينة البحثية بمحافظة الدقهلية.

فى ضوء النتائج التى تم التوصل إليها فإن هذا البحث يوصى بالآتى:

١- توفير وسائل نقل المحاصيل من أماكن الإنتاج لأماكن التسويق.

٢- إنشاء مراكز للتجميع الخاصة بمحصول البطاطس بكل منطقة مع العمل على إقامة أسواق للجملة بالمناطق الجديدة مع الإهتمام بصيانة الطرق التى تربط المناطق الجديدة بالأسواق.

٣- توفير قاعدة معلومات عن الأسعار والكميات المتاحة من محاصيل الخضر المختلفة بالأسواق الرئيسية وقيام وسائل الإعلام بإذاعة المعلومات التسويقية لتوعية المزارعين.

٤- الإهتمام بالعمليات التسويقية المختلفة خاصة اثناء تداول المحصول عبر المراحل التسويقية المختلفة لتقليل حجم الفاقد.

## ABSTRACT

### Marketing Efficiency of Potatoes in Dakahlia Governorate

Abd El-Latif Attia El-Kak, Doaa. H.I. Mahmoud, Radwan M. Amar, Hend A. Lotfy

Potato crop is of important strategic vegetable crops in Egypt dakahlia governorate. third place in terms of the relative importance of the cultivated area of potatoes with a potato about 44.65 a vdanmathl towards the total area of 9.76 potatoes in Egypt. while some 48.55% of the total area of vegetables in the same County and some 91.96 a acre by 2015. research problem was at the height of the marketing margins and reduced efficiency during marketing marketing stages. high rate of wastage during marketing operations. the search was designed to estimate the efficiency Marketing and marketing of waste potatoes in dakahlia governorate at the level of producers and wholesalers

The most important results: the total cost of special marketing services balmantginblght about 990 pounds per tonne. and the price of buying tons of potato around 4100 l/ton. ton selling price amounted to potato wholesale market in Mansoura. about 5000 pounds per tonne. the difference about absolute catalog 773 pounds/tonne. The difference of relative catalog about 15 percent. the retailer accounted for about 84. 5% efficient product marketing amounted to about 58. 72%. total wastage quantitative catalog 41. 73 tons represent about 3. 37% of the total quantities suitable for marketing of potatoes at the level of producers and the major views on reducing Losses were not leaving the potatoes that have been its extract without a cover during the night. The retailer accounted for around 90. 41%. and price ramping 10. 59% as efficient wholesaler marketing amounted to about 65. 67% for potatoes. and

study the waste catalogue to wholesaler level potato crop turns out to be the highest level loss wholesaler was if purchased for potatoes from the dealer Local waste volume 33. 83 tons represent about 2. 47% of the total quantities treated wholesaler with potatoes and approximately 1370 tonnes. the opinions of the wholesalers.

#### **In the light of the findings of this research recommends the following:**

- 1-The transportation of crops production for marketing venues to be fitted with the means of cooling to reduce spoiled ones. especially as most perishable vegetables and crops through cooperative societies.
- 2-Collection centres with potatoes in each region with the establishment of markets for new areas sentence with attention to maintenance of roads that connect new areas in the market.
- 3-Provide an information base about the prices and availability of various vegetable crops major markets and the media radio marketing information to educate farmers.
- 4-The interest of different marketing processes especially when trading the crop across different marketing stages to reduce the volume of waste.

**Key Words:** Marketing costs-Marketing Efficiency-Marketing Margins-Marketing Losses