

تقييم أداء المسالك التسويقية للبطاطس في كل من الأراضي القديمة والجديدة بمحافظة البحيرة

م/ إبراهيم شعبان حسين /اد/ مصطفى محمد السعدنى /د/ تامر محمد عبد العزيز عدلان
قسم الاقتصاد والإرشاد الزراعى والتنمية الريفية
كلية الزراعة - جامعة دمنهور

الملخص:

استهدفت هذه الدراسة ما يلي: (1) التعرف على تطور محددات الميزان الغذائى للبطاطس من حيث كمية إنتاجها وتجارها الخارجية وتوزيع المتاح للإستخدام منها. (2) تحليل أداء مختلف المسالك التسويقية للبطاطس في كل من الأراضي القديمة والجديدة بمحافظة البحيرة والتعرف على أرباحية كل منها. (3) تقدير الهوامش التسويقية ومعاملات الكفاءة التسويقية والعلاقات السعرية للبطاطس وتحليل موسمية عرضها وتأثيره على أسعارها. (4) التعرف على مشكلات تسويق البطاطس في مختلف المسالك التسويقية في كل من الأراضي القديمة والجديدة بمحافظة البحيرة. (5) التعرف على مؤشرات أداء المسالك التسويقية للبطاطس ووضع مقترحات رفع كفاءة أدائها.

وقد تبين من نتائج الدراسة ما يلي: تزايد إنتاج البطاطس في مصر بمعدل نمو سنوى بلغ نحو 4.9% وتزايدت كمية واردات تقاويها بمعدل 6.8% وتزايدت كمية صادراتها بمعدل 6.3% وتزايد المتاح للإستخدام بمعدل 4.9% سنوياً وتمثل كمية الفاقد السنوى من البطاطس نحو 15% من الإنتاج السنوى ونحو 14.5% من المتاح للإستخدام لمختلف الأغراض وذلك في متوسط الفترة (2014-2016). كما أوضحت الدراسة عدم تمشى معدل النمو في الأسعار المرزعية للبطاطس مع أسعار الجملة والتجزئة لها وهو ما يشير إلى عدم التوازن بين معدلات نموها وتحقيق معدلات زيادة في الهوامش التسويقية للوسطاء على حساب الأسعار المرزعية للمنتجين حيث بلغ الهامش التسويقي النسبي للبطاطس خلال مختلف المراحل التسويقية نحو 54.8% من سعر المستهلك، كما بلغ معامل الكفاءة التسويقية لها نحو 36.9% خلال متوسط الفترة (2000-2016).

كما تبين من نتائج الدراسة الميدانية لعينة زراع البطاطس بمحافظة البحيرة أن الأسلوب السائد لتصريف المحصول هو البيع في الحقل بأهمية نسبية بلغت نحو 60% في الأراضي القديمة ونحو 51% في الأراضي الجديدة وهو الأسلوب الأقل أرباحية في حين بلغت الأهمية النسبية لمحطات التصدير نحو 29% في الأراضي الجديدة ونحو 10% في الأراضي القديمة، وللتعاقد على تسليم المحصول للتصنيع نحو 19% في الأراضي القديمة ونحو 12% ، ولبيع المحصول بسوق الجملة لحساب المزارع نحو 11% في الأراضي القديمة ونحو 8% في الأراضي الجديدة وذلك من إجمالي زراع عينة الدراسة بكل من الأراضي القديمة والأراضي الجديدة. وأوضحت الدراسة أن صافى عائد الفدان من البطاطس الشتوى قد بلغ حوالى 3813 جنيهاً في حالة بيع المحصول في الحقل وحوالى 4525 جنيهاً في أسلوب البيع في سوق الجملة، وحوالى 5927 جنيهاً في أسلوب تسليم محطات

التصدير، وحوالي 8695 جنيهاً في أسلوب التعاقد للتصنيع وذلك خلال موسم 2017.

كما أشارت الدراسة إلى أن أهم المشاكل التسويقية للبطاطس في كل من الأراضي القديمة والجديدة هي انخفاض أسعار بيع المحصول، وحدة تقلبات أسعارها، والتأخير في إستلام الزراع لأثمان بيع محاصيلهم من الوسطاء ومحطات التصدير، وارتفاع تكاليف نقل المحصول لأماكن تسليمه، وارتفاع نسبة العمولة التي يتقاضها الوسطاء في أسواق الجملة من الزراع، وانخفاض الأسعار التي يتقاضها الزراع من محطات التصدير مقارنة بأسعار التصدير.

ويتضح من مؤشرات أداء المسالك التسويقية للبطاطس ضعف الإهتمام بمعاملات ما بعد الحصاد، وضعف المرافق والخدمات التسويقية في أسواق الجملة، وعدم وجود دور فاعل للجمعيات التعاونية التسويقية بالمحافظات في تسويق البطاطس، وضعف الدور الحكومي في ضبط ومراقبة الأسواق، بالإضافة إلى انخفاض نصيب المزارع من سعر المستهلك والذي بلغ خلال الفترة (2000-2016) حوالي 46%، وحدة تقلبات الأسعار والممارسات الاحتكارية للوسطاء في أسواق الجملة والمصدرين، وعدم تنفيذ أسلوب الزراعة التعاقدية لأغراض التصدير ووجوده بطريقة ودية لأغراض التصنيع.

وفي ضوء النتائج السابقة توصى الدراسة بما يلي:

- (1) تفعيل دور البحث العلمي في إنتاج تقاوى بطاطس العروة الصيفية محلياً لتقليل الواردات منها وتخفيض تكاليف إنتاجها وتداولها بأسعار مناسبة لتقليل أسعار المستهلك من ناتج زراعتها.
- (2) تفعيل دور التعاونيات التسويقية في تسويق البطاطس.
- (3) ضرورة قيام وزارة التموين والتجارة الداخلية بوضع خطة لتطوير الأسواق المركزية لتجارة الجملة للخضر والفاكهة بالمحافظات بما يضمن إتاحة كفاءة الخدمات التسويقية.
- (4) تفعيل الدور الحكومي في ضبط ومراقبة أسواق البطاطس لمختلف الأغراض لمنع الممارسات الاحتكارية.
- (5) تطبيق إجراءات الزراعة التعاقدية في مجال تسويق البطاطس لأغراض التصدير والتصنيع ووضع حلول مناسبة لمعوقات تطبيقها في الزراعة المصرية من خلال دراسة وتطبيق تجربة تنفيذها في بعض دول العالم ذات الظروف المشابهة للزراعة المصرية والتي من أهمها تجربة اندونيسيا والصين في هذا المجال.

مقدمة :

يعتبر الإدراك الكامل لدور التسويق وعلاقته بكل من الإنتاج والإستهلاك عنصراً هاماً في تنمية القطاع الزراعي، فضلاً عن تحقيق التنسيق بين الزراعة والتنمية في القطاعات الأخرى. ويمكن القول أن الإهتمام بالجوانب التسويقية للسلع الزراعية لا يقل في تأثيره عن الجوانب الإنتاجية لتلك السلع، وبصفة عامة يعتبر وجود نظام تسويقي كفاء من أهم متطلبات التنمية الاقتصادية في مصر.

ويستهدف النظام التسويقي الزراعي تحقيق منافع شكلية أو مكانية أو زمانية من عرض السلع كما يطلبها المستهلك ويتحقق ذلك لمحصول البطاطس من خلال وظائف تسويقية أساسية وأخرى تيسيرية تؤدي من خلال الوسطاء التسويقيين وتتمثل الوظائف التسويقية الأساسية في سبعة وظائف هي تجميع المحصول، الفرز، التدرج، التعبئة، التخزين، النقل والتوزيع لتجارة الجملة أو التجزئة أو المستهلكين. وتتمثل الوظائف التيسيرية في ثلاث وظائف هي التمويل وتحمل المجازفة وإتاحة المعلومات التسويقية⁽¹¹⁾. ونظراً لأن البطاطس رابع أكبر المحاصيل الغذائية في العالم بعد الأرز والقمح والذرة. حيث يبلغ متوسط الاستهلاك السنوي على مستوى العالم حوالي 20 كيلوجرام من البطاطس⁽¹²⁾.

وتبلغ الرقعة المزروعة بالبطاطس في مختلف عرواتها في مصر سنوياً حوالي 408 ألف فدان تمثل حوالي 19.6% من إجمالي مساحة الخضر البالغ حوالي 2075 ألف فدان، كما يبلغ متوسط طاقتها الإنتاجية السنوية حوالي 4560 ألف طن تمثل نحو 21.7% من متوسط الطاقة الإنتاجية السنوية لمحاصيل الخضر البالغ حوالي 21053 ألف طن خلال متوسط الفترة (2016-2014). كما تعتبر البطاطس مصدراً للعملة الصعبة والتي تساعد على تمويل برامج ومشروعات التنمية الاقتصادية والزراعية⁽¹⁴⁾، حيث بلغ المتوسط السنوي لكمية الصادرات المصرية من البطاطس حوالي 562 ألف طن بلغت قيمتها حوالي 1.584 مليار جنيه تمثل نحو 4% من إجمالي قيمة الصادرات الزراعية السلعية البالغة حوالي 41.139 مليار جنيه خلال نفس الفترة سالفة الذكر⁽¹⁾.

وتتركز الكميات المصدرة من البطاطس للأسواق الخارجية سنوياً على ما يتم إنتاجه منها بالأراضي الجديدة والتي تتوافق مواصفاتها الإنتاجية مع مواصفات التصدير، وتمثل الرقعة المزروعة بالبطاطس بالأراضي الجديدة حوالي 88 ألف فدان سنوياً تمثل حوالي 22% من إجمالي الرقعة المزروعة بها في مختلف العروات، وتمثل نظيرتها في الأراضي القديمة حوالي 88%، كما تساهم الأراضي الجديدة على مستوى الجمهورية بنحو 37% من إجمالي الطاقة الإنتاجية السنوية من البطاطس والبالغ مقدارها حوالي 1105 ألف طن في متوسط الفترة (2016-2014) الأمر الذي يستلزم ضرورة دراسة مختلف جوانبها الإنتاجية والتسويقية على مستوى كل من الأراضي القديمة والأراضي الجديدة نظراً لإختلاف نظم إستغلال الموارد في كل منها وبصفة خاصة الموارد المائية.

وتعتبر محافظة البحيرة من أهم المحافظات المصرية في إنتاج البطاطس حيث تمثل الرقعة المزروعة بها بالبطاطس حوالي 20% من إجمالي الرقعة المزروعة بالبطاطس على مستوى الجمهورية بالإضافة إلى ما يتم زراعتها سنوياً منها بمنطقة النوبارية والتي تعتبر ظهير صحراوي لمحافظة البحيرة حيث يمثل ما يزرع بها سنوياً من البطاطس نحو 9% من إجمالي المساحة المزروعة بالبطاطس على مستوى الجمهورية خلال متوسط الفترة (2016-2014)⁽¹⁴⁾.

مشكلة البحث:

تتلخص مشكلة البحث في تعدد الوسطاء المتعاملون في محصول البطاطس وضعف الخدمات التسويقية التي تؤدي عليها في مختلف المراحل التسويقية وحدة تقلباتها السعرية على مختلف شهور العام وما يترتب عليها من تقلبات دخول الزراع، هذا بالإضافة إلى ارتفاع تكاليفها الإنتاجية والتسويقية وتعرض الصادرات المصرية منها إلى رفض بعض

الدول لها في بعض السنوات لعدم مطابقة مواصفاتها التصديرية وبصفة خاصة فيما يتعلق بوجود مرض العفن البنى في الكمية المصدرة.

أهداف البحث:

يستهدف هذا البحث مايلي:

- (1) التعرف على تطور محددات الميزان الغذائي للبطاطس من حيث كمية إنتاجها وتجاريتها الخارجية وتوزيع المتاح للإستخدام منها.
- (2) التعرف على مختلف المسالك التسويقية للبطاطس بالأراضى القديمة والجديدة بمحافظة البحيرة ومؤشرات تلك المسالك.
- (3) تقدير الهوامش التسويقية ومعاملات الكفاءة التسويقية والعلاقات السعرية للبطاطس على مستوى الجمهورية وتحليل موسمية عرضها وتأثيره على أسعارها.
- (4) التعرف على مشكلات تسويق البطاطس في مختلف المسالك التسويقية في كل من الأراضى القديمة والجديدة بمحافظة البحيرة.

الأسلوب البحثى ومصادر البيانات:

إستندت الدراسة إلى أسلوب التحليل الإقتصادى الوصفى بجانب بعض الأساليب الإحصائية المتمثلة في الإنحدار البسيط لمعرفة الإتجاهات العامة ومعدلات النمو للمتغيرات الإقتصادية التى تضمنتها الدراسة بجانب بعض المعادلات الرياضية التى أمكن من خلالها قياس الكفاءة التسويقية.

كما إستندت الدراسة إلى البيانات الثانوية التى أمكن الحصول عليها من كل من قطاع الشؤون الإقتصادية بوزارة الزراعة وإستصلاح الأراضى والمتمثلة في نشرات الإحصاءات الزراعية، ونشرات الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء، وذلك بالإضافة إلى البيانات الأولية التى أمكن الحصول عليها من خلال عينة من زراع البطاطس بلغت مائة مزارع في كل من الأراضى القديمة والأراضى الجديدة بمحافظة البحيرة عام 2017.

النتائج البحثية:

الأهمية النسبية لإنتاج البطاطس في كل من الأراضى القديمة والأراضى الجديدة يتضح من جدول (1) أن إجمالى المساحة المزروعة بالبطاطس بمختلف العروات في الأراضى القديمة تمثل نحو 77% من إجمالى المساحة المزروعة على مستوى الجمهورية خلال متوسط الفترة (2011-2015)، في حين تمثل نظيرتها في الأراضى الجديدة نحو 23% ، كما تمثل الطاقة الإنتاجية من البطاطس بالأراضى القديمة نحو 80% من إجمالى الجمهورية وتمثل الطاقة الإنتاجية بالأراضى الجديدة نحو 20% منها. وفيما يتعلق بمساهمة الأراضى الجديدة بمحافظة البحيرة في إنتاج البطاطس فإنه يتضح من جدول (1) أن إجمالى المساحة المزروعة بالبطاطس بالأراضى الجديدة بمحافظة البحيرة والتى تتضمن الأراضى الواقعة بالزمام الإدارى لمراكز المحافظة بالإضافة لمنطقة النوبارية حوالى 107 ألف فدان تمثل نحو 64% من إجمالى المساحة المزروعة بالبطاطس بالأراضى الجديدة على مستوى الجمهورية خلال نفس الفترة، وحيث تمثل الرقعة المزروعة بالنوبارية كأراضى جديدة حوالى 48% من نظيرتها بالأراضى الجديدة على مستوى

الجمهورية، وتمثل الرقعة المزروعة بالبطاطس بالأراضي الجديدة بالمراكز الإدارية بالمحافظة حوالي 15% من نظيرتها على مستوى الجمهورية. وفيما يتعلق بمساهمة الأراضي الجديدة بالبحيرة في إجمالي الطاقة الإنتاجية من البطاطس بالمحافظة فإنه يتبين أن الأراضي الجديدة بمراكز المحافظة تساهم بحوالي 14% ومنطقة النوبارية بحوالي 45% من إجمالي الطاقة الإنتاجية من الأراضي الجديدة على مستوى الجمهورية.

جدول (1) الأهمية النسبية لمساهمة كل من الأراضي القديمة والجديدة في إنتاج البطاطس على مستوى إجمالي عرواتها خلال متوسط الفترة (2011-2015)

النوبارية	البحيرة	الجمهورية	البيان
			الأراضي القديمة
-	69.117	329.293	المساحة (ألف فدان)
-	11.57	11.12	الإنتاجية (طن/فدان)
-	797.654	3662.761	الإنتاج (ألف طن)
			الأراضي الجديدة
38.191	11.940	78.904	المساحة (ألف فدان)
10.91	11.26	11.59	الإنتاجية (طن/فدان)
416.380	134.610	922.871	الإنتاج (ألف طن)
			الإجمالي
38.191	81.057	428.197	المساحة (الف فدان)
10.91	11.52	11.23	الإنتاجية (طن/فدان)
416.380	932.265	4585.632	الإنتاج (ألف طن)

المصدر: وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، نشرة الإحصاءات الزراعية، أعداد مختلفة.

أولاً: محددات الميزان الغذائي للبطاطس خلال الفترة (2000-2016):

يتضح من جدولي (2،3) أن أهم محددات الميزان الغذائي للبطاطس خلال فترة الدراسة تتلخص في الآتي :

(1) أن كمية الإنتاج من البطاطس إتخذت إتجاهاً تزايدياً معنوي إحصائياً بمعدل 4.9% سنوياً.

(2) كمية الواردات المصرية من تقاوى البطاطس قد أخذت إتجاهاً تزايدياً معنوي إحصائياً بمعدل 6.8% سنوياً.

(3) كمية الصادرات المصرية من البطاطس إتخذت إتجاهاً تزايدياً معنوي إحصائياً بمعدل نمو سنوي بلغ 6.3%.

(4) أخذ المتاح للإستخدام المحلى من البطاطس إتجاهاً تزايدياً معنوي إحصائياً خلال فترة الدراسة بلغ نحو 4.9% سنوياً.

(5) أن الكميات المحتجزة من البطاطس لأغراض التقاوى أخذت إتجاهاً تزايدياً معنوي إحصائياً خلال فترة الدراسة بلغ نحو 4.5% سنوياً وأن الفاقد من البطاطس قد أخذ إتجاهاً تزايدياً معنوي إحصائياً بلغ نحو 6.3% سنوياً وأن المتبقى لغذاء الإنسان قد أخذ إتجاهاً تزايدياً معنوي إحصائياً بلغ نحو 4.5%.

(6) متوسط نصيب الفرد من البطاطس في مصر قد أخذ اتجاهًا تزايدياً معنوي إحصائياً بلغ 2.4% سنوياً.

جدول (2) الميزان الغذائي للبطاطس بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016)

(الكمية : ألف طن)

متوسط نصيب الفرد (كجم/سنة)	توزيع المئاح للاستخدام			المئاح للاستخدام	التجارة الخارجية		كمية الإنتاج المحلي	السنة
	المتبقى لغذاء الإنسان	الفاقد	التقاوى		كمية الصادرات	كمية الواردات		
20.8	1312	218	144	1674	152	61	1765	2000
20.6	1343	190	219	1752	186	35	1903	2001
20.8	1389	196	226	1811	229	55	1985	2002
19.9	1350	181	281	1812	296	69	2039	2003
22.7	1572	219	398	2189	381	23	2547	2004
28.9	2045	285	518	2848	392	73	3167	2005
19.9	1439	201	364	2004	367	58	2313	2006
23.8	1751	245	443	2439	390	69	2760	2007
31.3	2356	330	596	3282	453	168	3567	2008
32.7	2515	352	636	3503	245	53	3659	2009
27.0	2389	576	422	3387	299	77	3634	2010
29.9	2698	651	477	3826	648	144	4338	2011
32.5	3012	743	612	4367	280	121	4758	2012
29.5	2808	825	492	4125	854	455	4265	2013
27.3	2667	939	490	4096	691	200	4611	2014
29.3	2928	1029	538	4495	602	142	4955	2015
24.9	2541	893	467	3901	413	185	4113	2016
27.7	2363	561	496	3420	463	136	3745	المتوسط

المصدر : الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء، نشرة حركة الانتاج والتجارة الخارجية والمئاح للاستهلاك من السلع الزراعية

جدول (3) معالم الدوال الخطية للإتجاه الزمنى لمحدات الميزان الغذائى للبطاطس خلال الفترة (2000-2016)

(الكمية : بالآلف طن)

مستوى المعنوية	F	R ²	الإنحراف القياسى	معدل النمو %	معامل الإنحدار	ثابت الداله	البيان
**	115.9	0.88	1090.81	4.9	203.26	1487.03	الإنتاج المحلي
**	9.6	0.39	627.79	6.8	12.67	2.94	الواردات
**	13.2	0.47	627.79	6.3	26.09	169.77	الصادرات
**	121	0.89	143.46	4.9	190.61	1314.59	المئاح للاستخدام
**	17.4	0.54	307.18	4.5	20.83	243.31	التقاوى
**	91.3	0.86	143.46	6.3	56.38	32.51	الفاقد
**	74.3	0.83	627.79	4.5	113.40	1103.79	المتبقى لغذاء الإنسان
**	11.65	0.43	4.60	2.4	.60	20.56	متوسط نصيب الفرد

المصدر : حسبت من بيانات جدول (2)

ثانياً: مدى التوازن بين أسعار البطاطس على مختلف مستويات المسلك التسويقي:

تشير نتائج دراسة معدلات نمو الأسعار على مستوى المنتج والجملة والتجزئة خلال الفترة (2000-2016) والواردة بجدول (4) إلى معنوية الدوال المقدره عند مستوى معنوية 0.01 وقد تبين أن معدل النمو في سعر المنتج يبلغ نحو 6.52% ، ومعدل نمو سعر الجملة يبلغ نحو 8.5% ، ومعدل نمو سعر التجزئة يبلغ نحو 8.06% . وهو ما يشير إلى عدم تمشى معدل النمو في سعر المنتج مع نظيره لسعرى الجملة والتجزئة وهو ما يعنى عدم التوازن بين معدلات نمو تلك الأسعار أو تحقيق معدلات زياده فى الهوامش التسويقية على حساب أسعار المنتجين.

جدول (4) معالم الدوال الخطية للإتجاه الزمنى لأسعار المنتج والجملة والتجزئة للطن من البطاطس خلال الفترة (2000- 2016)

الوحدة : جنيه/طن

البيان	ثابت الدالة	معامل الإنحدار	معدل النمو %	الإنحراف القياسى	R ²	F	معنوية الدالة
سعر المنتج	420.571	66.448	6.52	374.309	0.80	63	**
سعر الجملة	367.691	132.897	8.5	703.433	0.91	151.9	**
سعر التجزئة	650.088	190.265	8.06	1092.293	0.77	50	**

** معنوية على مستوى 0.01 * معنوية على مستوى 0.05 - غير معنوية - المصدر : جمعت وحسبت من بيانات جدول (1) بالملاحق.

ثالثاً: موسمية عرض البطاطس وتأثيرها على الأسعار:

تنتم السلع الزراعية بصفة عامة ومن ضمنها البطاطس بوجود تغيرات فى عرضها فى الأسواق، وهذه التغيرات تحدث نتيجة تأثير العوامل المناخية والتي تحدد إنتاجها فى مواسم معينة. وتعنى التغيرات الموسمية وجود نماذج متكررة من العرض بانتظام حيث يرتبط متغير العرض بعروض إنتاج البطاطس الثلاثة على مدار العام. وبصفه عامة يتوقف نمط الموسمية على ثلاثة عوامل أولهما عدد العروات الإنتاجية فى العام، وثانيهما طبيعة السلعة ودرجة قابليتها للعطب ومدى إمكانية تخزينها حيث يقل تأثير موسمية العرض على الأسعار مع كبر إمكانية التخزين، وثالثهما تعدد الإستخدامات للسلعة حيث كلما تعددت الإستخدامات كلما كان النمط الموسمى للعرض وتأثيره على الأسعار أقرب للمتوسط⁽¹¹⁾.

ويتضح من جدول (5) أنه بتقدير موسمية عرض البطاطس بسوق العبور لتجارة الجملة للخضر والفاكهة بالقاهرة خلال متوسط الفترة (2014-2016) تبين أن الكميات الواردة للسوق بلغت حدها الأدنى فى شهر سبتمبر بنسبه موسمية بلغت حوالى 79.9% وهو ما ترتب عليه ارتفاع دليل موسمية السعر فى نفس الشهر عن الشهور السابقه له بشكل ملحوظ بنسبه موسمية بلغت نحو 123% ويتضح من ذلك أن إنخفاض نسبته نحو 18.7% فى دليل موسمية عرض هذا الشهر عن الشهر السابق له ترتب عليها زيادة فى موسمية سعر نفس الشهر عن الشهر السابق له بنحو 9.4% .

كما يتضح أنه يتم خلال شهر أكتوبر تزايد الوارد للسوق بسبب التخلص من مخزون بطاطس العروة الصيفية لدى الوسطاء والزراع وتزايد نسبه موسمية العرض إلى 88.1% ويترتب عليها إنخفاض نسبه موسمية السعر إلى 120.7% أى أنه خلال هذا الشهر يترتب

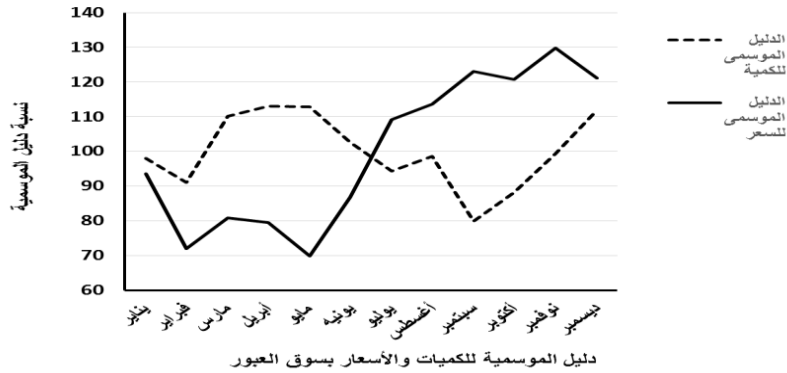
على تزايد موسمية العرض بنحو 8.2% إنخفاض موسمية السعر بنحو 2.3% ويعزى تزايد نسبه موسمية العرض خلال شهر أكتوبر إلى رغبة التجار والزراع في التخلص من مخزون بطاطس العروة الصيفية قبل ظهور محصول العروة الشتوية والذي يبدأ توارده إلى السوق في شهر نوفمبر فترتفع نسبه موسمية العرض خلال شهرى نوفمبر وديسمبر ثم يبدأ دليل موسمية العرض فى الإنخفاض خلال شهرى يناير وفبراير إلى أن يبدأ ظهور محصول العروة النيلية (المحيرة) خلال شهر مارس والعروة الصيفية خلال شهرى أبريل ومايو وهو ما يترتب عليه زيادة المعروض بالأسواق وإرتفاع نسبة دليل موسمية العرض وإنخفاض نسبة دليل موسمية السعر.

جدول (5) الدليل الموسمي للكميات الواردة من البطاطس وأسعارها لسوق العبور بالقاهرة خلال متوسط الفترة (2016-2014)

الكميات بالطن والسعر جنيه / طن

الشهور	الكميات والأسعار	متوسط الكمية الواردة للسوق	الدليل الموسمي للكمية %	متوسط السعر بالسوق	الدليل الموسمي للسعر %
يناير		26417	98	1923	93.6
فبراير		24558	91.1	1480	72.1
مارس		29717	110.2	1660	80.8
أبريل		30500	113.1	1633	79.5
مايو		30400	112.8	1433	69.8
يونيه		27700	102.7	1783	86.8
يوليو		25463	94.4	2243	109.2
أغسطس		26595	98.6	2333	113.6
سبتمبر		21550	79.9	2527	123
أكتوبر		23750	88.1	2480	120.7
نوفمبر		26770	99.3	2667	129.8
ديسمبر		30128	111.8	2487	121.1
المتوسط		26962	100	2054	100

المصدر: سجلات إدارة سوق الجملة لتجارة الخضار والفاكهة بالعبور، بيانات غير منشورة.



جدول رقم (6) الهوامش التسويقية للبطاطس خلال الفترة (2000-2016)

السنوات	الهوامش التسويقية						الكفاءة التسويقية للبطاطس (%) (8)
	جملة - منتج		تجزئة - جملة		تجزئة - منتج		
	مطلق (جنية/طن) (1)	نسبي (%) (2)	مطلق (جنية/طن) (3)	نسبي (%) (4)	مطلق (جنية/طن) (5)	نسبي (%) (6)	
2000	136.2	21.0	471	42.1	607.2	54.3	35.20
2001	236.3	32.1	384	34.3	620.3	55.4	33.47
2002	215.3	29.7	269	27.1	484.3	48.8	41.75
2003	429.5	40.0	714	39.9	1143.5	63.9	26.37
2004	500.1	43.6	353	23.5	853.1	56.8	38.30
2005	190.9	22.4	293	25.6	483.9	42.2	53.84
2006	390.4	32.3	504	29.4	894.4	52.2	41.12
2007	295	21.3	555	28.6	850	43.8	44.46
2008	319	21.7	664	31.1	983	46.1	45.28
2009	374	22.9	797	32.8	1171	48.2	41.17
2010	399	23.5	1165	40.7	1564	54.7	34.65
2011	520	25.4	2206	51.9	2726	64.1	24.35
2012	537	25.6	1965	48.4	2502	61.6	27.27
2013	446	26.3	727	30.0	1173	48.5	48.28
2014	1487	54.1	783	22.2	2270	64.3	29.23
2015	1425	52.8	862	24.2	2287	64.2	29.40
2016	1367	50.0	866	24.1	2233	62.1	32.9
المتوسط	545.2	32.1	798.7	32.7	1343.9	54.8	36.9

حيث : الهوامش التسويقية للبطاطس : 1- جملة - منتج (مطلق) = (سعر الجملة - سعر المنتج)

2- جملة - منتج (نسبي) = (سعر الجملة - سعر المنتج) ÷ سعر الجملة x 100

3- تجزئة - جملة (مطلق) = (سعر التجزئة - سعر الجملة)

4- تجزئة - جملة (نسبي) = (سعر التجزئة - سعر الجملة) ÷ سعر التجزئة x 100

5- تجزئة - منتج (مطلق) = (سعر التجزئة - سعر المنتج)

6- تجزئة - منتج (نسبي) = (سعر التجزئة - سعر المنتج) ÷ سعر التجزئة x 100

7- الكفاءة التسويقية = 100 - (التكاليف التسويقية ÷ التكاليف التسويقية + التكاليف الإنتاجية) x 100

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات وزارة الزراعة واستصلاح الاراضى قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة الإحصاءات الزراعية، اعداد متفرقة.

رابعاً: الهوامش التسويقية للبطاطس:

ينضح من جدول رقم (6) أن أهم معالم الهوامش التسويقية لمحصول البطاطس خلال فترة الدراسة تتلخص في أنها تمثل لمرحلة (الجملة - المنتج) حوالي 32.1% من سعر الجملة، ولمرحلة (التجزئة - الجملة) تمثل حوالي 33% من سعر التجزئة، هذا في حين تمثل لمرحلة (التجزئة - المنتج) حوالي 55% من سعر التجزئة خلال فترة الدراسة.

خامساً: معاملات الكفاءة التسويقية للبطاطس على مستوى الجمهورية خلال الفترة (2016-2000)

يتضح من جدول (6) أن معاملات الكفاءة التسويقية للبطاطس على مستوى متوسط عرواتها خلال فترة الدراسة قد تراوحت بين حد أدنى بلغ حوالى 24% فى عام 2011 وحد أقصى بلغ حوالى 54% خلال عام 2005 وبمتوسط عام خلال متوسط فترة الدراسة بلغ حوالى 37% ويستدل مما سبق إنخفاض الكفاءة التسويقية للبطاطس فى مصر ويعزى ذلك فى جانب كبير منه إلى ارتفاع تكاليف تسويقها وبصفة خاصة فيما يتحصل عليه الوسطاء من عائد خلال مختلف مستويات المسلك التسويقي.

سادساً: المسالك التسويقية للبطاطس بعينة الدراسة بكل من الأراضى القديمة والجديدة يتاح لزراع البطاطس أربعة مسالك تسويقية أولها البيع فى الحقل وثانيها البيع فى سوق الجملة وثالثها تسليم المحصول لمحطات التصدير ورابعها تسليم المحصول للتصنيع وبإستعراض عينة الدراسة فى كل من الأراضى القديمة والجديدة بمحافظة البحيرة تبين ما يلى :

1- البيع فى الحقل:

يتضح من جدول (7) أن البيع فى الحقل هو المسلك التسويقي السائد فى تصريف المحصول سواءً فى الأراضى القديمة أو الأراضى الجديدة حيث تبلغ نسبته فى الأراضى القديمة نحو 60% وفى الأراضى الجديدة نحو 51% من عينة الدراسة فى كل منها. وفى هذا المسلك يقوم التجار المحليون بشراء المحصول من الزراع لحساب تاجر الجملة بأسواق الجملة أو لتصريفه فى أي من المسالك التسويقية الأخرى متحملين بذلك تكاليف النقل من الحقل إلى المسالك التسويقية التى يتبعونها فى تصريف المحصول بالإضافة إلى ثمن أجولة التعبئة وتكلفة الوزن وكافة التكاليف التسويقية الأخرى، ويلجأ الزراع لهذا المسلك التسويقي لضعف إمكانياتهم المادية ولضمان سرعة تصريف المحصول. جدول (7) الأهمية النسبية لأساليب تصريف محصول البطاطس بعينة الدراسة بكل من الأراضى القديمة والجديدة بمحافظة البحيرة

الأراضى الجديدة		الأراضى القديمة		المسلك التسويقي
الأهمية النسبية %	التكرار	الأهمية النسبية %	التكرار	
51	51	60	60	البيع فى الحقل
8	8	11	11	البيع فى أسواق الجملة
12	12	19	19	التعاقد على التوريد للتصنيع
29	29	10	10	التوريد للتصدير

المصدر: إستمارات إستبيان عينة الدراسة

ويتضح من جدول (8) أن هذا المسلك يعتبر أقل فى أسعار بيع المحصول من باقى المسالك التسويقية الأخرى حيث بلغ متوسط سعر بيع الطن فيه حوالى 1950 جنيهاً لإجمالى عينة الدراسة فى كل من الأراضى القديمة والجديدة عام 2017 وهو أقل من نظيره فى حالة البيع بسوق الجملة بنحو 15.5% وفى حالة تسليم محطات التصدير بنحو 31.5% وفى حالة التعاقد للتصنيع بنحو 50%، كما يتسم إتباع هذا المسلك بإنخفاض نسبة الفرزة عن باقى المسالك التسويقية الأخرى.

كما يتضح من ذات الجدول أن صافى عائد الفدان في هذا المسلك التسويقي أقل من نظيره في حالة البيع في سوق الجملة بنحو 2.5% وفي حالة تسليم محطات التصدير بنحو 41.7% وفي حالة التعاقد للتصنيع بنحو 2.8%.

وفيما يتعلق بالمشاكل التسويقية لهذا المسلك فيتضح من جدول (9) أن إنخفاض سعر البيع في هذا المسلك إحتلت الأهمية النسبية الأولى لأراء زراع العينة في كل من الأراضي القديمة والأراضي الجديدة بأهمية نسبية بلغت نحو 96% في الأراضي الجديدة، ونحو 90% من إجمالي أراء زراع العينة في الأراضي القديمة يليها مشكلة حدة تقلبات سعر البيع بأهمية نسبية بلغت حوالى 72% في الأراضي القديمة وحوالى 78% في الأراضي الجديدة ثم مشكلة تأخير إستلام ثمن المحصول بأهمية نسبية بلغت نحو 67% في الأراضي القديمة ونحو 55% في الأراضي الجديدة، ويلي ذلك عدم إلتزام التجار المحليون بسعر بيع المحصول المتفق عليه بأهمية نسبية بلغت 43% في الأراضي القديمة وحوالى 33% في الأراضي الجديدة، يلي ذلك مشكلة إرتفاع تكاليف تخزين بطاطس العروة الصيفية التي تحتجز كتقاوى في التلاجات بأهمية نسبية بلغت نحو 42% في الأراضي القديمة ونحو 45% في الأراضي الجديدة، ثم مشكلة إرتفاع تكاليف جمع وتعبئة المحصول بأهمية نسبية

جدول (8) التكاليف الإنتاجية والتسويقية ومتوسط صافى عائد الفدان من البطاطس الشتوى بالمسالك التسويقية المختلفة بعينة الدراسة بمحافظة البحيرة عام 2017
(الوحدة : بالجنية للقيم وبالطن للكميات)

المسالك التسويقية				البيان
تسليم تعاقد للتصنيع	تسليم محطات التصدير	البيع في سوق الجملة	البيع في الحقل	
9.62	10.18	10.6	10.33	الكمية المباعة بعد الفرز(طن/ فدان)
0.73	0.82	0.5	0.46	كمية الفرزه (طن/ فدان)
3000	2500	2295	1950	سعر بيع الطن من البطاطس بالجنيه
600	600	500	500	سعر بيع الطن من الفرزه
28860	25450	24327	20143	ثمن البطاطس المفروزه
438	492	250	230	ثمن الفرزه
29298	25942	24577	20373	إجمالى الإيراد
16109	15105	13833	14050	تكاليف إنتاج الفدان المتغيرة:
2015	1920	2017	1850	إيجار الأرض
18124	17025	15850	15900	إجمالى التكاليف الإنتاجية الفدانية
				التكاليف التسويقية لإنتاج الفدان بالجنيه :
310	310	310	-	ثمن العبوات
750	770	700	630	أجور عمالة فرز وتعبئة
1356	1860	1250	-	تكاليف نقل المحصول
-	-	1900	-	العمولة
63	50	42	30	نثر يات
2479	2990	4202	660	إجمالى التكاليف التسويقية
20603	20015	20052	16560	إجمالى التكاليف الإنتاجية والتسويقية
8695	5927	4525	3813	صافى عائد الفدان

المصدر: إستثمارات إستبيان عينة الدراسة .

جدول (9) الأهمية النسبية للمشاكل التسويقية لتصريف محصول البطاطس في الحقل لزراع عينة الدراسة لكل من الأراضي القديمة والجديدة بمحافظة البحيرة عام 2017

الأراضي الجديدة		الأراضي القديمة		المشكلة
%	التكرارات	%	التكرارات	
96	49	90	54	(1) انخفاض سعر البيع
78	40	72	43	(2) حدة تقلبات سعر البيع
55	28	67	40	(3) تأخير استلام ثمن المحصول
33	17	43	26	(4) عدم التزام التاجر بسعر البيع
45	23	42	25	(5) ارتفاع تكاليف تخزين ناتج العروة الصيفية المحتجز كقفاوى في التلاجات
41	21	28	17	(6) ارتفاع أجور تكاليف جمع وتعبئة المحصول
35	18	-	-	(7) معظم الطرق غير ممهدة مما يزيد من تكاليف تسويق المحصول.
33	17	25	15	(8) عدم وجود دور لجمعية تسويق الخضر والفاكهة بالمحافظة في تسويق البطاطس

المصدر : استمارات إستبيان عينة الدراسة

بلغت نحو 28% في الأراضي القديمة ونحو 41% في الأراضي الجديدة، يلي ذلك مشكلة عدم تمهيد الطرق لتسهيل نقل المحاصيل للأسواق والتي ظهرت في الأراضي الجديدة فقط بأهمية نسبية بلغت نحو 35% من إجمالي عينة زراع تلك الأراضي، وأخيراً مشكلة عدم وجود دور للجمعية التعاونية لتسويق الخضر والفاكهة في تسويق محصول البطاطس بأهمية نسبية بلغت نحو 25% في الأراضي القديمة ونحو 33% في الأراضي الجديدة.

2- البيع في سوق الجملة:

يتضح من جدول (7) ضعف نسبة إتباع زراع عينة الدراسة لهذا المسلك التسويقي حيث بلغت نسبتهم 8% في الأراضي الجديدة، ونحو 11% في الأراضي القديمة من إجمالي زراع عينة كل منهما ويعزى انخفاض نسبة إتباع الزراع لهذا المسلك إلى ما يتطلبه من تكاليف تسويقية متمثلة في ثمن فوارغ التعبئة وتكلفة النقل لسوق الجملة وخلافه بالإضافة إلى ما قد يتعرض له المزارع من ممارسات تسويقية في السوق قد يترتب عليها انخفاض السعر المتحصل عليه ويتبع في تصريف المزارع لمحصوله في سوق الجملة أحد أسلوبين أولهما تسليمه لتاجر الجملة بناءً على إتفاق مسبق ويتحدد السعر على حسب جودة المحصول والأسعار السائدة بالسوق، وثانيهما البيع بالعمولة وفي هذا الأسلوب يقوم تاجر الجملة بتصريف المحصول لتجار التجزئة لحساب المزارع نظير عموله تتراوح بين 5 : 6% من ثمن بيع المحصول ويتحمل المزارع كافة التكاليف التسويقية من ثمن فوارغ التعبئة والنقل والوزن ورسوم دخول السوق والتي تقدر لمحاصيل الخضر والفاكهة بنحو 2 جنيهه للطن مضافاً إليها المصاريف الإدارية ويتم التحصيل على 95% من وزن المحصول.

ويتضح من جدول (8) أن سعر بيع المحصول في هذا المسلك رغم أنه أعلى من نظيره في حالة البيع في الحقل إلا إنه أقل من نظيره في حالة تسليم محطات التصدير بنحو 18.9% وأقل من نظيره في حالة التعاقد على التوريد للتصنيع بنحو 27% ، كما يتضح ارتفاع التكاليف التسويقية لهذا المسلك عن باقي المسالك الأخرى، كما بلغ صافي إيراد الفدان في ظل إتباع هذا المسلك نحو 7756 جنيهاً للفدان وهي تفوق نظيره في حالة البيع في

الحقل بنحو 2.5% إلا إنها أقل من نظيراتها في حالة التسليم لمحطات التصدير بنحو 40.3% وأقل من نظيراتها في حالة التعاقد على تسليم المحصول للتصنيع بنحو 41.3%. وفيما يتعلق بالمشاكل التسويقية التي يتعرض لها الزراع في حالة إتباع هذا المسلك التسويقي فإنه يتضح من جدول (10) أن ارتفاع تكاليف نقل المحصول للسوق إحتلت الأهمية النسبية الأولى في كل من الأراضي الجديدة والأراضي القديمة بأهمية نسبية بلغت نحو 87% ، 73% من مجموع آراء زراع عينة كل منهما على الترتيب، يليها مشكلة بعد الأسواق عن المزارع بأهمية نسبية بلغت 75% في الأراضي الجديدة ونحو 64% في الأراضي القديمة، ثم مشكلة انخفاض أسعار البيع في السوق بأهمية نسبية بلغت نحو 75% في الأراضي الجديدة ونحو 64% في الأراضي القديمة، يليها مشكلة ارتفاع نسبة عمولة البيع بالوكيل (الشلايش) الخاصة ببيع محاصيل الخضر والفاكهة بالمراكز الإدارية وكذلك بسوق الجملة بالمحافظة والتي تصل إلى 7 : 9% من ثمن بيع المحصول عن نظيراتها التي يتم التعامل بها في الأسواق المركزية والتي تبلغ 5 : 6% من ثمن بيع المحصول، يليها مشكلة عدم إتاحة معلومات عن الأسعار المتداولة لمختلف الأصناف من المحصول بنحو 45% في الأراضي القديمة ونحو 37% في الأراضي الجديدة، ثم تأخير إستلام ثمن بيع المحصول بأهمية نسبية نحو 27% في الأراضي القديمة ثم تأخير إستلام ثمن بيع المحصول بأهمية نسبية نحو 27% في الأراضي القديمة ونحو 26% في الأراضي الجديدة، وأخيراً وجود كثير من الطرق غير الممهدة مما يعيق نقل المحصول للأسواق بأهمية نسبية بلغت نحو 25% في الأراضي الجديدة فقط من مجموع آراء زراع عينة الدراسة في تلك الأراضي.

جدول (10) الأهمية النسبية للمشاكل التسويقية لأسلوب بيع محصول البطاطس في سوق الجملة لزراع عينة الدراسة لكل من الأراضي القديمة والجديدة بمحافظة البحيرة عام 2017

المشكلة			
الأراضي القديمة		الأراضي الجديدة	
التركرارات	%	التركرارات	%
8	73	7	87
7	64	6	75
7	64	6	75
5	45	3	37
4	36	2	25
3	27	2	26
-	-	2	25

المصدر : إستمارات إستبيان عينة الدراسة

3- التعاقد على تسليم المحصول للتصنيع:

الزراعة التعاقدية هي إتفاق بين المزارعين وشركات التصنيع أو من ينوب عنها في التسويق على إنتاج وتوريد المنتجات الزراعية بموجب إتفاقات مسبقة وغالباً ما يكون ذلك على أساس أسعار محده سلفاً. وينبغي أن تستوفى المنتجات معايير الجودة التي يحددها المشتري على أن يتاح المحصول في الوقت الذي يحدده المشتري وفي المقابل فإن المشتري يلتزم بشراء المحصول.

ويتضح من جدول (7) إنخفاض نسبة الزراعة المتعاقدين على تسليم محاصيلهم للتصنيع حيث بلغت نسبتهم حوالي 12% في الأراضي الجديدة وحوالي 19% في الأراضي القديمة من إجمالي عينة الزراعة في كل منها ويعزى إنخفاض تلك النسبة في هذا المسلك التسويقي إلى أن التعاقد يجرى على أصناف معينة من البطاطس وبصفة خاصة صنف الهيرمس والروزيئا وهي أصناف يتم توزيع تقاويها من قبل أصحاب مصانع الشيبسي أو من خلال مندوبيهم أو تجار الجملة بغرض التعاقد مع الزراعة على إستلام محصولها للتصنيع حيث يتسلم المزارع التقاوى بسعر يتفق عليه ويتم خصم قيمته من ثمن بيع المحصول الذي يتعاقد على تسليمه بأسعار تحدد مسبقاً قبل زراعة المحصول هذا مع الأخذ في الإعتبار إلى قيام بعض الزراع بشراء تقاوى أصناف التصدير وزراعتها بدون إجراء تعاقد والقيام ببيعها للتصنيع بالأسعار السائدة، ويعتبر هذا الأسلوب نوع من الزراعة التعاقدية غير الرسمية.

ويتضح من جدول (8) أن هذا المسلك هو أفضل المسالك التسويقية من حيث سعر البيع كما أنه أفضل المسالك من حيث صافي العائد الفدائي والذي يبلغ في هذا المسلك حوالي 13.225 ألف جنيه للطن خلال موسم 2017 وهو يفوق نظيره في حالة البيع في الحقل بنحو 75% وفي حالة البيع في سوق الجملة بنحو 70% ويفوق نظيره في حالة التسليم لمحطات التصدير بنحو 2%. كما يتضح من جدول (11) أن أهم المشاكل التسويقية في حالة إتباع الزراعة لهذا المسلك التسويقي على مستوى كل من الأراضي القديمة والجديدة هي مشكلات إرتفاع أسعار تقاوى أصناف البطاطس المستخدمة في التصنيع بأهمية نسبية 100% من إجمالي زراع عينة كل منهما يليها مشكلة إرتفاع تكاليف النقل لأماكن التسليم بنحو 92% في الأراضي الجديدة ونحو 74% في الأراضي القديمة، ثم مشكلة إنخفاض إنتاجية الأصناف التصنيعية بنحو 83% في الأراضي الجديدة ونحو 74% في الأراضي القديمة يلي ذلك من حيث الأهمية مشكلة عدم وجود دور للإرشاد الزراعي في التعامل مع زراعة الأصناف التصنيعية في ظل إنخفاض إنتاجيتها بأهمية نسبية بلغت نحو 67% في الأراضي الجديدة ونحو 55% في الأراضي القديمة. يليها مشكلة المغالاة في خصم نسبة من المحصول عند التسليم نظير إنخفاض جودة المحصول بأهمية نسبية بلغت نحو 58% في الأراضي الجديدة ونحو 45% في الأراضي القديمة، يليها مشكلة الإستلام بسعر منخفض للغاية من غير المتعاقدين في حالة زيادة العرض في السوق بأهمية نسبية بلغت نحو 58% في الأراضي الجديدة ونحو 36% في الأراضي القديمة، يلي ذلك مشكلة عدم جودة تقاوى التصنيع في العروة الشتوية مما يترتب عليه ضعف إنتاجيتها وسوء مواصفاتها عند التسليم بأهمية نسبية بلغت نحو 36% في الأراضي القديمة ونحو 33% في الأراضي الجديدة، ثم مشكلة تأخير إستلام ثمن المحصول بأهمية نسبية نحو 33% في الأراضي الجديدة ونحو 27% في الأراضي القديمة، وأخيراً مشكلة إرتفاع نسبة الفرزة عند التعبئة بأهمية نسبية بلغت نحو 33% في الأراضي الجديدة ونحو 27% في الأراضي القديمة.

4- تسليم المحصول لمحطات التصدير

يتضح من جدول (7) أن نسبة زراع عينة الدراسة الذين يقومون بتسليم محاصيلهم من البطاطس لمحطات التصدير بلغت نحو 29% من زراع عينة الدراسة بالأراضي الجديدة ونحو 10% من زراع عينة الدراسة بالأراضي القديمة، ويعزى إرتفاع نسبة هذا المسلك التسويقي في الأراضي الجديدة عن نظيره في الأراضي القديمة إلى ما تشترطه دول الإتحاد الأوربي من إستلام المحاصيل المصدرة إليها من الأراضي الجديدة ومن مناطق يتم تحديدها

قبل موسم التصدير لخلوها من مرض العفن البنى ومن ثم فإن توريد زراعي الأراضى القديمة محاصيلهم لمحطات التصدير يكون من بعض أصناف البطاطس التي يتم تصديرها إلى الدول العربية وفيما يلي مواصفات تصدير البطاطس لكل دولة:

- (1) البطاطس المريشة ذات اللحم الأبيض تصدر إلى إنجلترا وإيرلندا.
- (2) البطاطس المستوية ذات اللحم الأصفر تصدر إلى ألمانيا وبعض الدول الأوروبية.
- (3) البطاطس المزلطة ذات الحجم الكبير وقشرتها بيضاء تصدر إلى الأردن والسعودية وبقية الدول العربية.
- (4) تشترط إنجلترا وإيرلندا حصاد البطاطس مريشة أى قبل تمام النضج (90 : 100 يوم) خاصة أصناف الكنج إدوارد، الكاراء، النيقولا وتعباً في شكاير خاصة ويوضع فيها بتموس لتكون طازجة أطول فترة ممكنه، أما البطاطس التي تصدر للدول العربية تحصد تامة النضج وتفرز خاصة أصناف الأسبونتأ، الدايمونت، بركه ويفضل تعبئتها في صناديق كرتون داخل الشاحنات المبردة.

جدول (11) الأهمية النسبية للمشاكل التسويقية لأسلوب التعاقد على بيع محصول البطاطس للتصنيع لزراعي عينة الدراسة لكل من الأراضى القديمة والجديدة بمحافظة البحيرة عام 2017

الأراضى الجديدة		الأراضى القديمة		المشكلة
التكرارات	%	التكرارات	%	
100	12	100	19	(1) ارتفاع أسعار تقاوى أصناف بطاطس التصنيع.
92	11	74	14	(2) ارتفاع تكاليف النقل لآماكن تسليم المحصول.
83	10	74	14	(3) انخفاض إنتاجية بعض أصناف التصنيع.
67	8	55	10	(4) عدم وجود دور للإرشاد الزراعي فى التعامل مع أصناف التصنيع فى ظل انخفاض إنتاجيتها.
58	7	45	9	(5) المغالاة فى خصم نسبة من وزن المحصول المورد نظير انخفاض الجودة.
58	7	36	7	(6) الإستلام بسعر منخفض للغاية من الزراعي غير المتعاقدين فى حالة زيادة عرض المحصول.
33	4	36	7	(7) عدم جودة تقاوى التصنيع فى العروة الشتوية لسوء تخزينها فى بعض الحالات مما يضعف من إنتاجيتها ومواصفاتها عند التسليم.
33	4	27	5	(8) تأخير إستلام ثمن المحصول.
33	4	27	5	(9) ارتفاع كمية الفرزة عند التعبئة

المصدر : إستمارات إستبيان عينة الدراسة

ويتضح من جدول (8) أن سعر تسليم الزراعي لطن البطاطس لمحطات التصدير بلغ بعينة الدراسة حوالى 2500 جنيه وأنه يفوق نظيره فى حالة البيع بأسواق الجملة بنحو 9% ويفوق نظيره فى حالة البيع فى الحقل بنحو 28% كما بلغ صافى عائد الفدان فى هذا المسلك التسويقي حوالى 5927 جنيهاً وهو يفوق نظيره فى حالة البيع فى سوق الجملة بنحو 31% ويفوق نظيره فى حاله البيع فى الحقل بنحو 55% ، وبمقارنة الأسعار التصديرية للبطاطس بنظيرتها المزرعية التي يحصل عليها الزراعي فقد إستندت الدراسة إلى تقدير أسعار المساواة بالرقم القياسى لسعر التصدير خلال الفترة من (2005-2016) وذلك بضرب الرقم القياسى لسعر التصدير فى السنه المراد حسابه فيها فى متوسط السعر المزرعي خلال فترة الأساس وهى الفترة من (2005-2007) وبإستعراض البيانات الوارده بجدول (12) يتضح أنه

باستثناء أسعار عام 2006 فقط كانت الأسعار المزرعية التي يحصل عليها الزراع أقل من الأسعار المقدره بالمساواة بالرقم القياسى لأسعار صادرات البطاطس حيث فاقت الأسعار المقدره نظيرتها المزرعية التي يحصل عليها الزراع بنحو 69% وذلك خلال متوسط الفترة (2014-2016).

ويتضح من جدول (13) أن مشكلة عدم إتباع دورة زراعية فى زراعة محصول البطاطس فى مصر وما يترتب عليها من ظهور مرض العفن البنى فى الصادرات إحتلت المرتبة الأولى من بين مختلف المشاكل من وجهة نظر الزراع بأهمية نسبية بلغت نحو 80% فى الأراضى القديمة ونحو 59% فى الأراضى الجديدة، يليها مشكلة إرتفاع تكاليف النقل بأهمية نسبية بلغت نحو 72% فى الأراضى الجديدة ونحو 70% فى الأراضى القديمة، يليها مشكلة إزدحام محطات إعداد المحصول للتصدير وطول إنتظار السيارات المحملة بالمحصول بأهمية نسبية بلغت نحو 70% فى الأراضى القديمة ونحو 66% فى الأراضى الجديدة، ثم المغالاه فى نسبة الإستقطاعات من الوزن لعدم مطابقة المحصول لمواصفات التصدير بنحو 60% فى الأراضى القديمة ونحو 52% فى الأراضى الجديدة، ثم عدم وجود مراكز لتجميع محاصيل التصدير بمناطق الإنتاج بأهمية نسبية بلغت 59% فى الأراضى الجديدة ونحو 50% فى الأراضى القديمة، يليها عدم وجود للتعاونيات التسويقية (المتمثلة فى الجمعية التعاونية لتسويق الخضر والفاكهة بمحافظة البحيرة) بين المصدرين والزراع بأهمية نسبية بلغت نحو 60% فى الأراضى القديمة ونحو 45% فى الأراضى الجديدة، يليها ما يتطلبه التصدير لبعض الدول من أن تكون البطاطس مريشه وما يترتب على ذلك من زيادة نسبة الطين على الدرنات إرتفاع تكلفة تنظيفها وتعبئتها فى الحقل مما يؤدى إلى رفع التسويقية للمحصول وتقتصر هذه المشكلة على زراع الأراضى القديمة بأهمية نسبيه نحو 50% حيث تتميز بطاطس الأراضى الجديدة بأنها مزروعة فى أراضى رملية ودرناتها تتسم بنظافتها وشكلها المميز الخالى من إلتصاق أية أتربة، يلى ذلك قلة الطلب على بطاطس الأراضى الطينية لأغراض التصدير بأهمية نسبية 50% فى الأراضى القديمة فقط وذلك لإقتصار التصدير لدول الإتحاد الأوروبى على بطاطس الأراضى الجديدة وفقاً لأماكن يجرى تحديدها قبل موسم التصدير لضمان خلوها من مرض العفن البنى، ثم مشكلة عدم إنتظام عملية التوريد لمحطات التصدير لإرتباطها بعملية شحن المحصول بالموانئ وما يترتب عليها من تأخير حصاد المحصول لفترات طويلة نسبيه بأهمية نسبيه بلغت 50% فى الأراضى القديمة ونحو 41% فى الأراضى الجديدة، وأخيراً عدم وجود دور لإتحاد منتجى ومصدرى الحاصلات البستانيه فى تعامل المصدرين مع الزراع بأهمية نسبية نحو 40% فى الأراضى القديمة ونحو 28% فى الأراضى الجديدة.

جدول (12) متوسط الأسعار المزرعية المقدرة للبطاطس في مختلف عرواتها وفقاً للمساواة بالرقم القياسي لأسعار التصدير خلال الفترة (2005-2016)

(الوحدة : بالجنيه / طن)

السنة	السعر المزرعي السائد	سعر التصدير	الرقم القياسي لأسعار التصدير	السعر المزرعي المقدر بالمساواة بالرقم القياسي لسعر التصدير
2005	588.5	1189.07	100	764.67
2006	746.5	1020.79	86	657.62
2007	959	1581.09	133	1017.01
2008	1022.5	2375.41	200	1529.34
2009	1121.5	3738.61	314	2401.06
2010	1162	2427.25	204	1559.93
2011	1314	2288.54	192	1468.17
2012	1190.5	2953.92	248	1896.38
2013	1247.5	3373.07	284	2171.66
2014	1292.5	4233.47	356	2722.23
2015	1273	3499.55	288	2202.25
2016	1622	3353.28	282	2156.37

المصدر: جمعت وحسبت من :

(1) وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الإقتصادية، نشرة الإحصاءات الزراعية، أعداد مختلفة.

(2) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، نشرة التجارة الخارجية للسلع الزراعية، أعداد مختلفة.

جدول (13) الأهمية النسبية للمشاكل التسويقية لأسلوب تسليم محصول البطاطس لمحطات التصدير لزراع عينة الدراسة لكل من الأراضي القديمة والجديدة بمحافظة البحيرة عام 2017

الأراضي الجديدة		الأراضي القديمة		المشكلة
%	التكرارات	%	التكرارات	
59	17	80	8	(1) عدم إتباع دورة زراعية مما يؤدي لظهور مرض العفن البنى كعائق التصدير.
72	21	70	7	(2) ارتفاع تكاليف النقل من المزارع لمحطات التصدير
66	19	70	7	(3) إزدحام المحطات وطول إنتظار السيارات المحملة بالمحصول
52	15	60	6	(4) المغالاه في نسبة الإستقطاعات من الوزن لعدم مطابقة المحصول لمواصفات التصدير
59	17	50	5	(5) عدم وجود مراكز لتجميع محاصيل التصدير بمناطق الإنتاج
45	13	60	6	(6) عدم وجود دور للتعاونيات التسويقية بين المصدرين والزراع
-	-	50	5	(7) بعض الأصناف يتطلبها التصدير مريشه (غير تامة النضج) مما يؤدي إلى زيادة نسبة الطين على الدرنات وزيادة تكلفة تعبئتها.
-	-	50	5	(8) قلة الطلب علي بطاطس الأراضي القديمة لأغراض التصدير
41	12	50	5	(9) عدم إنتظام عملية التوريد لمحطات التصدير لإرتباطها بعملية شحن المحصول بالموانئ
28	8	40	4	(10) عدم وجود دور لإتحاد منتجي ومصدرى الحاصلات البستانيه في تعامل المصدرين مع الزراع

المصدر : إستمارات إستبيان عينة الدراسة

مؤشرات أداء المسالك التسويقية للبطاطس:

بدراسة مؤشرات أداء المسالك التسويقية للبطاطس بكل من الأراضي القديمة والجديدة بمحافظة البحيرة فقد تبين ما يلي:

(1) انخفاض معامل الكفاءة التسويقية للبطاطس على مستوى الجمهورية حيث بلغ هذا المعامل نحو 37%.

(2) انخفاض نصيب منتج البطاطس من جنيه المستهلك حيث بلغ نصيبه حوالى 46% أى أن أكثر من 50% من سعر المستهلك يحصل عليها الوسيط رغم ضعف مستوى الخدمات التسويقية التى تؤدى عليها خلال المسلك التسويقي.

(3) حدة التقلبات السعرية للبطاطس من عام لآخر ومن فترة زمنية لأخرى خلال نفس العام (4) سوء وتخلّف المرافق والخدمات التسويقية في غالبية أسواق الجملة للخضر والفاكهة بالمحافظات باستثناء سوقى العبور بالقاهرة والنزهة بالأسكندرية، وضعف الدور الحكومى في أدائها فيما يتعلق بإعتبرات الجودة والممارسات الإحتكارية.

(5) تبين أن أكثر من 50% من زراع البطاطس يتبعون أسلوب البيع في الحقل وهو أقل المسالك التسويقية من حيث أسعار البيع نتيجة ضعف إمكانياتهم المادية على إتباع أساليب التسويق الأخرى.

(6) يتسم أسلوب تعاقد الزراع على تسليم البطاطس للتصنيع بأنها تعاقدات ودية غير منظمة لاتحكمها أية قواعد خاصة بالزراعة التعاقدية التى صدر بها القرار الجمهورى رقم 14 لسنة 2015 وتخضع لنوع من الممارسات التى يطلق عليها إحتكار القلة.

(7) يتسم المسلك التسويقي الخاص بتسليم البطاطس لمحطات التصدير بإحتكار القلة حيث يقوم مجموعة من المصدرين بإستيراد تقاوى بطاطس العروة الصيفية من الخارج وزراعتها في مساحات واسعة يقومون بإستئجارها أو من أملاكهم في الأراضي الجديدة ويقومون بتصدير ناتج مختلف العروات منها للأسواق الخارجية مع إستكمال باقى إحتياجاتهم للتصدير من الزراع بالأسعار السائدة في السوق وقت التوريد حيث لا يتم أية تعاقدات بين المصدرين والزراع عند زراعة المحصول.

مقترحات النهوض بالأداء التسويقي للبطاطس:

(1) تفعيل دور البحث العلمى في العمل على إنتاج تقاوى بطاطس تلك العروة محلياً على غرار نمط إنتاجها في الخارج وذلك من خلال مزارع نموذجية لهذا الغرض بالأراضى الجديدة ويمكن أن يتم ذلك بالتعاون بين الجهات البحثية المختصة بهذا المجال والقطاع الخاص من رجال الأعمال وذلك بغية الحد من تقاوى الواردات من تلك التقاوى.

(2) نظراً لإرتفاع تكاليف تخزين البطاطس بالثلاجات سواءً لأغراض التقاوى أو التصنيع أو الإستهلاك المحلى نتيجة إرتفاع أسعار الكهرباء التى يجرى على أساسها محاسبة أصحاب مخازن التبريد (الثلاجات) فإن الأمر يتطلب قيام وزارة الكهرباء بتطبيق شريحة محاسبة مشروعات الأمن الغذائى المتمثلة في مزارع الدواجن وغيرها من المشروعات على مشروعات مخازن تبريد الخضر والفاكهة بإعتبارها إحدى مشروعات الأمن الغذائى لتقليل تكاليف التخزين وإتاحة البطاطس للمستهلكين بأسعار مناسبة لاسيما وأن خطة رفع الدعم عن الطاقة سوف يترتب عليها إرتفاع تكاليف تخزين البطاطس بمعدلات مرتفعة خلال الفترات المقبلة.

(3) تفعيل أداء الجمعيات التعاونية لتسويق الخضر والفاكهة بالمحافظات في تسويق البطاطس للسوق المحلي وذلك من خلال تعاقد تلك الجمعيات مع الزراع على إستلام محاصيلهم وتخزينها في محازن تبريد تقوم بإستئجارها وإبرام عقود توريد مع الفنادق والمستشفيات والمدن الجامعية والمولات وغيرها من الجهات وهو ما يضمن التغذية التدريجية للأسواق التي تحقق التوازن بين العرض والطلب وإستقرار أسعار المستهلكين للبطاطس على مدار العام وضمان سعر مناسب للمزارع.

(4) قيام وزارة التموين بوضع خطة لتطوير أسواق الجملة للخضر والفاكهة بالمحافظات من حيث الخدمات التسويقية والإشراف الإدارى الذى يضمن إتاحة كافة المعلومات التسويقية ومراقبة الأداء داخل السوق من حيث جودة السلع وإتاحة كل السبل التي تضمن إتاحة المنافسة الحرة للمتعاملين داخل تلك الأسواق.

(5) التوسع في الزراعة العضوية لأغراض التصدير من خلال إبرام عقود بين المصدرين وزراع البطاطس حيث أصبحت المنتجات العضوية من المجالات الواعدة للتعاقد من أجل التصدير، بالإضافة إلى ما يوجه منها للسوق المحلي حيث أصبح البعد البيئى أحد معوقات الصادرات المصرية من الخضر والفاكهة بالأسواق الخارجية.

(6) رغم صدور القرار الجمهورى رقم 14 لسنة 2015 والخاص بالزراعة التعاقدية والذي يقضى بإنشاء مركز للزراعات التعاقدية يأخذ على عاتقه كل القضايا الخاصة بالتعاقدات بين الأفراد في المجال الزراعى وذلك بإدارة من الدولة لتنظيم القطاع الزراعى والعمل على تحديثه ليتواءم مع المتغيرات العالمية الإجتماعية والإقتصادية.

الملاحق:

جدول رقم (4) سعر المنتج وسعر الجملة وسعر التجزئة بالجنية لطن وتوزيع جنية المستهلك لمحصول البطاطس خلال الفترة من (2016-2000)

السنة	توزيع جنية المستهلك (%)			الأسعار (جنية / طن)			
	نصيب المنتج (7) الوسيط	نصيب تاجر التجزئة (6)	نصيب تاجر الجملة (5)	نصيب المنتج (4)	تجزئة (3)	جملة (2)	منتج (1)
2000	54.3	42.1	12.2	45.7	1119	648	511.8
2001	55.4	34.3	21.1	44.6	1119	735	498.7
2002	48.7	27.1	21.7	51.3	993	724	508.7
2003	53.5	22.6	30.9	46.5	1789	1075	645.5
2004	56.9	23.6	33.3	43.1	1501	1148	647.9
2005	42.2	25.6	16.7	57.8	1146	853	662.1
2006	52.2	29.4	22.8	47.8	1713	1209	818.6
2007	43.8	28.6	15.2	56.2	1940	1385	1090.0
2008	46.0	31.1	14.9	54.0	2134	1470	1151.0
2009	48.2	32.8	15.4	51.8	2430	1633	1259.0
2010	54.7	40.7	13.9	45.3	2860	1695	1296.0
2011	64.1	51.9	12.2	35.9	4250	2044	1524.0
2012	61.6	48.4	13.2	38.4	4060	2095	1558.0
2013	48.4	30.0	18.4	51.5	2420	1693	1247.0
2014	64.3	22.2	42.1	35.7	3530	2747	1260.0
2015	64.2	24.2	40.0	35.8	3560	2698	1273.0
2016	62.1	24.1	38	39.9	3598	2732	1365
المتوسط	54.2	31.7	22.5	46	2362.5	1563.7	1018.6

حيث توزيع جنية المستهلك : نصيب المنتج (4) = $100 \times (3) \div (1)$: نصيب تاجر الجملة (5) = $\{ (1) - (2) \} \div (3) \times 100$

نصيب تاجر التجزئة (6) = $\{ (2) - (3) \} \div (3) \times 100$: نصيب الوسيط (7) = $(5) + (6)$

المصدر: 1- الجهاز المركزى للتعبئة العامة والأحصاء نشرة أسعار الجملة والتجزئة أعداد متفرقة.

2- وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، نشرة الإحصاءات الزراعية، أعداد متفرقة.

المراجع:

- (1) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، نشرة التجارة الخارجية للسلع الزراعية، أعداد مختلفة.
- (2) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، نشرة حركة الإنتاج والتجارة الخارجية والمناخ للإستهلاك للسلع الزراعية، أعداد مختلفة.
- (3) جامعة دمنهور، كلية الزراعة، قسم الاقتصاد والإرشاد الزراعي والتنمية الريفية، إستييان إنتاج وتسويق البطاطس في كل من الأراضى القديمة والجديدة بمحافظة البحيرة عام 2017.
- (4) حنان رجائي عبد اللطيف، سياسات وآليات تفعيل الزراعة التعاقدية المستدامة في ظل قانون الزراعة التعاقدية، الجمعية المصرية للاقتصاد الزراعي، المؤتمر السادس والعشرون للاقتصاديين الزراعيين (رؤية مستقبلية للتنمية الزراعية المستدامة، 7-8 نوفمبر 2018 ، القاهرة.
- (5) دعاء سمير محمد مرسى، وآخرون، دراسة تحليلية لتسويق محصولى الطماطم والبطاطس الصيفى في محافظة القليوبية، الجمعية المصرية للاقتصاد الزراعي، المؤتمر الرابع والعشرون للاقتصاديين الزراعيين (مستقبل الزراعة المصرية في ظل المتغيرات المحلية والاقليمية والدولية)، 9-10 نوفمبر 2016، القاهرة.
- (6) سوق العبور لتجارة الجملة للخضر والفاكهة، سجلات إدارة السوق، بيانات غير منشورة.
- (7) علاء على السيد عبد السلام نعمة، تهانى صالح محمد بيومى يوسف، مؤشرات كفاءة الأداء الاقتصادى لإنتاج وتسويق بعض حاصلات الخضر في محافظة الشرقية، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد السابع والعشرون، العدد الأول، مارس 2017.
- (8) مديرية الزراعة بالبحيرة، سجلات إدارة الإحصاء، بيانات غير منشورة.
- (9) مديرية الزراعة بالنوبارية، سجلات إدارة الإحصاء بيانات غير منشورة.
- (10) منى أحمد سليم، سلمى صلاح الدين عبد المعبود، دراسة اقتصاديات إنتاج وتسويق محصول البطاطس بمحافظة الاسماعيلية، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الثانى والعشرون، العدد الرابع، ديسمبر 2012.
- (11) مصطفى محمد السعدنى، التسويق الزراعي، قسم الإقتصاد والإرشاد الزراعي والتنمية الريفية، كلية الزراعة، جامعة دمنهور، 2016.
- (12) منير مسعد يوسف، ميسة السيد عبد الهادى، دراسة اقتصادية لصادرات مصر من أهم المحاصيل التصديرية، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الثالث والعشرون، العدد الثالث، سبتمبر 2013.
- (13) وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضى، مركز البحوث الزراعية، إستراتيجية التنمية الزراعية المستدامة حتى عام 2030.
- (14) وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضى، قطاع الشؤون الاقتصادية، نشرة الإحصاءات الزراعية، أعداد مختلفة.

Evaluation of the marketing channels of potatoes in both Old and new land in Elbeheira governorate

Ibrahim omran Prof. Dr. Mostafa M.A. El-Saadany Dr. Tamer Adlan

Summary

The study aimed to: (1) identify the evolution of the determinants of the food balance of potatoes in terms of the quantity of their production and foreign trade and the distribution available for their use. (2) Analyzing the performance of different marketing channels for potatoes in both old and new land in Elbehira governorate and identifying the profitability of each.(3)Estimating the marketing margins, the marketing efficiency factors, the price relations of the potato, and the seasonal analysis of its supply and its effect on its prices. (4) Identify the problems of marketing potatoes in different marketing channels in both old and new land in Elbehira governorate. (5) Identify the performance indicators of the marketing channels of the potato and suggestions to improve the efficiency of its performance.

Potato production increased in Egypt at an annual growth rate about 4.9%. The quantity of imports used as seeds increased by 6.8% and the quantity of its exports increased by 6.3% and the quantity available for use increased by 4.9% annually. The annual loss of potatoes during harvesting and marketing about 15% of the annual production and about 14.5% % of available for use for various purposes in the average period (2014-2016).

The study also showed that the rate of growth in potato prices did not correspond to the wholesale and retail prices. This indicates the imbalance between their growth rates and the increase in the marketing margins of intermediaries at the expense of farmers' prices. The relative marketing margin of potatoes during the various marketing stages reached 54.8% of the consumer price, and its marketing efficiency factor reached about 36.9% during the average period (2000-2016).

The results of the field study of a sample of potato farmers in Elbeheira governorate indicate that the common channels to

selling the crop is selling in the farm with a relative importance of about 60% in old land and about 51% in new land, which is the less profitable marketing channel. While the relative importance of selling to export intermediary reached about 29% in new land and about 10% in old land, and to contract with the factories about 19% in old land and about 12%, selling in the wholesale market about 11% in old land and about 8% of the total sample of the study in both old and new land.

The study pointed out that the net revenue of the feddan of winter potatoes about 3813 pounds in the case of selling the crop on the farm, about 4525 pounds in the method of selling in the wholesale market, about 5927 pounds in the method of sale to export intermediary and about 8695 pounds in the method of contracting with factories during the 2017 season.

The study also pointed out that the most important marketing problems of potato in both old and new land are the low prices of selling the crop, high price fluctuations, delays in receiving prices from intermediaries and export intermediary, and lower prices obtained by farmers from export intermediary compared to export prices.

The indicators of the performance of the potato marketing channels show the poor interest in post-harvest transactions, weak facilities and marketing services in the wholesale markets, the lack of an effective role for marketing cooperatives in the governorates in potato marketing, weak government role in controlling markets, in addition to the decline in farmer share from consumer price which during the period (2000-2016) reached about 46%. The monopoly practices of intermediaries in wholesale markets and exporters, and the non-implementation of contract farming for export purposes and its presence in an informal manner for manufacturing purposes.