

دراسة تحليلية لتسويق محصولي الطماطم والبطاطس الصيفي في محافظة القليوبية

د. أسماء محمد الطوخي بهلول
مدرس الاقتصاد الزراعي
كلية الزراعة - جامعة بنها

د. مصطفى الشحات الطوخي
باحث
معهد بحوث الاقتصاد الزراعي

د. دعاء سمير محمد مرسي
باحث
معهد بحوث الاقتصاد الزراعي

مقدمة:

يعتبر تطوير النظام التسويقي للحاصلات الزراعية من الأمور الهامة لزيادة الدخل المزرعي من جهة وإمداد المستهلكين باحتياجاتهم من جهة أخرى، ويعتبر محصولي الطماطم والبطاطس من أهم محاصيل الخضر المصرية باعتبارهما من المحاصيل الغذائية والتصنيعية، والتي تقوم عليها بعض الصناعات الغذائية الهامة، بالإضافة إلى أنها مصدر هام من مصادر الدخل القومي خاصة محصول البطاطس الذي يعتبر من المحاصيل التصديرية الهامة التي تساهم في زيادة حصة النقد الأجنبي اللازم لدفع عجلة التنمية. وللتسويق أهمية واضحة لكل من المنتج والمستهلك والوسطاء، لذا تزايد الاهتمام بالدراسات التسويقية بهدف رفع كفاءة الجهاز التسويقي حتى يتحقق زيادة في رفاهية المجتمع. حيث يترتب على رفع كفاءة الجهاز التسويقي خفض التكاليف التسويقية لنفس المستوي من الوظائف والخدمات التسويقية، مما يحقق منفعة لكل من المنتج الزراعي في صورة زيادة في أسعار منتجاته الزراعية، والمستهلك في صورة الحصول على أسعار أقل للسلع التي يشتريها، أي أن رفع كفاءة جهاز التسويق تؤدي إلى زيادة عوائد المنتجين الزراعيين، وزيادة القيمة الحقيقية لدخول المستهلكين. كما تؤدي ديناميكية السوق إلى تطوير كل من الإنتاج والاستهلاك، حيث يوجه المزارعين إلى أفضل الفرص الإنتاجية نتيجة استجابتهم الحقيقية للطلب من جانب، كما أنه يوجه الهيئات التسويقية إلى تحسين العمليات والخدمات التسويقية من جانب آخر، مما يؤدي إلى الاحتفاظ بجودة السلع المسوقة خاصة السلع سريعة العطب وبالتالي تقليل نسب التالف والفاقد من تلك المحاصيل، مما يؤدي إلى زيادة المنتج النهائي، وهو ما يعنى إضافة حقيقية للدخل القومي.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في أن النظام التسويقي في جمهورية مصر العربية بصفة عامة وفي محافظة القليوبية بصفة خاصة يواجه بالعديد من المشاكل والعقبات التي تحد من كفاءته، منها ارتفاع نصيب الوسطاء من العمليات التسويقية وحصولهم على عائد أكبر مما تتكلفه هذه العمليات، مما يترتب عليه ارتفاع التكاليف التسويقية من جهة وانخفاض الأسعار المزرعية التي يحصل عليها المزارعين مع ارتفاع أسعار التجزئة التي يدفعها المستهلكين من جهة أخرى، الأمر الذي يؤدي إلى انخفاض كفاءة الخدمات التسويقية وجودة السلع والرقابة الصحية وغيرها من المشاكل التي توجد في الأسواق، هذا بالإضافة إلى وجود خلل في التركيبات السوقية خاصة على مستوى تجارة الجملة حيث يتحكم فيه قلة من تجار الجملة في تسويق الجزء الأكبر منها.

أهمية البحث:

تبرز أهمية البحث في تقييم كفاءة المنظومة التسويقية الحالية لمحصولي الطماطم والبطاطس بمحافظة القليوبية، ومد صانع القرار بالإيجابيات لتنشيطها والسلبيات لتثبيطها والحد منها بهدف الارتقاء بالأنظمة التسويقية التي تحقق نصيب عادل لكل من المنتج والتاجر والمستهلك.

هدف البحث :

يهدف البحث بشكل أساسي إلى دراسة الوضع الراهن لاقتصاديات تسويق محصولي الطماطم والبطاطس الصيفية المنتجة بمحافظة القليوبية من خلال دراسة النشاط الإنتاجي والتسويقي للمحصولين موضوع الدراسة، وذلك من خلال تحقيق مجموعة من الأهداف وهي:

- 1- التعرف علي الوضع الإنتاجي للمحصولين موضع الدراسة بمحافظة القليوبية.
- 2- تحديد المشاكل الإنتاجية والتسويقية التي تواجه مزارعي عينة الدراسة.
- 3- تقدير مؤشرات الكفاءة الإنتاجية والاقتصادية للمحصولين موضع الدراسة.
- 4- تقدير الدليل الموسمي، هذا إلي جانب تقدير دوال الطلب علي هذين المحصولين بسوق العبور.
- 5- تقدير الفروق والهوامش التسويقية، بالإضافة إلي توزيع جنيه المستهلك وقياس الكفاءة التسويقية.
- 6- التعرف علي المشاكل التي تواجه التجار للمحصولين موضع الدراسة بسوق العبور.

الطريقة البحثية ومصادر البيانات:

استخدم البحث أسلوب التحليل الإحصائي الوصفي والكمي من خلال استخدام بعض المقاييس الرياضية والإحصائية مثل المتوسط الحسابي، والنسبة المئوية، بالإضافة إلي بعض مؤشرات الكفاءة الإنتاجية والاقتصادية والتسويقية للتعرف على كفاءة النظام التسويقي بعينة الدراسة الميدانية. وقد اعتمد البحث في بياناته علي مصدرين الأول تمثل في بيانات أولية لدراسة ميدانية تم إجراؤها بمحافظة القليوبية وتم تجميعها بواسطة مجموعة من استمارات الاستبيان الأولى خاصة بالمنتجين، والثانية خاصة المسوقين (تجار الجملة والتجزئة). بينما تمثل الثاني في البيانات الثانوية المنشورة وغير المنشورة من وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي قطاع الشؤون الاقتصادية، ومديرية الزراعة بمحافظة القليوبية، بالإضافة إلي الأبحاث والدراسات وثيقة الصلة بموضوع الدراسة.

أسباب اختيار محافظة القليوبية:

قد تم اختيار محافظة القليوبية لعدة أسباب لعل من أهمها الموقع الجغرافي المتميز نظراً لقربها وتداخلها مع محافظات القاهرة الكبرى وحاجة تلك المحافظات إلي كميات كبيرة من الخضر لسد حاجة الأعداد الكبيرة من السكان القاطنين بهذه المحافظات، كما أن الواقع الإنتاجي للمحافظة يشجع علي إنتاج أنواع متعددة من متطلبات المحافظات المجاورة من الخضر والتي يتطلب أهمية تسويقها يومياً لمد الأسواق. وزيادة الطلب علي المحصولين سواء علي مستوي المحافظة لسد احتياجات سكانها أو للمحافظات المجاورة، الأمر الذي يتطلب وجود منظومة تسويقية على درجة عالية من الكفاءة لتوصيل تلك السلع من مواطن الإنتاج إلي موطن الاستهلاك بالجودة والسعر المناسب، وأن تكون الفروق التسويقية اقل ما يمكن حتى لا تكون هناك فجوة كبيرة بين ما يتقاضاه المنتج وما يدفعه المستهلك، بالإضافة إلي ذلك تعتبر محافظة القليوبية النطاق الجغرافي لوحدة البحوث الاقتصادية التي يعمل بها الباحثون لذا فإن الدراسة تخدم المجال الإقليمي من ناحية وسهولة تجميع البيانات بدقة من ناحية أخرى.

عينة الدراسة الميدانية: فقد تم الاعتماد علي البيانات الأولية التي تم تجميعها من خلال استمارات الاستبيان التي صممت خصيصاً لهذا الغرض. حيث تم إختيار عينة المزارعين من أعلي مركزين وفقاً للمساحة

المزروعة⁽¹⁾، حيث تم إختيار المزارعين بطريقة عشوائية بواقع خمسة عشر مشاهدة من كل مركز بإجمالي بلغ نحو ستون مشاهدة للمحصولين، بينما تم إختيار عينة التجار من سوق العبور كأحد أسواق الجملة الكبيرة والمختلطة، حيث يتم تداول معظم السلع الزراعية بها، هذا بالإضافة إلي أن هذا السوق يقع داخل النطاق الجغرافي لمحافظة القليوبية موضع الدراسة، فقد تم إختيار أربعون تاجر مقسمة بالتساوي بين تجار الجملة وتجار التجزئة من سوق العبور للمحصولين موضع الدراسة وذلك لتحقيق الهدف من الدراسة.

مناقشة النتائج البحثية

أولاً: الوضع الإنتاجي للمحصولين موضع الدراسة بمحافظة القليوبية

تشير نتائج جدول (1) إلي أن متوسط المساحة المزروعة من محصول الطماطم الصيفي في محافظة القليوبية بلغت نحو 3.32 ألف فدان سنوياً، تمثل حوالي 82.76% من إجمالي المساحة المزروعة بالطماطم والبالغة نحو 3.98 ألف فدان، كما تبين أيضاً وجود انخفاض في المساحة المزروعة من الطماطم الصيفي بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو 0.192 ألف فدان يمثل حوالي 5.78% من متوسط هذه المساحة البالغة نحو 3.32 ألف فدان خلال فترة الدراسة (2000 – 2015). كما يتبين أن الغلة الفدانية تتناقص بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو 0.19 طن/فدان خلال فترة الدراسة. في حين يتضح أن الإنتاج الكلي من الطماطم الصيفي يتناقص بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو 3.58 ألف طن سنوياً يمثل حوالي 6.79% من متوسط الإنتاج الكلي البالغ نحو 52.67 ألف طن خلال فترة الدراسة.

جدول (1) المعالم الإحصائية لتطور المساحة المزروعة والغلة الفدانية والإنتاج الكلي من محصولي الطماطم والبطاطس الصيفية في محافظة القليوبية خلال الفترة (2000-2015).

المحصول	المتغيرات	المتوسط	معامل عدم الاستقرار	معامل (أ)	معامل (ب)	قيمة (ت) المحسوبة	معامل التحديد (ر ²)	قيمة (ف) المحسوبة	معدل التغير (%)
الطماطم	المساحة المزروعة لإجمالي العروات (ألف فدان)	3.98	0.49-	5.37	0.162-	**3.13-	0.41	**9.84	4.08-
	مساحة العروة الصيفي (ألف فدان)	3.32	089-	4.95	0.192-	**5.10-	0.65	**26.01	5.78-
	الغلة الفدانية (طن)	15.61	-	17.24	0.193-	**5.13-	0.65	**26.32	1.23-
	الإنتاج الكلي (ألف طن)	52.67	1.36-	83.10	3.58-	**5.86-	0.71	**34.42	6.80-
البطاطس	المساحة المزروعة لإجمالي العروات (ألف فدان)	6.09	1.23	1.86	0.489	**11.03	0.89	**121.72	8.18
	مساحة العروة الصيفي (ألف فدان)	4.28	1.02	0.853	0.403	**12.03	0.91	**144.65	9.42
	الغلة الفدانية (طن)	13.76	-	11.07	0.315	**3.70	0.49	**13.69	2.29
	الإنتاج الكلي (ألف طن)	108.82	13.19-	92.25-	23.66	*2.42	0.29	*5.87	21.74

معامل عدم الاستقرار = $|ص - ص^أ| \div ص^أ \times 100$ | حيث أن (ص) للمساحة أو للإنتاج ، (ص^أ) للمساحة أو للإنتاج المقدر

معدل التغير = (قيمة (B) \div المتوسط الحسابي) $\times 100$

المصدر: حسب من بيانات جدول رقم (1) بالملحق.

كما يتبين من الجدول أيضاً أن متوسط المساحة المزروعة من البطاطس الصيفي في محافظة القليوبية نحو 4.28 ألف فدان سنوياً، تمثل حوالي 68.52% من إجمالي المساحة المزروعة بالبطاطس والبالغة نحو 6.09 ألف فدان، كما يتضح وجود زيادة في المساحة المزروعة من البطاطس الصيفي بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو 0.403 ألف فدان يمثل حوالي 9.41% من متوسط هذه المساحة البالغة نحو 4.28 ألف

(1) تم تقدير الأهمية النسبية وفقاً للمساحة المزروعة، حيث أن المساحة تمثل عامل أكثر إستقراراً، لذا فقد اختيرت المراكز على أساس المساحة المزروعة بالمحصولين في المحافظة بغض النظر عن متوسطات الإنتاج.

فدان خلال فترة الدراسة (2000 – 2015). كما يتبين أن الغلة الفدانية تتزايد بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو 0.315 طن/فدان خلال فترة الدراسة. في حين يتضح أن الإنتاج الكلي من يتزايد بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو 23.66 ألف طن سنوياً يمثل حوالي 21.73% من متوسط الإنتاج الكلي البالغ نحو 108.82 ألف طن خلال فترة الدراسة.

ثانياً: الأهمية النسبية للمساحة المزروعة بمحصولي الطماطم والبطاطس الصيفي بمحافظة القليوبية:-

يتضح من الجدول (2) والذي يشير إلي ترتيب المراكز وفقاً للأهمية النسبية للمساحة المزروعة من محصولي الطماطم والبطاطس الصيفي خلال الموسم الزراعي 2015/2014. والذي ظهر من خلاله أن أعلى المراكز من حيث المساحة المزروعة للطماطم الصيفي في محافظة القليوبية تركزت في مركزي طوخ والخانكة، حيث جاء مركز الخانكة في المرتبة الأولى حيث زرع به حوالي 418.5 فدان تمثل نحو 35.14% من جملة المساحة المزروعة بالمحافظة، بينما جاء مركز طوخ في المرتبة الثانية، حيث زرع به حوالي 275.5 فدان تمثل نحو 23.13% من جملة المساحة المزروعة بالمحافظة والبالغة نحو 1.19 ألف فدان.

أما بالنسبة لمحصول البطاطس الصيفي تبيّن أن أعلى المراكز من حيث المساحة المزروعة بالمحافظة تركزت في مركزي بنها وطوخ، حيث جاء مركز بنها في المرتبة الأولى، حيث زرع به حوالي 3.47 ألف فدان تمثل نحو 46.93% من جملة المساحة المزروعة بالمحافظة. بينما جاء مركز طوخ في المرتبة الثانية، حيث زرع به حوالي 1.95 ألف فدان تمثل نحو 26.39% من جملة المساحة المزروعة بالمحافظة والبالغة نحو 7.39 ألف فدان خلال موسم 2015/2014. لذا فقد ركزت الدراسة علي أخذ العينة من أكبر المراكز في زراعة المحصولين، مما يسهل معه تجميع استمارات الإستبيان الخاصة بالدراسة.

ويرجع السبب في إختيار أعلى المراكز من حيث المساحة المزروعة بمحصولين الدراسة نظراً لكونها مراكز تتوفر بها الخبرة في زراعة وتسويق محصولي الدراسة مما يجعل عملية الإختيار منطقية مبنية علي خبرة وكفاءة الزراع. هذا فضلاً عن وجود تجمعات كبيرة يسهل من خلالها تجميع البيانات المطلوبة واللازمة لإجراء البحث.

جدول رقم (2) : الأهمية النسبية للمساحة المزروعة بمحصولي الطماطم والبطاطس الصيفي في محافظة القليوبية خلال الموسم الزراعي 2015/2014.

محصول البطاطس الصيفي				محصول الطماطم الصيفي				المركز
الإنتاج (طن)	الإنتاجية (طن)	الأهمية النسبية (%)	المساحة (فدان)	الإنتاج (طن)	الإنتاجية (طن)	الأهمية النسبية (%)	المساحة (فدان)	
55341.8	15.93	46.93	3472	2702	17.26	13.14	156.5	بنها
1709.6	15.2	1.49	110.5	592.7	14.55	3.99	47.5	كفر شكر
28100.7	14.45	26.39	1953	3546	12.62	23.13	275.5	طوخ
2553.27	13.19	2.63	194.5	1520	12.6	10.20	121.5	قليوب
20649.8	12.95	21.41	1584	1031	13.78	6.26	74.5	القناطر الخيرية
1048.58	15.44	0.92	68	1386	14.25	8.14	97	شبين القناطر
252.85	15.48	0.22	16	5629	13.43	35.14	418.5	الخانكة
108304	14.66	100	7398	98239	14.11	100	1191	الإجمالي

المصدر:- جمعت وحسبت من مديرية الزراعة بالقليوبية، إدارة الشؤون الزراعية، سجلات قسم الإحصاء، بيانات غير منشورة.

ثالثاً: آراء وإتجاهات مزارعي عينة الدراسة الميدانية:-

أ- الخصائص الاجتماعية للمزارعين في عينة الدراسة الميدانية

يشير الجدول (3) الخصائص الاجتماعية للمزارعين بمراكز عينة الدراسة الميدانية بمحافظة القليوبية موسم 2015/2014 إلى ارتفاع نسبة المتزوجين في عينة الدراسة الميدانية للمحصولين موضع الدراسة حيث بلغت نحو 90%، 83.33% من جملة المبحوثين لكل من الطماطم والبطاطس الصيفي. أما بالنسبة للحالة التعليمية للمبحوثين ارتفعت في طبقة المتعلمين حيث بلغت نحو 43.33%، 46.67% من جملة المبحوثين لكل من الطماطم والبطاطس الصيفي. كما تبين من عينة الدراسة أن حوالي 43.33%، 50% من إجمالي المبحوثين تمثل الزراعة عملهم الأساسي بينما باقي النسبة تعتبر الزراعة عملهم الثانوي.

ب- الخصائص التسويقية لمزارعي محصول الطماطم والبطاطس الصيفي في عينة الدراسة الميدانية:-

1- أهم أسباب زراعة المحصولين بعينة الدراسة:

أشار المبحوثين من الزراع إلي أن أهم أسباب زراعتهم لمحصولي الطماطم والبطاطس الصيفي في السنوات الماضية قد تمثلت في البيع، والاستهلاك العائلي، والأسلوبين معاً حيث أجاب بذلك نحو (100%)، 33.33%، 36.67% للبطاطم الصيفي مقابل نحو (100%)، 26.7%، 36.7% للبطاطس الصيفي لكل منهم علي الترتيب من إجمالي عدد المبحوثين بعينة الدراسة، وهذا يعني أن النسبة الأكبر من منتجي المحصولين يوجهون إنتاجهم إلى الأسواق بغرض البيع مما يشير إلى اعتماد المنتجين علي هذين المحصولين في تحقيق عائد مجزي لهم.

2- الجهة المسوق إليها وأسباب تفضيل المصدر:

كما تبين من الجدول (3) إرتفاع الأهمية النسبية لتصريف المبحوثين لإنتاجهم من المحصولين في عينة الدراسة الميدانية إلي تجار الجملة، ثم تجار التجزئة، ثم المستهلكين بنسبة بلغت نحو (90%)، 73.33%، 46.67% لكل منهم علي الترتيب من جملة المبحوثين للبطاطم الصيفي مقابل نحو (96.67%)، 76.67%، 50% لكل منهم علي الترتيب من جملة المبحوثين للبطاطس الصيفي.

وبدراسة أسباب تفضيل مصدر البيع تبين أنها قد انحصرت في سرعة الحصول علي السعر، والحصول علي السعر المرتفع، وطبيعة ونوع السلعة المسوقة، وسهولة النقل وذلك بنسبة بلغت نحو (90%)، 90%، 76.67%، 50% للبطاطم الصيفي مقابل نحو (93.30%)، 96.70%، 70%، 46.67% للبطاطس الصيفي لكل منهم علي الترتيب من إجمالي عدد المبحوثين بعينة الدراسة. ويتضح أيضاً من أن الأسلوب المتبع في حصول المبحوثين علي السعر تمثل في الحصول علي السعر بمجرد التسليم، وبعد تسليم جزئي للمحصول، وبعد تسليم المحصول كله، وأخيراً التعاقد وذلك بنسبة بلغت نحو (80%)، 76.67%، 43.33%، 16.67% للبطاطم الصيفي مقابل نحو (73.33%)، 90%، 56.67%، 10% للبطاطس الصيفي لكل منهم علي الترتيب من إجمالي عدد المبحوثين بعينة الدراسة.

ومما سبق يتضح ارتفاع الأهمية النسبية للمبحوثين في اعتمادهم علي تسويقهم لإنتاجهم علي الوسطاء المتمثلين في تجار الجملة والتجزئة، وذلك يرجع إلي سرعة الحصول علي السعر وإرتفاعه مقارنة بالجهات التسويقية الأخرى.

جدول (3): نتائج إستطلاع آراء المزارعين في تصريف منتجاتهم بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة القليوبية موسم 2015/2016.

محصول البطاطس						محصول الطماطم						البيان	
متوسط العينة		مركز طوخ		مركز بنها		متوسط العينة		مركز طوخ		مركز الخانكة			
(%)	التكرار	(%)	التكرار	(%)	التكرار	(%)	التكرار	(%)	التكرار	(%)	التكرار		
16.67	2.5	20	3	13.33	2	10	1.5	6.67	1	13.33	2	أعزب	الحالة الاجتماعية
83.33	12.5	80	12	86.67	13	90	13.5	93.33	14	86.67	13	متزوج	
100	15	-	15	-	15	-	15	-	15	-	15	الإجمالي	
36.67	5.5	33.33	5	40	6	30	4.5	26.67	4	33.33	5	أمي	الحالة التعليمية
16.67	2.5	20	3	13.33	2	26.67	4	33.33	5	20	3	يقرأ ويكتب	
46.67	7	46.67	7	46.67	7	43.33	6.5	40	6	46.6667	7	متعلم	
100	15	-	15	-	15	-	15	-	15	-	15	الإجمالي	العمل الرئيسي
50	7.5	53.33	8	46.67	7	43.33	6.5	33	5	53.33	8	الزراعة	
50	7.5	46.67	7	53.33	8	56.67	8.5	67	10	46.67	7	غير الزراعة	
100	15	-	15	-	15	-	15	-	15	-	15	الإجمالي	أسباب زراعة المحصول
100	15	100	15	100	15	100	15	100	15	100	15	البيع	
26.67	4	26.7	4	26.67	4	33.33	5	26.67	4	40	6	الاستهلاك العائلي	
36.67	5.5	40.00	6	33.33	5	36.67	5.5	46.67	7	26.67	4	الأسلوبين معاً	
-	15	-	15	-	15	-	15	-	15	-	15	الإجمالي	
96.67	14.5	93.33	14	100	15	90	13.5	93.33	14	86.67	13	تاجر جملة	الجهات التسويقية
76.67	11.5	66.67	10	86.67	13	73.33	11	80	12	66.67	10	تاجر تجزئة	
50	7.5	53.33	8	46.67	7	46.67	7	40	6	53.33	8	المستهلكين	
13.33	2	13.33	2	13.33	2	16.67	2.5	20	3	13.33	2	أخري	
-	15	-	15	-	15	-	15	-	15	-	15	الإجمالي	
93.33	14	100	15	86.67	13	90	13.5	86.67	13	93.33	14	سرعة الحصول على السعر	أسباب اختيار الجهة المسوق لها
96.667	14.5	100	15	93.33	14	90	13.5	100	15	80	12	السعر المرتفع	
70	10.5	73.33	11	66.67	10	76.67	11.5	80	12	73.33	11	طبيعية ونوع السلعة	
46.67	7	46.67	7	46.67	7	50	7.5	40	6	60	9	سهولة النقل	
-	15	-	15	-	15	-	15	-	15	-	15	الإجمالي	
73.33	11	80	12	66.67	10	80	12	80	12	80	12	بمجرد التسليم	الأسلوب المتبع في تحميل السعر
90	13.5	93.3	14	86.67	13	76.67	11.5	86.67	13	66.67	10	بعد تسليم جزء من المحصول	
56.67	8.5	53.3	8	60	9	43.33	6.5	46.67	7	40	6	بعد تسليم المحصول	
10	1.5	6.67	1	13.33	2	16.67	2.5	13.33	2	20	3	تعاقدني	
-	15	-	15	-	15	-	15	-	15	-	15	الإجمالي	

المصدر: جمعت وحسبت من إستمارات الاستبيان الخاصة بالمزارعين في عينة الدراسة للموسم الزراعي 2016/2015.

ج- المشاكل والمعوقات الإنتاجية والتسويقية التي تواجه المزارعين بعينة الدراسة:

- المشاكل والمعوقات الإنتاجية التي تواجه المزارعي بعينة الدراسة:

يتضح من الجدول رقم (4) أهم المشاكل والمعوقات الإنتاجية التي تواجه مزارعي محصولي الطماطم والبطاطس الصيفي بمحافظة القليوبية. حيث جاءت مشكلة إرتفاع تكاليف إنتاج الطماطم الصيفي بصفة عامة في المقدمة حيث أجاب بذلك نحو 96.67% من إجمالي عدد المبحوثين بالمحافظة، تليها في الأهمية إرتفاع أسعار التقاوي بنسبة بلغت نحو 80.33% من إجمالي عدد المبحوثين بالمحافظة، ثم يأتي بعد ذلك مشكلة إرتفاع أسعار الأسمدة والمبيدات، ونقص العمالة المتخصصة وإرتفاع أجورها بنسبة بلغت نحو 76.67% من جملة عدد المبحوثين بالمحافظة، ثم يأتي بعد ذلك باقي المشكلات كما هو موضح بالجدول.

أما بالنسبة لمحصول البطاطس الصيفي قد تبين أن مشكلة ارتفاع أسعار التقاوي في المقدمة حيث أجاب بذلك نحو 100% من إجمالي عدد المبحوثين بالمحافظة، تليها في الأهمية ارتفاع تكاليف الإنتاج بصفة عامة بنسبة بلغت نحو 90% من إجمالي عدد المبحوثين بالمحافظة، ثم يأتي بعد ذلك مشكلة ارتفاع أسعار الأسمدة والمبيدات بنسبة بلغت نحو 86.67% من جملة عدد المبحوثين بالمحافظة، ثم نقص العمالة المتخصصة وارتفاع أجورها بنسبة بلغت نحو 83.33% من جملة عدد المبحوثين بالمحافظة، ثم يأتي بعد ذلك باقي المشكلات كما هو موضح بالجدول.

جدول رقم (4) : أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه مزارعي محصولي عينة الدراسة الميدانية في محافظة القليوبية.

المعوقات	محصول البطاطس						محصول الطماطم						
	متوسط العينة		مركز طوخ		مركز بنها		متوسط العينة		مركز طوخ		مركز الخانكة		
	(%)	التكرار	(%)	التكرار	(%)	التكرار	(%)	التكرار	(%)	التكرار	(%)	التكرار	
المعوقات الإنتاجية	ارتفاع أسعار التقاوي المستوردة	100	15	100	15	100	15	83.33	12.50	80.00	12	87	13
	زيادة تكاليف الإنتاج بصفة عامة	90.00	14	87	13	93.33	14	96.67	14.50	93.33	14	100	15
	ارتفاع أسعار الأسمدة والمبيدات	86.67	13.00	86.67	13	86.67	13	76.67	11.50	73.33	11	80	12
	عدم توافر الجانب الإرشادي	63.33	9.50	60	9	66.67	10	60.00	9	66.67	10	53.33	8
	انتشار الآفات والأمراض التي تصيب المحصول	80	12	86.67	13	73.33	11	63.33	9.50	60.00	9	66.67	10
	صغر حجم الحيازة الزراعية	63.33	9.50	60	9	66.67	10	70.00	10.50	73.33	11	67	10
	نقص العمالة المتخصصة ارتفاع أجر العامل	83.33	12.50	80	12	86.67	13	76.67	11.50	73.33	11	80	12
	الإجمالي	-	15	-	15	-	15	-	15	-	15	-	15
	استغلال التجار وعدم استقرار الأسعار	93.33	14	93	14	93.33	14	100	15	100	15	100	15
	إنخفاض السعر	83	12.50	80	12	87	13	83.33	12.50	80	12	87	13
المعوقات التسويقية	ارتفاع تكاليف النقل إلى الأسواق الرئيسية	76.67	11.50	80.00	12	73.33	11	60	9.00	53.33	8	67	10
	ارتفاع نسبة الفاقد	60	9	53	8	66.67	10	76.67	12	73.33	11	80	12
	التأخير في الحصول على السعر	53	8	60.00	9	46.67	7	43.33	6.50	33.33	5	53.33	8
	نقص المعلومات التسويقية لدى المزارعين	70.00	10.50	67	10	73.33	11	66.67	10.00	73.33	11	60	9
	الإجمالي	-	15	-	15	-	15	-	15	-	15	-	15

المصدر: جمعت وحسبت من إستمارة الاستبيان الخاصة بالمزارعين في عينة الدراسة للموسم الزراعي 2015/2016.

- المشاكل والمعوقات التسويقية التي تواجه المزارعين بعينة الدراسة:

يتضح من الجدول (4) أهم المشاكل والمعوقات التسويقية التي تواجه مزارعي محصولي الطماطم والبطاطس الصيفي بمحافظة القليوبية. حيث جاءت مشكلة احتكار التجار في محصول الطماطم الصيفي في المقدمة حيث أجاب بذلك نحو 100% من إجمالي عدد المبحوثين بالمحافظة، تليها في الأهمية انخفاض السعر بنسبة بلغت نحو 83.33% من إجمالي عدد المبحوثين بالمحافظة، ثم يأتي بعد ذلك مشكلة ارتفاع نسبة الفاقد، ونقص المعلومات التسويقية لدى المزارعين عن الأسعار بنسبة بلغت نحو 76.67%، 66.67% لكل منهم علي الترتيب من جملة عدد المبحوثين بالمحافظة.

أما بالنسبة لمحصول البطاطس الصيفي قد تبين أن مشكلة احتكار التجار في محصول البطاطس الصيفي في المقدمة حيث أجاب بذلك نحو 93.33% من إجمالي عدد المبحوثين بالمحافظة، تليها في الأهمية انخفاض السعر، وارتفاع تكاليف النقل إلى الأسواق الرئيسية بنسبة بلغت نحو 83%، 76.67% لكل منهم علي التوالي من إجمالي عدد المبحوثين بالمحافظة، ثم يأتي بعد ذلك مشكلة نقص المعلومات التسويقية لدى المزارعين عن الأسعار، وارتفاع نسبة الفاقد، بنسبة بلغت نحو 70%، 60% لكل منهم علي الترتيب من جملة عدد المبحوثين بالمحافظة.

د- مؤشرات الكفاءة الإنتاجية والاقتصادية لمحصولي عينة الدراسة الميدانية:

تبين نتائج الجدول رقم (5) مؤشرات كفاءة الأداء الاقتصادي لإنتاج محصولي الطماطم والبطاطس الصيفي بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة القليوبية، حيث تبين أن متوسط الإيراد الكلي بلغ نحو 16.67 ألف جنيه للطماطم الصيفي مقابل نحو 24.13 ألف جنيه للبطاطس الصيفي، بينما بلغ صافي العائد الفدائي بلغ نحو 4.01 ألف جنيه للطماطم الصيفي مقابل نحو 9.56 ألف جنيه للبطاطس الصيفي، في حين بلغت نسبة المنافع للتكاليف نحو 1.32 للطماطم الصيفي مقابل نحو 1.66 للبطاطس الصيفي مما يدل علي مدي أرباحية المشروع الإنتاجي وجدواه الاقتصادية.

جدول (5) مؤشرات كفاءة الأداء الاقتصادي لإنتاج محصولي الطماطم والبطاطس الصيفي بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة القليوبية موسم 2016/2015.

محصول البطاطس الصيفي			محصول الطماطم الصيفي			البيان
المتوسط	طوخ	بنها	المتوسط	طوخ	الخانكة	
13.6	13.2	14	12.845	13.35	12.34	متوسط إنتاجية الفدان (طن)
14563	14670	14456	12657.5	12727	12588	التكاليف الكلية (جنيه/فدان)
1071.97	1111.36	1032.57	986.72	953.33	1020.10	متوسط تكاليف (جنيه/طن) ⁽¹⁾
1775	1800	1750	1300	1250	1350	متوسط سعر (جنيه/طن)
24130	23760	24500	16673.25	16687.50	16659	العائد الكلي (جنيه) ⁽²⁾
9567	9090	10044	4015.75	3960.50	4071	صافي العائد ⁽³⁾
1.66	1.62	1.69	1.32	1.31	1.32	نسبة المنافع للتكاليف ⁽⁴⁾
0.66	0.62	0.69	0.32	0.31	0.32	العائد على الاستثمار ⁽⁵⁾

حيث أن : - (1) متوسط تكاليف (جنيه/طن) = التكاليف الإنتاجية للفدان ÷ متوسط إنتاجية الفدان.

(2) العائد الكلي (جنيه) = الإنتاجية الفدائية × متوسط سعر للطن.

(3) صافي العائد = العائد الكلي - التكاليف الكلية.

(4) نسبة المنافع للتكاليف = العائد الكلي ÷ التكاليف الكلية

(5) العائد على الاستثمار = صافي العائد ÷ التكاليف الكلية.

المصدر: جمعت وحسبت من إستمارة الاستبيان الخاصة بالمزارعين في عينة الدراسة للموسم الزراعي 2016/2015.

رابعاً: عينة التجار بسوق العبور:-

وقد اهتم البحث بسوق العبور كأحد أسواق الجملة الكبيرة والمختلطة، حيث يتم تداول جميع أنواع الخضر والفاكهة به بالإضافة إلى الأسماك، خاصة وأن هذا السوق يقع داخل النطاق الجغرافي لمحافظة القليوبية موضع الدراسة، ويمكن التعرف علي السوق من خلال ما يلي:-

- نظام الدخول والخروج من السوق:

تبين من سوق العبور أن رسم الدخول بالنسبة للسيارة الفارغة الملاكي ونصف النقل حمولة طن واحد بلغ نحو 0.5 جنيه، في حين بلغ حوالي جنيه واحد للسيارة النقل حمولة أكثر من 2 طن، وجنيهين للسيارة النقل بمقطورة أو تريلا. في حين تبين أن رسم الدخول للمنتجات إلى سوق العبور بلغ حوالي 3 جنيه/طن من الخضار والفاكهة والموز، وحوالي 5 جنيه/طن من الأسماك، في حين بلغ رسم الخروج من السوق حوالي 5 جنيه/طن من الخضار والفاكهة والموز، وحوالي 6 جنيه/طن من الأسماك.

- نظام البيع بسوق العبور:

- 1- **البيع بالأجل (الممارسة):** يعتبر هذا الأسلوب هو الأسلوب الرئيسي للبيع في السوق حيث يتم بيع المحصول لتجار التجزئة، على أن يقوم تاجر التجزئة بسداد ما يستحق عليه خلال نفس اليوم أو اليوم التالي أو حسب اتفاقه مع تاجر الجملة، حيث يقوم تاجر التجزئة بمعاينة المحصول والاتفاق على السعر.
- 2- **البيع النقدي (كاش):** ويستخدم هذا الأسلوب غالباً للتاجر غير الدائم في التعامل.
- 3- **البيع بالمزاد:** حيث يتم إجراء مزاد خارج محل تاجر الجملة وبحضور تجار التجزئة ويتم البيع بأعلى سعر .
- 4- **البيع بالعمولة:** يقوم تاجر الجملة بتصريف المحصول لحساب المزارع نظير عمولة له تتراوح بين (5 - 6%) باستثناء الموز الذي يحصل علي عمولة قدرها 12% نظير قيام تاجر الجملة ببعض العمليات (التسوية في الثلاجات)، وتكون عمولة تاجر الجملة في حالة إقراض المزارع بالنقود مساهمة منه في تكاليف زراعة المحصول بالحقل من (8 - 12%) نظير قيام تاجر الجملة ببعض العمليات (التسوية في الثلاجات)، يتم الاتفاق عليها بين التاجر والمزارع .

- الملاح العامة للتركيب السوقي للمحصولين موضع الدراسة:

يحدد التركيب السوقي عدد البائعين والمشتريين للسلعة والطريقة التي تحدد بها أسعار تلك السلعة. ويمكن وصف التركيب السوقي لمحاصيل الدراسة بصفة عامة بأنه أقرب إلى المنافسة، حيث يتعدد فيه المنتجين والمشتريين ولا يمكن لأي منهم منفرداً أو مجتمعاً مع غيره أن يؤثر في سعر البيع أو الشراء. كما يمكن وصف المنتجين بالعدد الكبير حيث لا يمكن لأي من هؤلاء المنتجين بمفرده التأثير على السعر نظراً لصغر المساحات المزروعة مما يؤدي إلى ضالة حجم الإنتاج مقارنة بالإنتاج الكلي. ومن ناحية أخرى زيادة عدد المستهلكين ولا يمكن لأي منهم التأثير على السعر نظراً لضالة حجم ما يشتريه المستهلك مقارنة بحجم التعامل الكلي بالسوق. أما بخصوص نوعية السلعة المسوقة ومدى تجانسها فتعتبر محاصيل موضع الدراسة متجانسة إذ نادراً ما يوجد تباين في الخواص الكيماوية أو الطبيعية.

وفضلاً عن ذلك فإن حرية التعامل مع السلعة موضع الدراسة يعد من أهم الدوافع التي أدت إلى وصف التركيب السوقي بالتنافس إذ أن الوحدات الاقتصادية على إختلاف هويتها سواء كانت بائعة أو مشتريّة لديها حرية الدخول أو الانسحاب من السوق. وبالإضافة إلى ذلك فإن توافر المعلومات التسويقية لدى كافة المتعاملين في السوق في الوقت الراهن لا تمثل أي عقبة في ظل التقدم التكنولوجي لوسائل الإتصال والمعلومات. ومن جهة أخرى فإن أسعار السلعة موضع الدراسة تتحدد بالعرض الجاري في السوق دون تدخل في ميكانيكية الجهاز السعري.

أما بالنسبة إلى التجار في هذا السوق يتم حصول عدد قليل منهم علي الجزء الأكبر من الكميات الواردة للسوق بينما الباقي يحصلون علي قدر ضئيل من تلك الكميات الأمر الذي قد يعكس بدرجة واضحة مدي سيطرة عدد محدود من التجار علي تجارة الجملة لكل من الطماطم والبطاطس في سوق العبور، الأمر الذي يترتب عليه احتكار تسويق هذه السلعة، وقد يرجع ذلك إلي أن كبار التجار تتوفر لديهم القدرات المالية الكبيرة التي تمكنهم من احتكار هذين السلعتين.

أ- الدليل الموسمي لسوق العبور للمحاصيل موضع الدراسة

يتبين من نتائج الجدول رقم (6) أن متوسط الكميات الشهرية الواردة لسوق العبور خلال الفترة (2011-2014) من محصول الطماطم بلغت نحو 25.36 ألف طن تراوحت بين حد أدني بلغ حوالي 23.26 ألف طن في شهر فبراير، وحد أقصى بلغ نحو 27.92 ألف طن في شهر مايو، وبحساب دليل التغيرات الموسمية خلال نفس الفترة لاحظ أنها بلغت أقصاها في شهر مايو بدليل موسمي بلغ نحو 110.08%، وأدناها في شهر أكتوبر بدليل موسمي بلغ نحو 90.18%. في حين بلغ متوسط الأسعار الشهرية لمحصول الطماطم خلال نفس الفترة نحو 1220.21 جنيه/ طن تراوحت بين حد أدني بلغ حوالي 945 جنيه/ طن في شهر

يناير، وحد أقصى بلغ نحو 1752.50 جنيه/طن في شهر أكتوبر، وبحساب دليل التغيرات الموسمية خلال نفس الفترة لاحظ أنها بلغت أقصاها في شهر أكتوبر بدليل موسمي بلغ نحو 143.62%، وأدناها في شهر يناير بدليل موسمي بلغ نحو 77.45%.

جدول رقم (6): دليل التغيرات الموسمية لمتوسط كميات وأسعار الجملة من محصولي الطماطم والبطاطس في سوق العبور خلال الفترة (2011-2014).

البيان	محصول البطاطس						محصول الطماطم							
	السعر			الكمية			السعر			الكمية				
	نسبة التغير (%)	الدليل الموسمي	السعر (جنيه/طن)	نسبة التغير (%)	الدليل الموسمي	الأهمية النسبية (%)	متوسط (الف طن)	نسبة التغير (%)	الدليل الموسمي	السعر (جنيه/طن)	نسبة التغير (%)	الدليل الموسمي	الأهمية النسبية (%)	متوسط (الف طن)
يناير	9.86-	90.14	1590.25	1.18-	98.81	8.24	44.38	22.6-	77.45	945	1.64-	98.36	8.20	24.94
فبراير	19.4-	80.56	1421.25	9.78-	90.22	7.52	40.52	20.7-	79.29	967.50	8.27-	91.73	7.64	23.26
مارس	15.4-	84.61	1492.75	2.24	102.24	8.52	45.91	5.96-	94.04	1147.50	0.20-	99.80	8.32	25.31
أبريل	10.3-	89.70	1582.50	3.67	103.66	8.64	46.55	51.61	151.61	1850	6.59-	93.41	7.78	23.69
مايو	18.5-	81.48	1437.50	10.76	110.75	9.23	49.74	11.1-	88.92	1085	10.08	110.08	9.17	27.92
يونيو	8.29-	91.71	1618	0.16	100.15	8.35	44.98	10.9-	89.12	1087.50	9.44	109.44	9.12	27.75
يوليو	9.78	109.78	1936.75	4.29-	95.70	7.98	42.98	19.5-	80.52	982.50	6.09	106.09	8.84	26.90
أغسطس	18.62	118.63	2093	2.10	102.09	8.51	45.85	13.7-	86.26	1052.50	6.56	106.56	8.88	27.02
سبتمبر	27.82	127.82	2255	4.67-	95.32	7.94	42.81	10.64	110.64	1350	6.71-	93.29	7.77	23.66
أكتوبر	31.06	131.05	2312	7.63-	92.37	7.70	41.48	43.62	143.62	1752.50	9.82-	90.18	7.51	22.87
نوفمبر	3.85	103.85	1832.25	3.33	103.32	8.61	46.40	20.27	120.27	1467.50	2.74-	97.26	8.10	24.67
ديسمبر	9.32-	90.68	1599.75	5.28	105.27	8.77	47.28	21.7-	78.27	955	3.87	103.87	8.66	26.34
الإجمالي	-	-	21171	-	-	100	538.87	-	-	14642.5	-	-	100	304.34
المتوسط	-	-	1764.25	-	-	-	44.91	-	-	20.21 12	-	-	-	25.36

الدليل الموسمي = (المتوسط ÷ المتوسط العام) × 100. نسبة التغير (%) = 100 - الدليل الموسمي.

المصدر: جمعت وحسبت من: الجهاز التنفيذي لسوق العبور، مركز المعلومات، بيانات غير منشورة.

أما بالنسبة للكميات الشهرية الواردة لسوق العبور من البطاطس خلال نفس فقد بلغت نحو 44.91 ألف طن تراوحت بين حد أدنى بلغ حوالي 40.52 ألف طن في شهر فبراير، وحد أقصى بلغ نحو 49.74 ألف طن في شهر مايو، وبحساب دليل التغيرات الموسمية خلال نفس الفترة لاحظ أنها بلغت أقصاها في شهر مايو بدليل موسمي بلغ نحو 110.75%، وأدناها في شهر فبراير بدليل موسمي بلغ نحو 90.22%. في حين بلغ متوسط الأسعار الشهرية لمحصول البطاطس خلال نفس الفترة نحو 1764.25 جنيه/طن تراوحت بين حد أدنى بلغ حوالي 1421.25 جنيه/طن في شهر فبراير، وحد أقصى بلغ نحو 2312 جنيه/طن في شهر أكتوبر، وبحساب دليل التغيرات الموسمية خلال نفس الفترة لاحظ أنها بلغت أقصاها في شهر أكتوبر بدليل موسمي بلغ نحو 131.05%، وأدناها في شهر فبراير بدليل موسمي بلغ نحو 80.56%.

ومما سبق يتضح أن الكميات الواردة من هذين المحصولين إلى السوق قد غطت كل شهور السنة خلال فترة الدراسة حيث أن هذين المحصولين يتم زراعتهم في ثلاث عروات رئيسية شتوية وصيفية ونيلية يغطي إنتاجها كل شهور السنة.

ب- دالة الطلب على الطماطم والبطاطس في سوق العبور:

بدراسة دالة الطلب على الطماطم والبطاطس في سوق العبور من خلال دراسة تأثير أسعار الجملة الشهرية من الطماطم والبطاطس على الكميات المباعة خلال فترة الدراسة باعتبار انه يتم تصريف كل الكميات الواردة منها حيث لا يتم تخزينها داخل السوق لأنها سريعة التلف، وتشير المعادلة رقم (2،1) بالجدول (7) إلى وجود علاقة عكسية بين أسعار الجملة الشهرية والكميات المباعة حيث تؤدي زيادة سعر الجملة من الطماطم والبطاطس بمقدار جنيه واحد إلى انخفاض الكمية المباعة منها بمقدار 4 طن، 2 طن، وقد ثبت معنوية تلك العلاقة، وتشير مرونة الطلب على الطماطم والبطاطس في سوق العبور إلى انه بزيادة سعر الجملة من الطماطم بنسبة 10% تتخفض الكمية المباعة بنسبة 1.9%، 0.8% الأمر الذي يشير إلى انخفاض مرونة الطلب على الطماطم والبطاطس داخل السوق، حيث أنها من السلع الضرورية التي لا غنى عنها، ويبين معامل التحديد أن حوالي 38%، 10% من التغيرات الحادثة في الكميات الشهرية الواردة والمصرفة من الطماطم والبطاطس في سوق العبور خلال فترة الدراسة تعزى إلى التغيرات في أسعار الجملة الشهرية.

جدول (7) دالة الطلب لمحصول الطماطم والبطاطس بسوق العبور خلال الفترة (2011-2014).

المرونة *	F	R ²	المعادلة	المحصول	المعادلة
0.19 -	**27.80	0.38	ص ^{هـ} 1 = 30.29 - 0.004س ^{هـ} **(30.74) ** (5.27)	محصول الطماطم	1
0.08 -	*5.002	0.10	ص ^{هـ} 2 = 49.08 - 0.002س ^{هـ} ** (25.21) ** (2.24)	محصول البطاطس	2

حيث أن:- ص^{هـ} 1، 2: تشير إلى القيمة التقديرية للكمية الشهرية الواردة أو المباعة من الطماطم في سوق العبور بالآلاف طن في الشهر هـ.

س هـ: سعر الجملة الشهري للطن من محصول الطماطم في سوق العبور بالجنيه في الشهر هـ.

هـ = متغير الزمن = 1، 2، 3،، 48.

* المرونة = قيمة (B) × (متوسط السعر ÷ متوسط الكمية)

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الجهاز التنفيذي لسوق العبور، مركز المعلومات، بيانات غير منشورة للفترة (2011 - 2014).
مما سبق تبين أن التغيرات الموسمية في أسعار الجملة للطماطم والبطاطس تتوقف على التغيرات الموسمية في الكميات الواردة منها إلى السوق حيث تزيد الأسعار كلما انخفضت الكمية المعروضة من المحصول وتتنخفض كلما زاد المعروض من المحصول حيث تصل الكميات الموردة أدها في الشهور التي تسبق ظهور إنتاج العروة الجديدة في حين تبلغ الأسعار أقصاها في الشهور الأخرى، كما يتضح أن التقلبات الموسمية في الأسعار أعلى من التقلبات الموسمية في الكميات الأمر الذي يشير إلى انخفاض مرونة الطلب للطماطم والبطاطس داخل السوق حيث تؤدي تغيرات كبيرة في الأسعار إلى تغيرات عكسية بنسب أقل في الكميات المباعة أو الموردة منها، وهذا يعني أنها من السلع الضرورية التي لا غنى عنها بغض النظر عن سعرها.

ج- الفروق التسويقية وتوزيع جنيه المستهلك والكفاءة التسويقية لمحصولي الطماطم والبطاطس الصيفي في عينة الدراسة الميدانية:

تستهدف دراسة الفروق السعرية والهوامش التسويقية إلى التعرف علي مدى عدالة ما تحصل عليه الهيئات التسويقية المختلفة من سعر التجزئة مقابل ما تؤديه من خدمات، ومدى ما يحققه الوسطاء من أرباح خلال المراحل التسويقية المختلفة وذلك مقابل ما يحصل عليه المنتج، الأمر الذي يساعد في التعرف علي أنصبة كل منهما، وتقييم أداء الهيئات التسويقية بما يساهم في زيادة نصيب المنتج، أو تخفيض سعر المستهلك أو كلاهما، والذي يؤدي بدوره إلى رفع مستوي الرفاهية الاقتصادية للمجتمع.

يتضح من الجدول (8) أن متوسط الهامش التسويقي بين سعر المزرعة وسعر الجملة بلغ نحو 1450 جنيه/طن للطماطم الصيفي مقابل نحو 1475 جنيه/طن للبطاطس الصيفي علي مستوي العينة، كما يتبين

أيضاً أن متوسط الهامش التسويقي بين سعر الجملة وسعر التجزئة بلغ نحو 1050 جنيه/طن للطماطم مقابل نحو 1650 جنيه/طن للبطاطس، كما تبين من الإنتشار السعري بين سعر المزرعة وسعر التجزئة أن متوسطه بلغ حوالي 2500 جنيه/طن للطماطم مقابل نحو 3125 جنيه/طن للبطاطس. كما يتضح من توزيع جنيه المستهلك في عينة الدراسة الميدانية أن متوسط نصيب المنتج بلغ نحو 34.21% للطماطم مقابل نحو 36.22% للبطاطس، في حين بلغ متوسط نصيب تاجر الجملة نحو 38.16% للطماطم مقابل نحو 30.10% للبطاطس، في حين بلغ متوسط نصيب تاجر التجزئة نحو 27.63% للطماطم مقابل نحو 33.67% للبطاطس في عينة الدراسة الميدانية. كما تبين من الكفاءة التسويقية أنها بلغت نحو 28.30% للطماطم مقابل نحو 25.54% للبطاطس، مما يعني انخفاض كفاءتها التسويقية، الأمر الذي يعني أن الفروق التسويقية التي يحصل عليها الوسطاء خلال المراحل التسويقية لا تتناسب مع الخدمات التسويقية المقدمة.

جدول (8) : الفروق والهوامش التسويقية والإنتشار السعري، وتوزيع جنيه المستهلك والكفاءة التسويقية للمحصولين الطماطم والبطاطس بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة القليوبية.

محصول البطاطس	محصول الطماطم	البيان	
1775	1300	سعر المزرعة	الأسعار الجارية (طن/جنيه)
3250	2750	سعر الجملة	
4900	3800	سعر التجزئة	
1475	1450	جملة - منتج	الفروق التسويقية
1650	1050	تجزئة - جملة	
3125	2500	الإنتشار السعري (تجزئة - مزرعة)	
36.22	34.21	نصيب المنتج ⁽¹⁾	توزيع جنيه المستهلك
30.10	38.16	نصيب تاجر الجملة ⁽²⁾	
33.67	27.63	نصيب تاجر التجزئة ⁽³⁾	
63.78	65.79	جملة نصيب الوسطاء ⁽⁴⁾	
25.54	31.57	الكفاءة التسويقية ⁽⁵⁾	

(1) سعر المنتج/ سعر المستهلك $\times 100$ (2) (سعر الجملة - سعر المنتج) / (سعر التجزئة - سعر الجملة) $\times 100$ (3) (سعر التجزئة - سعر الجملة) / سعر التجزئة $\times 100$ (4) نصيب تاجر الجملة + نصيب تاجر التجزئة - 100 (5) (سعر التجزئة - سعر المزرعة) \div ((سعر التجزئة - سعر المزرعة) + تكاليف الإنتاجية) $\times 100$

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية.

د- المشاكل والمعوقات التي تواجه التجار بسوق العبور:

- المشاكل والمعوقات الإنتاجية التي تواجه تجار التجزئة:

يتضح من الجدول رقم (9) أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه تجار التجزئة لمحصولي الطماطم والبطاطس بسوق العبور. حيث جاءت مشكلة احتكار التجار مما يؤدي إلي ارتفاع الأسعار للمحصولين حيث أجاب بذلك نحو 100% من إجمالي عدد المبحوثين بالسوق، تليها في الأهمية انخفاض الربح نتيجة لانخفاض الكمية المباعة من جهة وارتفاع سعر الشراء من تجار الجملة من جهة أخرى بنسبة بلغت نحو 70%، 90% لكل من محصولي الطماطم والبطاطس علي التوالي من إجمالي عدد المبحوثين، ثم يأتي بعد ذلك مشكلة تذبذب حجم الكمية المتعامل فيها نتيجة لارتفاع السعر بنسبة بلغت نحو 60%، 70% من جملة عدد المبحوثين للمحصولين، تليها مشكلة ارتفاع تكاليف النقل بنسبة بلغت نحو 40%، 50% لكل من المحصولين من إجمالي عدد المبحوثين، ثم يأتي بعد ذلك باقي المشكلات كما هو موضح بالجدول.

- المشاكل والمعوقات التي تواجه تجار الجملة:

كما يتضح من نفس الجدول السابق أن مشكلة عدم دفع تجار التجزئة المبلغ المتفق عليه مرة واحدة تأتي في مقدمة المشاكل والمعوقات التي تواجه تجار الجملة لمحمولي الطماطم والبطاطس بنسبة بلغت نحو 80%، 90% من إجمالي عدد المبحوثين بالسوق، تليها في الأهمية انخفاض الربح نتيجة لكثرة السماسرة بنسبة بلغت نحو 70% لكل منهم من إجمالي عدد المبحوثين، ثم يأتي بعد ذلك مشكلة ارتفاع التكاليف التسويقية النقل والتعبئة والتحميل والتفريغ بنسبة بلغت نحو 50%، 60% لكل من الطماطم والبطاطس من جملة عدد المبحوثين بالمحافظة، ثم يأتي بعد ذلك باقي المشكلات كما هو موضح بالجدول.

جدول (8) : المشاكل التي تواجه تجار التجزئة والجملة لمحمول الطماطم والبطاطس بسوق العبور.

التجارة	المشكلات	محمول الطماطم		محمول البطاطس		
		العدد (%)	العدد (%)	العدد (%)	العدد (%)	
تجزئة	احتكار التجار مما يؤدي إلى ارتفاع الأسعار	10	100	10	100	
	انخفاض الربح نتيجة لانخفاض الكمية المباعة	7	70	9	90	
	تذبذب حجم الكمية المتعامل فيها نتيجة لارتفاع السعر	6	60	7	70	
	زيادة نسبة التالف والفاقد الناتج عن عدم القيام بالوظائف التسويقية *	5	50	4	40	
	ارتفاع تكاليف النقل	4	40	5	50	
	عدم انسياب السلعة بسهولة	3	30	6	60	
	ارتفاع رسوم الدخول والخروج وعدم النظر إلى الكمية المتعامل فيها	5	50	4	40	
	الإجمالي	10	-	10	-	
	جملة	عدم دفع تجار التجزئة المبلغ المتفق عليه مرة واحدة	8	80	9	90
		انخفاض الربح نتيجة لكثرة السماسرة	7	70	7	70
انخفاض جودة المحصول عند الشراء		5	50	4	40	
ارتفاع التكاليف التسويقية النقل والتعبئة والتحميل والتفريغ		5	50	6	60	
ارتفاع وتعدد أنواع الرسوم داخل السوق		4	40	3	30	
الإجمالي		10	-	10	-	

* يرجع ذلك إلى تشويش الأقفاس، بالإضافة إلى سرعة العطب والتلف للطماطم نظراً لطبيعة السلعة وتأثرها بالعوامل الجوية، والغش بالثمار المصابة والمجروحة والتراب

** يرجع ذلك إلى عدم الفرز الجيد والتدريج للمحمول عند استلامه، وسوء التخزين في البطاطس مما يزيد من نسبة الفاقد.

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة التجار بعينة الدراسة الميدانية.

الملخص:-

استهدف البحث بشكل أساسي إلى دراسة الوضع الراهن لاقتصاديات تسويق محمولى الطماطم والبطاطس الصيفية المنتجة بمحافظة القليوبية من خلال دراسة النشاط الإنتاجي والتسويقي للمحمولين موضوع الدراسة، وقد تمثلت مشكلة البحث في وجود العديد من المشاكل والعقبات التي تحد من كفاءته النظام التسويقي للطماطم والبطاطس في مصر بصفة عامة والقليوبية بصفة خاصة، وقد اعتمد البحث في بياناته على مصدرين الأول تمثلت في البيانات الأولية، والبيانات الثانوية المنشورة وغير المنشورة من مصادرها المختلفة.

ومن أهم نتائج الدراسة:-

1- تبين من دراسة المشاكل الإنتاجية أن مشكلة ارتفاع تكاليف الإنتاج الطماطم الصيفي بصفة عامة تأتي في المقدمة حيث أجاب بذلك نحو 96.67% مقابل نحو 90% للبطاطس الصيفي من إجمالي عدد المبحوثين

بالمحافظة، تليها في الأهمية ارتفاع أسعار التقاوي بنسبة بلغت نحو 80.33% للطماطم الصيفي مقابل نحو 100% للبطاطس الصيفي، ثم يأتي بعد ذلك مشكلة ارتفاع أسعار الأسمدة والمبيدات بنسبة بلغت نحو 76.67% للطماطم الصيفي مقابل نحو 86.67% للبطاطس الصيفي، بينما انخفضت في عدم توافر الجانب الإرشادي حيث أجاب بذلك نحو 60% مقابل نحو 63.33% للبطاطس الصيفي من جملة عدد المبحوثين بعينة الدراسة الميدانية.

2- كما يتبين من دراسة المشاكل التسويقية التي تواجه المزارعين أن مشكلة احتكار التجار في محصول الطماطم الصيفي تأتي في المقدمة حيث أجاب بذلك نحو 100% مقابل نحو 93.33% للبطاطس الصيفي، تليها في الأهمية انخفاض السعر بنسبة بلغت نحو 83.33% للطماطم الصيفي مقابل نحو 83% للبطاطس الصيفي، بينما انخفضت في التأخير في الحصول على السعر حيث أجاب بذلك نحو 43.33% للطماطم الصيفي مقابل نحو 53% للبطاطس الصيفي من جملة عدد المبحوثين بعينة الدراسة الميدانية.

3- وتشير نتائج مؤشرات كفاءة الأداء الاقتصادي لإنتاج محصولي الطماطم والبطاطس الصيفي أن صافي العائد الفداني بلغ نحو 4.01 ألف جنيه للطماطم الصيفي مقابل نحو 9.56 ألف جنيه للبطاطس الصيفي، كما بلغت نسبة المنافع للتكاليف نحو 1.32 للطماطم الصيفي مقابل نحو 1.66 للبطاطس الصيفي مما يدل على مدى أرباحية المشروع الإنتاجي وجدواه الاقتصادية.

4- كما تشير مرونة الطلب على الطماطم والبطاطس في سوق العبور إلى انه بزيادة سعر الجملة بنسبة 10% تتخفض الكمية المباعة بنسبة 1.9% ، 0.8% الأمر الذي يشير إلى انخفاض مرونة الطلب على الطماطم والبطاطس داخل السوق، حيث أنها من السلع الضرورية التي لا غنى عنها.

5- كما تبين من الكفاءة التسويقية أنها بلغت نحو 28.30% للطماطم مقابل نحو 25.54% للبطاطس، مما يعني انخفاض كفاءتها التسويقية، الأمر الذي يعني أن الفروق التسويقية التي يحصل عليها الوسطاء خلال المراحل التسويقية لا تتناسب مع الخدمات التسويقية المقدمة.

لذا يوصى البحث في ضوء النتائج البحثية بما يلي:

1- القيام بتسويق المحصول عن طريق التعاقدات حتي يضمن للمزارعين سعر مناسب وتحقيق عائد إقتصادي مجزي لهم، وتشجيعهم علي التوسع في الزراعة.

2- تشجيع التعاونيات الزراعية على خلق دور فعال لها في إنتاج وتسويق المحاصيل بالمحافظة.

3- العمل على زيادة نصيب المنتج من جنيه المستهلك وذلك من خلال تقليل التكاليف التسويقية وأرباح الوسطاء.

4- رفع كفاءة جهاز التسويق تؤدي إلى زيادة عوائد المنتجين الزراعيين، وزيادة القيمة الحقيقية لدخول المستهلكين.

5- ضرورة العمل على التغلب على المشاكل التي تواجه كل من المنتجين والتجار داخل المنظومة التسويقية.

المراجع:-

1- الجهاز التنفيذي لسوق العبور، مركز المعلومات، بيانات غير منشورة.

2- إبراهيم سليمان، محمد جابر عامر، (دكاترة)، اقتصاديات أسواق الطماطم المصرية، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الرابع والعشرون، العدد الثاني، يونيو 2014.

3- أشرف محمد علي الضالع، أشرف السيد مصطفى العمري، (دكاتره)، أثر التقلبات في التكاليف الإنتاجية والتسويقية لأهم محاصيل الخضر بسوق النهضة بمحافظة الإسكندرية، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الرابع والعشرون، سبتمبر، 2014.

- 4- سهرة خليل عطا (دكتور)، وآخرون، الكفاءة الانتاجية والاقتصادية لمحصول الطماطم في محافظة الجيزة، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الرابع والعشرون، مارس، 2014.
- 5- طارق علي أحمد عبد الله، أسماء إسماعيل عيد، (دكاتره)، المتغيرات الاقتصادية المؤثرة علي استجابة عرض المزارع في محصولي البطاطس الصيفي والطماطم الصيفي في مصر، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الثالث والعشرون، ديسمبر، 2013.
- 6- عاصم كريم عبد الحميد (دكتور)، دراسة اقتصادية لواقع إنتاج وتسويق أهم محاصيل الفاكهة في جمهورية مصر العربية، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي - المجلد الرابع عشر - العدد الثالث - سبتمبر 2004.
- 7- عطيات محمد السعيد، سهرة خليل عطية، (دكاترة)، الكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس في مصر، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الثامن عشر، العدد الأول، مارس 2008.
- 8- فاطمة احمد مصطفى، دراسة اقتصادية لتسويق بعض محاصيل الخضر في محافظة القليوبية، رسالة ماجستير، كلية الزراعة، جامعة بنها ، 2012.
- 9- محمد محمد الخولاني، دراسة اقتصادية للتركيب السوقي لتسويق الخضر بالإسكندرية، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة الزقازيق - فرع بنها، 1994.
- 10- محمد عبد الرحيم مرعي (دكتور)، التحليل الاقتصادي لإنتاج وتسويق محصول الطماطم في مصر، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد التاسع عشر، العدد الرابع، ديسمبر 2009.
- 11- مديرية الزراعة بالقليوبية، إدارة الشؤون الزراعية، سجلات قسم الإحصاء، بيانات غير منشورة.
- 12- ناصر محمد عوض همام، اقتصاديات إنتاج وتسويق الطماطم في مصر، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، عين شمس، 2006.
- 13- مصطفى عبد ربه القبلاوي، (دكتور)، وآخرون، دراسة اقتصادية لتسمين عجول الجاموس في مزارع المربين، بمحافظة كفر الشيخ، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد العشرون، يونيه، 2010.
- 14- هاني سعيد الشتلة (دكتور)، وآخرون، الكفاءة التسويقية لمحصول الطماطم في مصر، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد التاسع عشر، العدد الثالث، سبتمبر 2009.

An Analytical Study Of the Markting Tomatoes and Ptatoes in the Summer Qaliubiya Governorate

Summary:-

The research was mainly to study the current situation of the economics of marketing crops of tomatoes, potatoes, summer-producing province of Qaliubiya through the study of the production and marketing activity for the two crops subject of study, has represented the research problem in the presence of many of the problems and obstacles that limit the efficiency of the marketing system for tomatoes and potatoes in Egypt in general, Qalubia in particular, the research was in its statements on the first adopted exporters was the primary data, secondary data from published and unpublished from various sources.

Among the most important findings of the study: -

- As can be seen from the study of marketing problems faced by the farmers that the problem of the monopoly of traders in the summer tomato harvest come to the fore and answered so about %100 compared to 93.33% for summer potatoes, followed in importance low price at a

rate of approximately 83.33% for summer tomatoes for about 83% of the potato summer, while decreased in delays in obtaining price and answered so about 43.33% for summer tomatoes for about 53% of the potato summer of the total number of respondents, a sample of the field study.

- The results of the economic efficiency of performance indicators for crop production tomatoes and summer potatoes and indicate that net feddan yield was about 4.01 thousand pounds for summer tomatoes for about 9.56 thousand pounds in the summer of potatoes, as benefits costs accounted for about 1.32 Summer tomatoes for about 1.66 Summer potato which shows how profitability of the production of the project and its economic feasibility.

- The elasticity of demand for tomatoes and potatoes in transit market indicate that increase the wholesale price of 10% decreases the quantity sold increased by 1.9%, 0.8%, which indicates a decrease in elasticity of demand for tomatoes and potatoes in the market, where it is necessary goods that are essential to about her.

- As shown by the marketing efficiency it amounted to about 28.30% of the tomatoes for about 25.54% of the Potato, which means lower marketing efficiency, which means that marketing distinctions earned by brokers during the marketing stages are not commensurate with the marketing services provided.

It is therefore recommended research in light of the research findings, including the following:

- The need to work to do the marketing of the crop through the work contracts in order to ensure an appropriate price to farmers and economic return rewarding them, and encourage them to expand agriculture.

- The need to encourage agricultural cooperatives to create an effective role in the production and marketing of crops in the governorate.

- Work to increase the product of pounds per consumer by reducing marketing costs and profits of intermediaries.

الملاحق:

جدول (1): تطور المساحة والإنتاجية والإنتاج من محصولي الطماطم والبطاطس في مصر خلال الفترة (2000-2015).

محصول البطاطس								محصول الطماطم								السنوات
معامل عدم الاستقرار	الإنتاج (طن)	الإنتاجية (طن)	الأهمية النسبية (%)	معامل عدم الاستقرار	العروة الصيفي مساحة (فدان)	معامل عدم الاستقرار	مساحة إجمالي العروات (فدان)	معامل عدم الاستقرار	الإنتاج (طن)	الإنتاجية (طن)	الأهمية النسبية (%)	معامل عدم الاستقرار	العروة الصيفي مساحة (فدان)	معامل عدم الاستقرار	مساحة إجمالي العروات (فدان)	
(135.08)	24065	11.20	56.98	69.49	2139	59.37	3754	(0.74)	78928	16.70	92.83	(1.05)	4712	(2.53)	5076	2000
(140.20)	18069	10.70	58.85	0.77	1683	0.22	2860	(11.45)	67246	16.50	92.05	(10.88)	4073	(12.29)	4425	2001
(187.21)	18565	10.10	58.40	(11.56)	1838	(6.12)	3147	(1.16)	71517	16.60	85.17	(1.62)	4307	3.57	5057	2002
465.39	13386	10.00	63.96	(6.58)	2323	(5.67)	3632	(12.05)	60492	15.44	90.32	(6.43)	3917	(8.11)	4337	2003
42.02	36959	14.00	69.31	(9.11)	2631	(12.71)	3796	11.87	72935	17.40	94.05	4.93	4191	(2.22)	4456	2004
(8.97)	45222	14.70	63.21	(7.20)	3065	0.04	4849	(10.16)	55360	16.01	87.28	(9.07)	3457	(9.87)	3961	2005
(43.60)	41363	14.90	71.43	(25.63)	2760	(28)	3864	(24.42)	43866	16.19	92.05	(24.96)	2709	(30.46)	2943	2006
(44.80)	53542	15.70	75.51	(17.65)	3392	(23.13)	4492	15.02	62637	15.97	90.35	14.75	3922	6.67	4341	2007
(24.15)	91512	16.24	74.17	24.49	5636	19.82	7599	55.76	79243	15.97	91.25	53.82	4962	39.20	5438	2008
(53.52)	67076	13.10	69.21	3.76	5121	8.17	7399	24.58	58920	16.37	72.04	18.63	3599	33.44	4996	2009
(57.21)	71865	13.30	73.84	1.15	5405	(0.25)	7320	(1.41)	43099	16.16	51.07	(6.15)	2667	45.81	5222	2010
(53.70)	88708	15.56	69.69	(0.88)	5701	4.38	8180	10.04	44166	13.98	75.61	19.22	3159	22.21	4178	2011
(52.46)	102334	15.51	72.08	7.14	6600	9.85	9156	15.80	42328	14.07	86.74	22.44	3009	6.54	3469	2012
(64.84)	84005	15.55	67.20	(17.73)	5404	(8.96)	8042	(10.70)	29444	14.14	81.18	(8.06)	2083	(17.05)	2566	2013
(58.98)	107700	15.34	74.34	0.62	7020	1.19	9443	(37.78)	18289	14.15	74.05	(37.64)	1293	(40.43)	1746	2014
206.29	876703	14.25	78.14	5.29	7775	1.23	9950	(45.03)	14189	14.15	68.15	(42.12)	1089	(42.27)	1598	2015
(13.19)	108817.08	13.76	68.52	1.02	4280.81	1.23	6092.67	(1.36)	52666.17	15.61	82.76	(0.89)	3321.81	(0.49)	3988.06	المتوسط
-	200562.16	2.07	6.13	-	1946.39	-	2425.47	-	19575.90	1.10	11.43	-	1097.94	-	1166.81	الإنحراف المعياري
-	1.84	0.15	0.09	-	0.45	-	0.40	-	0.37	0.07	0.14	-	0.33	-	0.29	معامل الاختلاف

() الأرقام بين الأقواس سالبة.

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي، أعداد متفرقة.