

"التكاليف التسويقية لمحصول البطاطس ومدى أثرها على سعر المستهلك في الأراضي الجديدة"

أ. د. / نجلاء محمد والى
أستاذ متفرغ بقسم الاقتصاد الزراعي كلية
الزراعة بمشتر جامعة بنها.

أ. د. / محمد السيد راجح
أستاذ متفرغ بقسم الاقتصاد الزراعي كلية
الزراعة بمشتر جامعة بنها.

أ. د. / مدحت أحمد على عنيبر
أستاذ متفرغ بمعهد بحوث الاقتصاد الزراعي.

سامح محمد محمد موسى
مدير إدارة الدعم الفني بالمعهد العالي للتعاون الزراعي بشبرا الخيمة.

مقدمة:

تعد الدراسات التسويقية والخاصة بالمحاصيل الزراعية بالأراضي الجديدة من الدراسات الهامة والتي تدعم عمليات نقل السلعة المنتجة من أماكن الإنتاج إلي أماكن الاستهلاك، ويهدف الى زيادة نصيب المنتج من مدفوعات المستهلك من خلال تقليل التكاليف التسويقية وأرباح الوسطاء في مختلف العمليات التسويقية، إلا أن انخفاض التكاليف التسويقية وحده ليس دليلاً على ارتفاع الكفاءة التسويقية أو تحقيق المنتج لنصيب مرتفع من جنيته المستهلك، إذ تتحقق الكفاءة التسويقية للمحاصيل من خلال الربط بين العمليات التسويقية والعمليات الإنتاجية حتى يتحقق إنتاج ذو مواصفات جيدة. ويتناول البحث دراسة وتحليل التكاليف التسويقية لمحصول البطاطس في الأراضي الجديدة نظراً للأهمية الاقتصادية من الناحية الغذائية حيث يشغل الترتيب الرابع بعد القمح والذرة والأرز والترتيب الأول في إنتاج الطاقة والثاني في إنتاج البروتينات بعد فول الصويا داخل مصر أو عالمياً. البطاطس هو أحد محاصيل الخضار الهامة التي تنتشر زراعتها تحت ظروف بيئية متباينة حيث يزرع منها سنوياً ما يقرب من ٢٠٠ ألف فداناً سنوياً. وتحتل البطاطس المركز الأول بين محاصيل الخضار التصديرية حيث بلغت الكمية المصدرة من البطاطس عام ٢٠١٥ حوالي ٦٠٠ ألف طن لدول الاتحاد الأوربي والدول العربية وأهمها روسيا والمملكة العربية السعودية .

المشكلة البحثية:

تعانى المحاصيل الزراعية المصرية عامة ومحصول البطاطس خاصة في السنوات الأخيرة للعروات الثلاثة من حدوث تقلبات سريعة حادة في أسعارها مما انعكس أثره على كل من المنتج والمستهلك. وتتحضر مشكلة الدراسة في ارتفاع المصروفات التسويقية مما يؤدي الى انخفاض الأسعار المزرعية التي يتحصل عليها المزارعين لمحصول البطاطس مع ارتفاع أسعار التجزئة التي يدفعها المستهلكين، الأمر الذي يؤدي الى انخفاض الكفاءة التسويقية لمحصول الدراسة.

الهدف البحثي:

أستهدف البحث الوصول الى حقيقة ارتفاع المصروفات التسويقية لمحصول البطاطس وهل قيمة الوظائف والخدمات التسويقية مرتفعة بحيث تؤدي الى ارتفاع سعر المستهلك؟ وذلك من خلال تحليل البيانات الخاصة بعينة الدراسة خلال المراحل والمسالك التسويقية المختلفة لمحصول البطاطس وكذلك تقدير الهوامش التسويقية ونصيب كل من المنتج والوسطاء من توزيع جنية المستهلك. وكذلك تقدير نسبة الربح للمنتج وللوسطاء والخدمات والوظائف التسويقية من جنية المستهلك خلال العملية التسويقية لمحصول البطاطس بالأراضي الجديدة.

الأسلوب البحثي ومصادر البيانات:

أستمدت بيانات الدراسة من عينة عشوائية طبقية حجمها ٧٠ مفردة من مزارعي البطاطس للعروات الثلاثة بإقليم النوبارية والذي تم اختياره على أساس الأهمية النسبية للمساحة المنزرعة لمحصول الدراسة على مستوى الجمهورية بالنسبة للأراضي الجديدة والتي بلغت نحو ٥٢.٥% من اجمالي المساحة المنزرعة بالنوبارية والبالغة نحو ٣٥٥٩٢.٦ فدان من اجمالي المساحة المنزرعة بالجمهورية والبالغة نحو ٦٧٧٩٨.٤ فدان عن متوسط الفترة ٢٠١٠ : ٢٠١٤. وقد تم اختيار مركزي غرب النوبارية وجنوب وغرب التحرير والذين يمثلون حوالي ٢٩.٧% ، ٣٨.٣% على الترتيب بمساحات بلغت نحو ٩٩٢٢ فدان ، ١٢٧٩٤ فدان من اجمالي المساحة المنزرعة بالمحصول بالنوبارية والبالغة نحو ٣٣٤٠٥ فدان عام ٢٠١٤م. وكان نصيب غرب

النوبارية ٣٣ مفردة بحثية وجنوب وغرب التحرير ٣٧ مفردة بحثية. وصممت أستمارة الاستبيان بغرض جمع البيانات الميدانية لبنود التكاليف الإنتاجية والتسويقية والمسالك التسويقية المختلفة لمحصول الدراسة بعينة الدراسة. كما اعتمدت الدراسة على البيانات الثانوية من النشرات الإحصائية بقطاع الشؤون الاقتصادية ، وزارة الزراعة وأستصلاح الاراضى ، بالإضافة الى سجلات مديرية الزراعة بالنوبارية وسجل ٢خدمات بالجمعيات التعاونية الزراعية لمراقبات التنمية والتعاون وتمت الاستعانة بالدراسات والأبحاث المرتبطة بمجال الدراسة.

مجتمع الدراسة:

تعتبر النوبارية هي عاصمة مركز مديرية التحرير بمحافظة البحيرة وتقع على بعد ١٦٠ كيلو متر من القاهرة وتقع على طريق القاهرة الإسكندرية الصحراوى وعلى بعد ٧٩ كيلو متر من الإسكندرية. يشمل إقليم النوبارية على خمسة مناطق رئيسية تسمى المنطقة بالمراقبة. حيث يتم الأشراف عليها من خلال مديرية الزراعة بالنوبارية التى تقع بالكيلو ٨٠ طريق مصر الإسكندرية الصحراوى. حيث بلغ أجمالى الزمام الكلى بالنوبارية التى تقوم المديرية بالأشراف عليها نحو ٩٣٢٦١٨ فدان أى ما يقرب من مليون فدان. ومراقبات النوبارية بياناتها كالأتى:-

منطقة غرب النوبارية. وهى تتبع محافظة البحيرة وتشمل على ٢٦ قرية فى مساحة أجمالية تبلغ ١٥٦١٧٦ فدان ويبلغ عدد الحائزين بها ٧٤٦٦ حائزا.

منطقة جنوب وغرب التحرير. وتشمل مراقبات طيبة والانطلاق وهى تتبع محافظة البحيرة وتشمل على ٢٩ قرية فى مساحة أجمالية تبلغ ٣٢٩١٥١ فدان ويبلغ عدد الحائزين بها ١٨٥٨٩ حائزا.

منطقة البستان. وهى تتبع محافظة البحيرة وتشمل على ١٣ قرية فى مساحة أجمالية تبلغ ١٥٦٤٥٠ فدان ويبلغ عدد الحائزين بها ٥٥٢٢ حائزا.

منطقة بنجر السكر. وهى تتبع محافظة الإسكندرية وتشمل على ٢٧ قرية فى مساحة أجمالية تبلغ ١٩٧٤٢٣ فدان ويبلغ عدد الحائزين بها ٩٧٨٦ حائزا.

منطقة النهضة ومربوط . ويطلق عليها أيضا منطقة الحمام وهى تتبع محافظة الإسكندرية وتشمل على ١٢ قرية فى مساحة أجمالية تبلغ ١١١٤١٨ فدان ويبلغ عدد الحائزين بها ٥٢٨١ حائزا.

وبناء على ذلك تم اختيار منطقة النوبارية كمجتمع لدراسة تسويق محصول الدراسة بالاراضى الجديدة.

نتائج الدراسة:

أولاً:- المؤشرات الإنتاجية والاقتصادية لمحصول البطاطس بالنوبارية.

تبين من الجدول رقم(١) الخاص بالمؤشرات الإنتاجية والاقتصادية (بالأسعار الجارية) و الجدول رقم(٢) الخاص بالمؤشرات الإنتاجية والاقتصادية (بالأسعار الحقيقية) لمحصول البطاطس بمنطقة النوبارية خلال فترة الدراسة الاتى:-

بالنسبة للمساحة المنزرعة بالمحصول فى النوبارية عام ١٩٩٩م بلغت نحو ٢٣٧٥٥ فدان وقد أخذت هذه المساحة فى الزيادة الى أن بلغت نحو ٣٨٩١٣ فدان عام ٢٠١٥م بمتوسط قدرة ٣٠١٨٦ فدان خلال فترة الدراسة. وتشير معادلة الاتجاه الزمنى العام لتطور مساحة البطاطس بالنوبارية رقم(١) والموضحة بالجدول رقم(٣) الى انها تتزايد سنويا بمقدار ١٠٩٠٠.٩ فدان بمعدل زيادة سنويا يقدر بنحو ٣.٦% زيادة معنوية أحصائيا عند مستوى معنوية ١%. وقد يرجع سبب الزيادة الى قصر فترة مكوث المحصول فى الأرض.

وفىما يخص الإنتاجية الفدانىة لمحصول الدراسة فى النوبارية عام ١٩٩٩م بلغت نحو ١٠.٧ طن/ فدان فى حين بلغت نحو ١٢.٤ طن/ فدان عام ٢٠١٥م بمتوسط قدرة ١١.٦ طن/ فدان خلال فترة الدراسة مما يشير الى ان الإنتاجية الفدانىة لمحصول البطاطس بالنوبارية خلال فترة الدراسة يكاد يكون ثابتا. وتشير معادلة الاتجاه الزمنى العام لتطور الإنتاجية الفدانىة للبطاطس بالنوبارية رقم(٢) والموضحة بالجدول رقم(٣) الى انها تتزايد سنويا بمقدار ٠.٩ طن/ فدان بمعدل زيادة سنويا ضعيف جدا يقدر بنحو ٠.٨% وهذا التزايد معنوى أحصائيا عند مستوى معنوية ١%.

بالنسبة لكمية الإنتاج للمحصول فى النوبارية عام ١٩٩٩م بلغت نحو ٢٥٤١٩٠ طن وقد أخذت هذه الكمية فى الزيادة الى أن بلغت نحو ٤٨٠٨٧٢ طن عام ٢٠١٥م بمتوسط قدرة ٣٢٢١٦٧.١ طن خلال فترة الدراسة. وتشير معادلة الاتجاه الزمنى العام لتطور كمية الإنتاج للبطاطس بالنوبارية رقم(٣) والموضحة بالجدول رقم(٣) الى انها تتزايد سنويا بمقدار ١٣٩١٣.٢ طن بمعدل زيادة سنويا يقدر بنحو ٤.٣% وهذا التزايد معنوى أحصائيا عند مستوى معنوية ١%.

وكما هو موضح بالجدول سالف الذكر تبين أن متوسط الأسعار (بالأسعار الجارية) للمحصول في النوبارية عام ١٩٩٩م بلغ نحو ٦٢٨ جنيه/طن وقد أخذت متوسط الأسعار في الزيادة خلال فترة الدراسة الى ان بلغت نحو ١٨٨١ جنيه/طن عام ٢٠١٥م بمتوسط قدرة ١١٣٨ جنية/طن خلال فترة الدراسة. كما تبين أن متوسط الأسعار (بالأسعار الحقيقية) للمحصول في النوبارية عام ١٩٩٩م بلغ نحو ٦٢٨ جنيه/طن وقد أخذت متوسط الأسعار في التذبذب خلال فترة الدراسة الى ان بلغت نحو ٦٤٤.٦ جنيه/طن عام ٢٠١٥م بمتوسط قدرة ٦٨٦.٧ جنية/طن خلال فترة الدراسة. وتشير معادلة الاتجاه الزمني العام لتطور متوسط الأسعار (بالأسعار الحقيقية) للبطاطس بالنوبارية رقم(٤) والموضحة بالجدول رقم(٣) الى انها تتزايد سنويا بمقدار ١٤.٠١ جنية/طن بمعدل زيادة سنويا يقدر بنحو ٢.٤% وهذا التزايد معنوي إحصائيا عند مستوى معنوية ١%. ويرجع سبب الزيادة في متوسط الأسعار نتيجة ارتفاع سعر العملات الأجنبية مقابل الجنية المصري حيث أن تقاوى المحصول وخاصة العروة الشتوية يتم استيرادها من الخارج.

وبالنسبة لجملة الإيرادات (بالأسعار الجارية) للمحصول في النوبارية عام ١٩٩٩م بلغ نحو ٦٧١٩.١ جنية/فدان وقد أخذت جملة الإيرادات في الزيادة خلال فترة الدراسة الى ان بلغت نحو ٢٢٧٢٨.٩ جنية/فدان عام ٢٠١٥م بمتوسط قدرة ١٣٣٩٤.٤ جنية/فدان خلال فترة الدراسة. وبالنسبة لجملة الإيرادات (بالأسعار الحقيقية) للمحصول في النوبارية عام ١٩٩٩م بلغ نحو ٦٧١٩.١ جنية/فدان وقد أخذت جملة الإيرادات في الزيادة خلال فترة الدراسة الى ان بلغت نحو ٧٧٨٩.٢ جنية/فدان عام ٢٠١٥م بمتوسط قدرة ٨٠٠٣.٧ جنية/فدان خلال فترة الدراسة. وتشير معادلة الاتجاه الزمني العام لتطور جملة الإيرادات (بالأسعار الحقيقية) للبطاطس بالنوبارية رقم(٥) والموضحة بالجدول رقم(٣) الى انها تتزايد سنويا بمقدار ٢١٨.٦ جنية/فدان بمعدل زيادة سنويا يقدر بنحو ٢.٧% وهذا التزايد معنوي إحصائيا عند مستوى معنوية ١%. ويرجع سبب الزيادة في جملة الإيرادات الى الزيادة في الأسعار العالمية للبطاطس الناتجة من زيادة الطلب عليها سواء في الأسواق المحلية أو الأسواق العالمية.

وفيما يخص تكلفة الفدان بالنسبة لعناصر الإنتاج (بالأسعار الجارية) للمحصول في النوبارية عام ١٩٩٩م بلغ نحو ٣٢٨٩.٢ جنية/فدان وقد أخذت تكلفة الفدان لعناصر الإنتاج في الزيادة خلال فترة الدراسة الى أن بلغت نحو ١٠٦١٢ جنية/فدان عام ٢٠١٥م بمتوسط قدرة ٦٥٤٥ جنية/فدان خلال فترة الدراسة. كما تشير البيانات ان تكلفة الفدان بالنسبة لعناصر الإنتاج (بالأسعار الحقيقية) للمحصول في النوبارية عام ١٩٩٩م بلغ نحو ٣٢٨٩.٢ جنية/فدان وقد أخذت تكلفة الفدان لعناصر الإنتاج في الزيادة خلال فترة الدراسة الى أن بلغت نحو ٣٦٣٦.٧ جنية/فدان عام ٢٠١٥م بمتوسط قدرة ٣٩٥٩.٨ جنية/فدان خلال فترة الدراسة. وتشير معادلة الاتجاه الزمني العام لتطور تكلفة الفدان لعناصر الإنتاج (بالأسعار الحقيقية) للبطاطس بالنوبارية رقم(١٦) والموضحة بالجدول رقم(٣) الى انها تتزايد سنويا بمعدل ٨٤.٤ جنية/فدان بمعدل زيادة سنويا يقدر بنحو ٢.١% وهذا التزايد معنوي إحصائيا عند مستوى معنوية ٥%. وبالنسبة لتكلفة الفدان والخاصة بالإيجار (بالأسعار الجارية) بمنطقة النوبارية خلال فترة الدراسة بأن إيجار الفدان في النوبارية عام ١٩٩٩م بلغ نحو ٥٦٥.١ جنية/فدان وقد أخذت تكلفة الفدان والخاصة بالإيجار في الزيادة خلال فترة الدراسة الى ان بلغت نحو ١٦٥٧ جنية/فدان عام ٢٠١٥م بمتوسط قدرة ١٠٣٠ جنية/فدان خلال فترة الدراسة. كما تشير البيانات الى ان تكلفة الفدان والخاصة بالإيجار (بالأسعار الحقيقية) بمنطقة النوبارية خلال فترة الدراسة بأن إيجار الفدان في النوبارية عام ١٩٩٩م بلغ نحو ٥٦٥.١ جنية/فدان وقد أخذت تكلفة الفدان والخاصة بالإيجار متذبذبا خلال فترة الدراسة الى ان بلغت نحو ٥٦٧.٩ جنية/فدان عام ٢٠١٥م بمتوسط قدرة ٦٢٦.١ جنية/فدان خلال فترة الدراسة. وتشير معادلة الاتجاه الزمني العام لتطور تكلفة الفدان والخاصة بالإيجار (بالأسعار الحقيقية) بالنوبارية رقم(٦ب) والموضحة بالجدول رقم(٣) الى انها تتزايد سنويا بمعدل ١١ جنية/فدان بمعدل زيادة سنويا يقدر بنحو ١.٨% وهذا التزايد معنوي إحصائيا عند مستوى معنوية ٥%.

وتوضح بيانات ذات الجدول بأن صافي العائد الفداني (بالأسعار الجارية) للمحصول في النوبارية عام ١٩٩٩م بلغ نحو ٢٨٦٥.٣ جنية/فدان وقد أخذ صافي العائد في الزيادة خلال فترة الدراسة الى ان بلغ نحو ١٠٤٥٩.٢ جنية/فدان عام ٢٠١٥م بمتوسط قدرة ٥٨١٨.٧ جنية/فدان خلال فترة الدراسة. وفيما يخص صافي العائد الفداني (بالأسعار الحقيقية) للمحصول في النوبارية عام ١٩٩٩م بلغ نحو ٢٨٦٥.٣ جنية/فدان وقد أخذ صافي العائد في الزيادة خلال فترة الدراسة الى ان بلغ نحو ٣٥٨٤.٤ جنية/فدان عام ٢٠١٥م بمتوسط قدرة ٣٤١٧.٧ جنية/فدان خلال فترة الدراسة وتشير معادلة الاتجاه الزمني العام لتطور صافي العائد للبطاطس (بالأسعار الحقيقية) بالنوبارية رقم(٧) والموضحة بالجدول رقم(٣) الى انها تتزايد سنويا بمقدار ١٢٣.١ جنية/فدان بمعدل زيادة سنويا يقدر بنحو ٣.٦% وهذا التزايد معنوي إحصائيا عند مستوى معنوية ١%.

جدول رقم (١) المؤشرات الإنتاجية والاقتصادية (بالأسعار الجارية) لمحصول البطاطس بالنوبارية خلال الفترة (١٩٩٩-٢٠١٥).

صافى العائد (جنية/فدان)	تكلفة الفدان (جنية/فدان)			جملة الإيراد (جنية/طن)	متوسط الأسعار (جنية/طن)	إنتاج (طن)	إنتاجية (طن/فدان)	المساحة (فدان)	السنوات
	الاجمالي	إيجار	عناصر						
٢٨٦٥.٣	٣٨٥٤.٣	٥٦٥.١	٣٢٨٩.٢	٦٧١٩.٦	٦٢٨	٢٥٤١٩٠	١٠.٧	٢٣٧٥٥	١٩٩٩
٣٦١٦.٧	٣٣٧٧.٧	٥٣٨.٥	٢٨٣٩.٢	٦٩٩٤.٤	٦٢٧.٣	٢٣١٧٤٦	١١.١٥	٢٢٦٩٩	٢٠٠٠
٣٤٠٨.٣	٣٣١٠.٢	٥٥١.٣	٢٧٥٨.٩	٦٧١٨.٣	٦٢٧.٩	٢١٢٣٠.١	١٠.٧	٢٠٢٨٠	٢٠٠١
٣٠٧٣.٢	٣٧٣٢	٥٥١	٣١٨١	٦٨٠٥.٢	٦٣٦	٢١٩٠١٨	١٠.٧	٢٠٦٩٨	٢٠٠٢
٣٩٥٦.٦	٤٥٠.٤	٦٢٥	٣٨٧٩	٨٤٦٠.٦	٧١٧	٢٦٧٠.٤٥	١١.٨	٢٦٠٢٥	٢٠٠٣
١٢١٧.٤	٦٠.٢١	٧٠.٦	٥٣١٥	٧٢٣٨.٤	٦٩٦	٣١٦٩٨١	١٠.٤	٣٠.٤٣٤	٢٠٠٤
١٩٠٦.٦	٦٣٥٢	٧٣٨	٥٦١٤	٨٢٥٨.٦	٦٩٤	٣٣٠.٦٣٥	١١.٩	٢٩٣٨٦	٢٠٠٥
٣٢٠٠.٢	٧٠.١٠	٨٠.٤	٦٢٠.٦	١٠.٢١٠.٢	٨٥٨	٢٥٤٤٨٧	١١.٩	٢٥٣٠.٦	٢٠٠٦
٦٨٩٣.٦	٨٠.١٤	١٠.٣٥	٦٩٧٩	١٤٩٠٧.٦	١٢١٢	٢٨٥٧٩٨	١٢.٣	٢٩٢١٤	٢٠٠٧
٥٥٠٥.٤	٩٣٤٢	١٣٠.٢	٨٠.٤٠	١٤٨٤٧.٤	١٢١٧	٢٨٤٩٠٠	١٢.٢	٣٠.٤١٢	٢٠٠٨
٦٤٥٧	٩٤٩١	١٢٧٦	٨٢١٥	١٥٩٤٨	١٣٢٩	٣٩٧٩٧٧	١٢	٣٨٠.٨٢	٢٠٠٩
٦٦٠٨.٥	٩٣٩٧	١٣٥١	٨٠.٤٦	١٦٠٠٥.٥	١٣٤٥	٣٨٨٤٩٩	١١.٩	٣٧١٤٨	٢٠١٠
٨٥٦٥.٣	١٠.١٤٣	١٤٤٦	٨٦٩٧	١٨٧٠.٨.٣	١٥٢١	٣٨٣٢٣٧	١٢.٣	٣٨٨٢١	٢٠١١
٨١٦٩	٩٩٢٤	١٤٣٥	٨٤٨٩	١٨٠.٩٣	١٦٣٠	٣٨٧٩٨١	١١.١	٣١٣٢٥	٢٠١٢
١٠.٩٢١.١	١٠.٩٨٩	١٤٦٦	٩٥٢٣	٢١٩١٣.١	١٨١١	٣٩٨٢٩٨	١٢.١	٣٧٢٦٤	٢٠١٣
١٢.٠٩٤.٣	١١.٥٣	١٤٦٩	٩٥٨٤	٢٣١٤٧.٣	١٩١٣	٣٨٢٨٧٦	١٢.١	٣٣٤٠٥	٢٠١٤
١٠.٤٥٩.٢	١٢٢٦٩	١٦٥٧	١٠.٦١٢	٢٢٧٢٨.٩	١٨٨١	٤٨٠.٨٧٢	١٢.٤	٣٨٩١٣	٢٠١٥
٥٨١٨.٧	٧٥٧٥.٥	١٠.٣٠	٦٥٤٥	١٣٣٩٤.٤	١١٣٨	٣٢٢١٦٧ .١	١١.٦	٣٠.١٨٦	المتوسط

المصدر: وزارة الزراعة واستصلاح الاراضى - قطاع الشؤون الاقتصادية - نشرة الاقتصاد الزراعى - أعداد مختلفة.

جدول رقم (٢) المؤشرات الإنتاجية والاقتصادية (بالأسعار الحقيقية) لمحصول البطاطس بالنوارية خلال الفترة (١٩٩٩-٢٠١٥).

صافى العائد (جنية/فدان)	تكلفة الفدان (جنية/فدان)			جملة الإيراد (جنية/طن)	متوسط الأسعار (جنية/طن)	إنتاج (طن)	إنتاجية (طن/فدان)	المساحة (فدان)	السنوات
	الاجمالي	إيجار	عناصر						
٢٨٦٥.٣	٣٨٥٤.٣	٥٦٥.١	٣٢٨٩.٢	٦٧١٩.٦	٦٢٨	٢٥٤١٩٠	١٠.٧	٢٣٧٥٥	١٩٩٩
٣٥٢٥	٣٢٩٢.١	٥٢٤.٩	٢٧٦٧.٣	٦٨١٧.٢	٦١١.٤	٢٣١٧٤٦	١١.١٥	٢٢٦٩٩	٢٠٠٠
٣٢٥٢.٢	٣١٥٨.٥	٥٢٦	٢٦٣٢.٥	٦٤١٠.٦	٥٩٩.١	٢١٢٣.١	١٠.٧	٢٠٢٨٠	٢٠٠١
٢٨٦٤.١	٣٤٧٨.١	٥١٣.٥	٢٩٦٤.٦	٦٣٤٢.٢	٥٩٢.٧	٢١٩٠.١٨	١٠.٧	٢٠٦٩٨	٢٠٠٢
٣٥٢٦.٤	٤٠١٤.٢	٥٥٧	٣٤٥٧.٢	٧٥٤٠.٦	٦٣٩	٢٦٧٠.٤٥	١١.٨	٢٦٠٢٥	٢٠٠٣
٩٩٥.٤	٤٩٢٣.٢	٥٧٧.٣	٤٣٤٥.٩	٥٩١٨.٦	٥٦٩.١	٣١٦٩٨١	١٠.٤	٣٠٤٣٤	٢٠٠٤
١٤٢٨.٩	٤٧٥٨	٥٥٢.٨	٤٢٠٥.٢	٦١٨٦.٢	٥١٩.٩	٣٣٠٦٣٥	١١.٩	٢٩٣٨٦	٢٠٠٥
٢٣٠٨.٩	٥٠٥٧.٦	٥٨٠	٤٤٧٧.٦	٧٣٦٦.٧	٦١٩	٢٥٤٤٨٧	١١.٩	٢٥٣٠٦	٢٠٠٦
٤٦٢٩.٧	٥٣٨٢.١	٦٩٥.١	٤٦٨٧	١٠٠١١.٨	٨١٤	٢٨٥٧٩٨	١٢.٣	٢٩٢١٤	٢٠٠٧
٣١٦٤	٥٣٦٩	٧٤٨.٣	٤٦٢٠.٧	٨٥٣٣	٦٩٩.٤	٢٨٤٩٠٠	١٢.٢	٣٠٤١٢	٢٠٠٨
٣٢٩٤.٤	٤٨٤٢.٣	٦٥١	٤١٩١.٣	٨١٣٦.٧	٦٧٨.١	٣٩٧٩٧٧	١٢	٣٨٠٨٢	٢٠٠٩
٣١٩٥.٦	٤٥٤٤	٦٥٣.٣	٣٨٩٠.٧	٧٧٣٩.٦	٦٥٠.٤	٣٨٨٤٩٩	١١.٩	٣٧١٤٨	٢٠١٠
٥٤٥٥.٦	٦٤٦٠.٥	٩٢١	٥٥٣٩.٥	١١٩١٦	٩٦٨.٨	٣٨٣٢٣٧	١٢.٣	٣٨٨٢١	٢٠١١
٤٥٠٥.٨	٥٤٧٣.٨	٧٩١.٥	٤٦٨٢.٣	٩٩٧٩.٦	٨٩٩.١	٣٨٧٩٨١	١١.١	٣١٣٢٥	٢٠١٢
٤٩٨٠	٥٠١١	٦٦٨.٥	٤٣٤٢.٥	٩٩٩٢.٣	٨٢٥.٨	٣٩٨٢٩٨	١٢.١	٣٧٢٦٤	٢٠١٣
٤٥٢٦.٣	٤١٣٦.٦	٥٤٩.٨	٣٥٨٦.٨	٨٦٦٢.٩	٧١٥.٩	٣٨٢٨٧٦	١٢.١	٣٣٤٠٥	٢٠١٤
٣٥٨٤.٤	٤٢٠٤.٦	٥٦٧.٩	٣٦٣٦.٧	٧٧٨٩.٢	٦٤٤.٦	٤٨٠٨٧٢	١٢.٤	٣٨٩١٣	٢٠١٥
٣٤١٧.٧	٤٥٨٥.٩	٦٢٦.١	٣٩٥٩.٨	٨٠٠٣.٧	٦٨٦.٧	٣٢٢١٦٧	١١.٦	٣٠١٨٦	المتوسط

المصدر: جمعت وحسبت من جدول رقم (١)، (٤).

جدول رقم (٣) . معادلات الاتجاه الزمني العام للمؤشرات الإنتاجية والاقتصادية (بالأسعار الحقيقية) لمحصول البطاطس بمنطقة النوبارية خلال الفترة (١٩٩٩-٢٠١٥).

الترتيب	البيان	المعادلة	المتوسط	R	R ⁻²	F
١	المساحة	ص ١ هـ = ٢٠٣٦٨.٦ + ١٠٩٠.٩ س هـ **(٦.٦)	٣٠١٨٦	٠.٨٦	٠.٧٣	**٤٣.٨
٢	الإنتاجية	ص ٢ هـ = ١٠٠.٨ + ٠.٠٩ س هـ **(٣.٧)	١١.٦	٠.٦٩	٠.٤٤	**١٣.٨
٣	الإنتاج	ص ٣ هـ = ١٩٦٩٤٨.٤ + ١٣٩١٣.٢ س هـ **(٧.٧)	٣٢٢١٦٧.١	٠.٨٩	٠.٧٩	**٥٩.٧
٤	متوسط الأسعار	ص ٤ هـ = ١٤.٠١ + ٥٦٠.٦ س هـ **(٢.٨)	٦٨٦.٧	٠.٥٨	٠.٢٩	**٧.٥٨
٥	جملة الإيرادات	ص ٥ هـ = ٦٠٣٦.٣ + ٢١٨.٦ س هـ **(٣.٤)	٨٠٠٣.٧	٠.٦٦	٠.٤٠	**١١.٦
٦	تكلفة الفدان	ص ١٦ هـ = ٣٢٠٠ + ٨٤.٤ س هـ *(٢.٥)	٣٩٥٩.٨	٠.٥٥	٠.٢٥	**٦.٣
	إيجار	ص ٦ ب هـ = ٥٢٧ + ١١ س هـ *(٢.٢)	٦٢٦.١	٠.٥٠	٠.٢٠	*٤.٩٩
٧	صافي العائد	ص ٧ هـ = ٢٣٠٩.٥ + ١٢٣.١ س هـ **(٢.٤)	٣٤١٧.٧	٠.٥٣	٠.٢٣	*٥.٧

المصدر :- حسب من بيانات الجداول رقم (٢).

حيث س هـ = ويمثل عامل الزمن في السنة هـ (هـ = ١ ، ٢ ، ٣ ، ، ١٧).

ص ١ هـ = المساحة التقديرية لمحصول البطاطس فدان في السنة هـ .

ص ٢ هـ = الإنتاجية الفدان لمحصول البطاطس طن/فدان في السنة هـ .

ص ٣ هـ = كمية الإنتاج لمحصول البطاطس طن في السنة هـ .

ص ٤ هـ = متوسط الأسعار لمحصول البطاطس جنية/طن في السنة هـ .

ص ٥ هـ = جملة الإيرادات لمحصول البطاطس جنية/فدان في السنة هـ .

ص ١٦ هـ = تكلفة الفدان لعناصر الإنتاج لمحصول البطاطس جنية/فدان في السنة هـ .

ص ٦ ب هـ = تكلفة الفدان لإيجار الفدان لمحصول البطاطس جنية/فدان في السنة هـ .

ص ٧ هـ = صافي العائد الفداني لمحصول البطاطس جنية/فدان في السنة هـ .

* = معنوى عند مستوى معنوية ٥% . ** = معنوى عند مستوى معنوية ١% .

جدول رقم (٤) الرقم القياسى العام لأسعار المستهلكين . (سنة الأساس ١٩٩٩ = ١٠٠) .

السنوات	١٩٩٩	٢٠٠٠	٢٠٠١	٢٠٠٢	٢٠٠٣	٢٠٠٤	٢٠٠٥	٢٠٠٦	٢٠٠٧
الرقم	١٠٠	١٠٢.٦	١٠٤.٨	١٠٧.٣	١١٢.٢	١٢٢.٣	١٣٣.٥	١٣٨.٦	١٤٨.٩
السنوات	٢٠٠٨	٢٠٠٩	٢٠١٠	٢٠١١	٢٠١٢	٢٠١٣	٢٠١٤	٢٠١٥	-
الرقم	١٧٤	١٩٦	٢٠٦.٨	١٥٧	١٨١.٣	٢١٩.٣	١٦٧.٢	٢٩١.٨	-

المصدر: جمعت وحسبت من: الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء نشرة الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين أعداد مختلفة.

ثانيا - الكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة.

يستند الى بعض المؤشرات في قياس الكفاءة التسويقية منها طريقة القيمة المضافة للتسويق ، الانتشار السعري ونصيب الفلاح من مدفوعات المستهلك ، استخدام معادلات رياضية لقياس كفاءة النظام التسويقي ، مقارنة نظام حقيقي بنظام فرضي ، مقارنة النظام التسويقي في أوقات مختلفة. وعموما فان النظام التسويقي الكفاء هو النظام الذي يحقق للمستهلكين ما يطلبون ويزيد من دخول المنتجين والوسطاء. بمعنى أن النسبة المستخرجة عند قياس الكفاءة التسويقية ليست المؤشر الوحيد على كفاءة النظام. ولكن المؤشر الذي يحدد مدى ارتفاع كفاءة النظام التسويقي هو حجم الطلب على السلعة في السوق مهما كان سعرها ومهما أرتفعت تكاليفها التسويقية. ومن خلال بيانات الجدول رقم (٥) كانت النتائج كالآتي:-

أسعار المنتج لمحصول البطاطس: باستعراض متوسط أسعار المنتج لمحصول البطاطس بالجنية بمناطق عينة الدراسة تبين انه بلغ نحو ٢١٢٥ جنية/طن بمنطقة غرب النوبارية بينما بلغ نحو ٢٢٥٠ جنية/طن بمنطقة جنوب وغرب التحرير بمتوسط للمنطقتين قدرة ٢١٨٨ جنية /طن.
أسعار الجملة لمحصول البطاطس: باستعراض متوسط أسعار الجملة لمحصول البطاطس بالجنية بمناطق عينة الدراسة تبين انه بلغ نحو ٣٥٢٥ جنية/طن بمنطقة غرب النوبارية بينما بلغ نحو ٣٦٦٠ جنية/طن بمنطقة جنوب وغرب التحرير بمتوسط للمنطقتين قدرة ٣٥٩٢.٥ جنية /طن.
أسعار التجزئة لمحصول البطاطس: باستعراض متوسط أسعار التجزئة لمحصول البطاطس بالجنية بمناطق عينة الدراسة تبين انه بلغ نحو ٥٣٥٥ جنية/طن بمنطقة غرب النوبارية بينما بلغ نحو ٥٥٤٤ جنية/طن بمنطقة جنوب وغرب التحرير بمتوسط للمنطقتين قدرة ٥٤٤٩.٥ جنية /طن.
توزيع جنية المستهلك لمحصول البطاطس:

يعتبر توزيع جنية المستهلك أحد الطرق التحليلية للتعرف على الكفاءة التسويقية وعلى نصيب كل مرحلة من المراحل التسويقية من القيمة التي يدفعها المستهلك نظير حصوله على السلعة ويعبر عنه بالفرق السعري المطلق للمستوى التسويقي مقسوما على سعر التجزئة للسلعة. ويرتبط هذا بمفهوم آخر هو نصيب المنتج من جنية المستهلك والذي يعبر عن نصيب المنتج من قيمة ما يدفعه المستهلك نظير حصوله على السلعة. ويعبر مفهوم جنية المستهلك عن توزيع ما قيمته جنية واحد دفعة المستهلك للمنتج والهيئات التسويقية المعنية بتسويق السلعة. ويمكن استخدام نصيب تاجر التجزئة للتعبير عن نصيب المسلك التسويقي بأكمله معبرا عنه بالفرق السعري المطلق للمسلك التسويقي مقسوما على سعر التجزئة.

نصيب المنتج من جنية المستهلك لمحصول البطاطس: باستعراض نصيب المنتج من جنية المستهلك لمحصول البطاطس بمناطق عينة الدراسة تبين انه بلغ نحو ٣٩.٧% بمنطقة غرب النوبارية بينما بلغ نحو ٤٠.٦% بمنطقة جنوب وغرب التحرير بمتوسط للمنطقتين قدرة ٤٠.١%.
نصيب تاجر الجملة من جنية المستهلك لمحصول البطاطس: باستعراض نصيب تاجر الجملة من جنية المستهلك لمحصول البطاطس بمناطق عينة الدراسة تبين انه بلغ نحو ٢٦.١% بمنطقة غرب النوبارية بينما بلغ نحو ٢٥.٤% بمنطقة جنوب وغرب التحرير بمتوسط للمنطقتين قدرة ٢٥.٨%.
نصيب تاجر التجزئة من جنية المستهلك لمحصول البطاطس: باستعراض نصيب التجزئة من جنية المستهلك لمحصول البطاطس بمناطق عينة الدراسة تبين انه بلغ نحو ٣٤.٢% بمنطقة غرب النوبارية بينما بلغ نحو ٣٣.٩% بمنطقة جنوب وغرب التحرير بمتوسط للمنطقتين قدرة ٣٤.١%.
نصيب الوسطاء من جنية المستهلك لمحصول البطاطس: باستعراض نصيب الوسطاء من جنية المستهلك لمحصول البطاطس بمناطق عينة الدراسة تبين انه بلغ نحو ٦٠.٣% بمنطقة غرب النوبارية بينما بلغ نحو ٥٩.٤% بمنطقة جنوب وغرب التحرير بمتوسط للمنطقتين قدرة ٥٩.٩%.
الهوامش التسويقية لمحصول البطاطس:

تعتبر دراسة الهامش التسويقي أو الانتشار السعري احد المعايير الرئيسية للتعرف على الفروق التسويقية والعوامل المؤثرة عليها لتحديد المشاكل التسويقية. وكذلك للحكم على كفاءة النشاط التسويقي. والهامش التسويقي هو الفرق بين السعر الذي يدفعه المستهلك النهائي وبين السعر الذي يتقاضاه المنتج. أو بمعنى آخر هو الفرق بين سعر التجزئة والسعر المزري ومن ثم تتضمن كفاءة التكاليف التسويقية وأرباح الوسطاء. ويحسب الهامش التسويقي في صورة مطلقة أو في صورة نسبية. حيث تعبر الصورة المطلقة عن الهوامش التسويقية بوحدات نقدية بينما تعبر الصورة النسبية عن الهامش التسويقي المطلق منسوبا الى سعر البيع. ومن خلال بيانات الجدول رقم (٦) كانت النتائج كالآتي:-

الهامش التسويقي بين تاجر الجملة والمنتج لمحصول البطاطس: يتضح أن الهامش التسويقي المطلق بين (الجملة - المنتج) من محصول البطاطس بلغ نحو ١٤٠٠ جنية بمنطقة غرب النوبارية بينما بلغ نحو ١٤١٠ جنية بمنطقة جنوب وغرب التحرير. بمتوسط بلغ حوالي ١٤٠٥ جنية. حيث ان الهامش التسويقي النسبي بلغ نحو ٣٩.٧% ، ٣٨.٥% للمنطقتين السابقتين على التوالي وبمتوسط ٣٩.١%.
الهامش التسويقي بين تاجر التجزئة و تاجر الجملة لمحصول البطاطس: يتضح أن الهامش التسويقي المطلق بين (تجزئة - جملة) من محصول البطاطس بلغ نحو ١٨٣٠ جنية بمنطقة غرب النوبارية بينما بلغ نحو ١٨٨٤ جنية بمنطقة جنوب وغرب التحرير. بمتوسط بلغ حوالي ١٨٥٧ جنية. حيث أن الهامش التسويقي النسبي بلغ نحو ٣٤.٢% ، ٣٤% للمنطقتين السابقتين على التوالي وبمتوسط ٣٤.١%.

الهامش التسويقي بين تاجر التجزئة والمنتج لمحصول البطاطس: يتضح أن الهامش التسويقي المطلق بين (تجزئة - المنتج) من محصول البطاطس بلغ نحو ٣٢٣٠ جنية بمنطقة غرب النوبارية بينما بلغ نحو ٣٢٩٤ جنية بمنطقة جنوب وغرب التحرير. بمتوسط بلغ حوالى ٣٢٦٢ جنية. حيث أن الهامش التسويقي النسبي بلغ نحو ٦٠.٣% ، ٥٩.٤% للمنطقتين السابقتين على التوالي وبمتوسط ٥٩.٩%.

باستعراض بيانات جدول رقم (٦) يتبين أن الكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة بلغت نحو ٢٣.٦% بمنطقة غرب النوبارية. بينما بلغت نحو ٢٧.٩% بمنطقة جنوب وغرب التحرير بمتوسط قدرة ٢٥.٨%. مما يوضح انخفاض الكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس بالاراضى الجديدة(النوبارية) مما يتطلب دراسة أسباب هذا الانخفاض.

جدول رقم (٥) متوسط سعر المنتج وسعر الجملة وسعر التجزئة وتوزيع نصيب جنية المستهلك لمحصول البطاطس بعينة الدراسة.

المنطقة	الأسعار (جنية/طن)			توزيع جنية المستهلك %		
	المنتج	الجملة	التجزئة	نصيب المنتج	نصيب تاجر الجملة	نصيب تاجر التجزئة
غرب النوبارية	٢١٢٥	٣٥٢٥	٥٣٥٥	٣٩.٧	٢٦.١	٣٤.٢
جنوب وغرب التحرير	٢٢٥٠	٣٦٦٠	٥٥٤٤	٤٠.٦	٢٥.٤	٣٣.٩
المتوسط	٢١٨٨	٣٥٩٢.٥	٥٤٤٩.٥	٤٠.١	٢٥.٨	٣٤.١

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستثمارات الاستبيان بعينة الدراسة الميدانية بالنوبارية خلال الموسم الزراعى ٢٠١٥/٢٠١٦. حيث:-

$$\text{نصيب المنتج} = (\text{سعر المنتج} \div \text{سعر التجزئة}) \times ١٠٠$$

$$\text{نصيب تاجر الجملة} = [(\text{سعر الجملة} - \text{سعر المنتج}) \div \text{سعر التجزئة}] \times ١٠٠$$

$$\text{نصيب تاجر التجزئة} = [(\text{سعر التجزئة} - \text{سعر الجملة}) \div \text{سعر التجزئة}] \times ١٠٠$$

$$\text{نصيب الوسطاء} = \text{نصيب تاجر الجملة} + \text{نصيب تاجر التجزئة}$$

جدول رقم (٦) . الكفاءة التسويقية لتسويق محصول البطاطس بعينة الدراسة. (جنية/طن).

المنطقة	الهوامش التسويقية						اجمالى تكاليف إنتاج الطن من البطاطس	الكفاءة التسويقية للبطاطس %
	جملة - منتج		تجزئة - جملة		تجزئة - منتج			
	مطلق	نسبى	مطلق	نسبى	مطلق	نسبى		
غرب النوبارية	١٤٠٠	٣٩.٧	١٨٣٠	٣٤.٢	٣٢٣٠	٦٠.٣	٩٩٨	٢٣.٦
جنوب وغرب التحرير	١٤١٠	٣٨.٥	١٨٨٤	٣٤	٣٢٩٤	٥٩.٤	١٢٧٦	٢٧.٩
المتوسط	١٤٠٥	٣٩.١	١٨٥٧	٣٤.١	٣٢٦٢	٥٩.٩	١١٣٧	٢٥.٨

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات جدول رقم (٥) و بيانات إستثمارات الاستبيان بعينة الدراسة الميدانية بالنوبارية . حيث الهوامش التسويقية لمحصول البطاطس:

$$\text{جملة - منتج (مطلق)} = (\text{سعر الجملة} - \text{سعر المنتج})$$

$$\text{جملة - منتج (نسبى)} = [(\text{سعر الجملة} - \text{سعر المنتج}) \div \text{سعر الجملة}] \times ١٠٠$$

$$\text{تجزئة - جملة (مطلق)} = (\text{سعر التجزئة} - \text{سعر الجملة})$$

$$\text{تجزئة - جملة (نسبى)} = [(\text{سعر التجزئة} - \text{سعر الجملة}) \div \text{سعر التجزئة}] \times ١٠٠$$

$$\text{تجزئة - منتج (مطلق)} = (\text{سعر التجزئة} - \text{سعر المنتج})$$

$$\text{تجزئة - منتج (نسبى)} = [(\text{سعر التجزئة} - \text{سعر المنتج}) \div \text{سعر التجزئة}] \times ١٠٠$$

$$\text{التكاليف التسويقية} = \text{سعر التجزئة} - \text{سعر المنتج (مطلق)}$$

$$\text{الكفاءة التسويقية} = ١٠٠ - [(\text{التكاليف التسويقية} \div (\text{التكاليف الإنتاجية للطن})) \times ١٠٠]$$

ثالثا :- المسلك التسويقي لمحصول البطاطس بعينة الدراسة.

محصول البطاطس من محاصيل الخضار والتي يتم زراعتها على ثلاث عروات الصيفية والشتوية والنيلية وهي من المحاصيل التي توجد زراعتها بالأراضي الجديدة كما انها تحتاج الى كميات وفيرة من السماد العضوى والكيماوى. ويمر محصول البطاطس بثلاث مسالك تسويقية وهي المسلك التصديرى والتصنيعى وتاجر الجملة والتي سوف يتم مقارنتهم مع مسلك تسويقى افتراضى يفترض فيه أن المنتج هو المسوق المباشر بدون اى وسطاء أو اى وظائف تسويقية غير متخصصة وستتم المقارنة من خلال صافى العائد على الطن من المحصول الذى يتحصل عليه كل مسلك على حده ومقارنته بصافى العائد على الطن من المحصول للمسلك التسويقى الافتراضى من خلال قيمة مطلقة وقيمة نسبية تحسب على أساس أن متوسط العائد على الطن للمسلك الافتراضى هو الأساس.

ويوضح الجدول رقم (٧) ان محصول البطاطس يتم تسويقه من خلال ثلاث مسالك تسويقية وهي البيع لتاجر الجملة وتمثل حوالى ٣٩.٥% من اجمالى الكميات المسوقة من خلال المسالك التسويقية الأخرى لاجمالى عينة الدراسة والتي بلغت نحو ٩٩٧ طن. حيث مثل هذا المسلك بالنسبة لغرب النوبارية نحو ٤٥% من اجمالى الكمية المسوقة بغرب النوبارية والتي بلغت نحو ٥١٠.٨ طن. بينما مثل لمنطقة جنوب وغرب التحرير نحو ٣٥% من اجمالى الكمية المسوقة والتي بلغت نحو ٤٨٦.٢ طن. أما البيع لشركات التصنيع فقد مثل حوالى ٤٨.٣% من اجمالى الكميات المسوقة من خلال المسالك التسويقية الأخرى لاجمالى عينة الدراسة والتي بلغت نحو ١٢١٨.١ طن . حيث مثل هذا المسلك بالنسبة لغرب النوبارية نحو ٤٠% من اجمالى الكمية المسوقة والتي بلغت نحو ٤٥٤ طن . بينما مثل لمنطقة جنوب وغرب التحرير نحو ٥٥% من اجمالى الكمية المسوقة والتي بلغت نحو ٧٦٤.١ طن . بينما البيع لمحطات التصدير فقد مثل حوالى ١٢.٢% من اجمالى الكميات المسوقة من خلال المسالك التسويقية الأخرى لاجمالى عينة الدراسة والتي بلغت نحو ٣٠٩.٢ طن . حيث مثل هذا المسلك بالنسبة لغرب النوبارية نحو ١٥% من اجمالى الكمية المسوقة والتي بلغت نحو ١٧٠.٢٥ طن . بينما مثل لمنطقة جنوب وغرب التحرير نحو ١٠% من اجمالى الكمية المسوقة والتي بلغت نحو ١٣٨.٩ طن.

جدول رقم (٧) المسالك التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة.

المسالك التسويقية						الإنتاج		متوسط الإنتاجية (طن/فدان)	المساحة		المنطقة
البيع لمحطات التصدير		البيع لشركات التصنيع		البيع لتاجر الجملة		%	كمية (طن)		%	فدان	
%	كمية (طن)	%	كمية (طن)	%	كمية (طن)	%	(طن/فدان)	%	فدان		
١٥	١٧٠.٢٥	٤٠	٤٥٤	٤٥	٥١٠.٨	٤٥	١١٣٥	٤٦.٤	٩٦.٥	غرب النوبارية	
١٠	١٣٨.٩	٥٥	٧٦٤.١	٣٥	٤٨٦.٢	٥٥	١٣٨٩.٢	٥٣.٦	١١١.٥	جنوب وغرب التحرير	
١٢.٢	٣٠٩.٢	٤٨.٣	١٢١٨.١	٣٩.٥	٩٩٧	١٠٠	٢٥٢٤.٢	١٢.٢	٢٠.٨	الأجمالى	

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات العينة البحثية باستمارات الاستبيان للموسم الزراعى ٢٠١٥/٢٠١٦.

١- المسلك التسويقى التصديرى لمحصول البطاطس بعينة الدراسة.

باستعراض الجدول رقم (٨) تبين أن سعر الشراء لطن البطاطس والخاص بهذا المسلك بلغ نحو ٢٥٨٥ جنية لمتوسط منطقتى الدراسة. حيث بلغ سعر الشراء بمنطقة غرب النوبارية نحو ٢٥٦١ جنيها. بينما بلغ سعر الشراء للطن بمنطقة جنوب وغرب التحرير نحو ٢٦٠٩ جنية. وتبين من الجدول السابق أن متوسط التكاليف التسويقية بعينة الدراسة بلغ نحو ٣٣١٦ جنيها. حيث بلغت فى كل من غرب النوبارية وجنوب وغرب التحرير ٣٢٦٨ ، ٣٣٦٤ ، على التوالى. حيث شملت بنود التكاليف التسويقية كل من الفرز والتدريج ، غسل وتجهيز المحصول ، تخزين ، تعبئة ، نقل داخلى ، رسوم جمركية ، رسوم شحن ، ومصاريف أخرى. وبلغ متوسطها فى عينة الدراسة نحو ٨٩.٦ ، ٦٢.٥ ، ١٥٠ ، ٧٠.٢ ، ٣٩.٩ ، ٣٩.٤ ، ١٨٠.٠ ، ٣٣٢.٦ ، جنيها للبنود السابقة على التوالى. بحيث كانت فى منطقة غرب النوبارية نحو ٧٨.٨ ، ٦٠ ، ١٥٠ ، ٦٩٥ ، ٢٩.٦ ، ٣٩.٤ ، ١٨٠.٠ ، ٣١٥.٢ جنيها لبنود التكاليف التسويقية السابقة على التوالى. بينما كانت فى منطقة ج.غ التحرير نحو ١٠٠.٤ ، ٦٥ ، ١٥٠ ، ٧٠.٩ ، ٥٠.٣ ، ٣٩.٤ ، ١٨٠.٠ ،

٣٥٠ جنيها للبنود السابقة على التوالي. كما تبين أن متوسط سعر البيع للطن من محصول البطاطس خلال المسلك التسويقي التصديري بعينة الدراسة نحو ٨٤٠٠ جنيها.

جدول رقم (٨) بنود التكاليف التسويقية لمحصول البطاطس للمسلك التسويقي التصديري بعينة الدراسة. (جنية/طن).

المنطقة	سعر شراء الطن	بنود التكاليف التسويقية									
		فرز وتدرج	غسيل وتجهيز	تخزين	تعبئة	نقل داخلي	رسوم جمركية	رسوم شحن	أخرى		
غرب النوبارية	٢٥٦١	٧٨.٨	٦٠	١٥٠	٦٩٥	٢٩.٦	٣٩.٤	١٨٠٠	٣١٥.٢	٣٢٦٨	٨٤٠٠
جنوب وغرب التحرير	٢٦٠٩	١٠٠.٤	٦٥	١٥٠	٧٠٩	٥٠.٣	٣٩.٤	١٨٠٠	٣٥٠	٣٣٦٤	٨٤٠٠
المتوسط	٢٥٨٥	٨٩.٦	٦٢.٥	١٥٠	٧٠٢	٣٩.٩	٣٩.٤	١٨٠٠	٣٣٢.٦	٣٣١٦	٨٤٠٠

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستمارات الاستبيان بعينة الدراسة الميدانية بالنوبارية خلال الموسم الزراعي ٢٠١٥/٢٠١٦.

٢- المسلك التسويقي التصنيعي لمحصول البطاطس بعينة الدراسة.

باستعراض الجدول رقم (٩) تبين أن سعر الشراء لطن البطاطس والخاص بهذا المسلك بلغ نحو ٢١٧١ جنية لمتوسط منطقتي الدراسة. حيث بلغ سعر الشراء بمنطقة غرب النوبارية نحو ٢١١٤ جنيها. بينما بلغ سعر الشراء للطن بمنطقة جنوب وغرب التحرير نحو ٢٢٢٨ جنية. وتبين من الجدول السابق أن متوسط التكاليف التسويقية بعينة الدراسة بلغ نحو ٤٩٣١.٥ جنيها. حيث بلغت في كل من غرب النوبارية وجنوب وغرب التحرير ٤٩٢٧ ، ٤٩٣٦ على التوالي. حيث شملت بنود التكاليف التسويقية كل من الفرز والتدرج ، نقل داخلي ، تصنيع وتجهيز ، تعبئة وتغليف ، توزيع ، ومصاريف أخرى. وبلغ متوسطها في عينة الدراسة نحو ٧٧.٥ ، ٣٧.٥ ، ٣١٦٥ ، ١٣٤٤ ، ٤٥ ، ٢٦٢.٥ جنيها للبنود السابقة على التوالي. بحيث كانت في منطقة غرب النوبارية نحو ٧٥ ، ٣٠ ، ٣١٦٥ ، ١٣٦٢ ، ٤٥ ، ٢٥٠ جنيها لبنود التكاليف التسويقية السابقة على التوالي. بينما كانت في منطقة جنوب وغرب التحرير نحو ٨٠ ، ٤٥ ، ٣١٦٥ ، ١٣٢٦ ، ٤٥ ، ٢٧٥ جنيها للبنود السابقة على التوالي. كما تبين أن متوسط سعر البيع للطن من محصول البطاطس خلال المسلك التسويقي التصنيعي بعينة الدراسة نحو ١٠٠٠٠ جنيها.

جدول رقم (٩) بنود التكاليف التسويقية لمحصول البطاطس للمسلك التسويقي التصنيعي

(جنية/طن).

المنطقة	سعر شراء الطن	بنود التكاليف التسويقية							
		نقل من المنتج للمصنع	فرز وتدرج	تصنيع وتجهيز	تعبئة وتغليف	توزيع	أخرى		
غرب النوبارية	٢١١٤	٣٠	٧٥	٣١٦٥	١٣٦٢	٤٥	٢٥٠	٤٩٢٧	١٠٠٠٠
جنوب وغرب التحرير	٢٢٢٨	٨٠	٤٥	٣١٦٥	١٣٢٦	٤٥	٢٧٥	٤٩٣٦	١٠٠٠٠
المتوسط	٢١٧١	٧٧.٥	٣٧.٥	٣١٦٥	١٣٤٤	٤٥	٢٦٢.٥	٤٩٣١.٥	١٠٠٠٠

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستمارات الاستبيان بعينة الدراسة الميدانية بالنوبارية خلال الموسم الزراعي ٢٠١٥/٢٠١٦.

٣- المسلك التسويقي لتاجر الجملة لمحصول البطاطس بعينة الدراسة.

باستعراض الجدول رقم (١٠) تبين أن سعر الشراء لطن البطاطس والخاص بهذا المسلك بلغ نحو ١٨٠٦.٥ جنية لمتوسط منطقتي الدراسة. حيث بلغ سعر الشراء بمنطقة غرب النوبارية نحو ١٧٠٠ جنيها. بينما بلغ سعر الشراء للطن بمنطقة جنوب وغرب التحرير نحو ١٩١٣ جنية. وتبين من الجدول السابق ان متوسط التكاليف التسويقية بعينة الدراسة بلغ نحو ٣٩٣ جنيها. حيث بلغت في كل من غرب النوبارية وجنوب وغرب التحرير ٣٧٧.٥ ، ٤٠٨ ، على التوالي. حيث شملت بنود التكاليف التسويقية كل من الفرز والتدريج ، تعبئة ، نقل ، تخزين ، رسوم سوق ، عمولة. وبلغ متوسطها في عينة الدراسة نحو ٧٢.٥ ، ٤٧.٥ ، ٥٧.٥ ، ١٤٢.٥ ، ١٣.٥ ، ٥٩.٥ جنيها للبنود السابقة على التوالي. بحيث كانت في منطقة غرب النوبارية نحو ٧٠ ، ٤٥ ، ٥٠ ، ١٤٠ ، ١٣.٥ ، ٥٩ جنيها لبنود التكاليف التسويقية السابقة على التوالي. بينما كانت في منطقة جنوب وغرب التحرير نحو ٧٥ ، ٥٠ ، ٦٥ ، ١٤٥ ، ١٣.٥ ، ٦٠ جنيها للبنود السابقة على التوالي. كما تبين أن متوسط سعر البيع للطن من محصول البطاطس خلال المسلك التسويقي تاجر الجملة بعينة الدراسة نحو ٣٥٩٢.٥ جنيها. حيث بلغ في غرب النوبارية نحو ٣٥٢٥ جنيها بينما بلغ نحو ٣٦٦٠ في منطقة ج.غ التحرير.

جدول رقم (١٠) بنود التكاليف التسويقية لمحصول البطاطس للمسلك التسويقي تاجر الجملة

بعينة الدراسة. (جنية/طن).

المنطقة	سعر شراء الطن	بنود التكاليف التسويقية					إجمالي التكاليف التسويقية	متوسط سعر بيع الطن	
		فرز وتدريج	تعبئة	نقل	تخزين	رسوم سوق			عمولة
غرب النوبارية	١٧٠٠	٧٠	٤٥	٥٠	١٤٠	١٣.٥	٥٩	٣٧٧.٥	٣٥٢٥
جنوب وغرب التحرير	١٩١٣	٧٥	٥٠	٦٥	١٤٥	١٣.٥	٦٠	٤٠٨.٥	٣٦٦٠
المتوسط	١٨٠٦.٥	٧٢.٥	٤٧.٥	٥٧.٥	١٤٢.٥	١٣.٥	٥٩.٥	٣٩٣	٣٥٩٢.٥

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستمارات الاستبيان بعينة الدراسة الميدانية بالنوبارية خلال الموسم الزراعي ٢٠١٥/٢٠١٦.

٤- المسلك التسويقي الفرضي لمحصول البطاطس بعينة الدراسة.

في هذا المسلك أفترض أن المنتج يقوم بتسويق سلعته الى المستهلك بشكل مباشر بعد قيامه بأداء بعض الوظائف التسويقية البسيطة . وتم تحديد سعر المنتج في هذه الحالة بسعر تكلفة الإنتاج كما تحدد سعر بيع الطن بنفس سعر السوق وهو سعر التجزئة. باستعراض الجدول رقم (١١) تبين أن سعر الشراء لطن البطاطس بذات المسلك بلغ نحو ١١٣٧ جنية لمتوسط منطقتي الدراسة. حيث بلغ سعر الشراء بمنطقة غرب النوبارية نحو ٩٩٨ جنيها. بينما بلغ سعر الشراء للطن بمنطقة جنوب وغرب التحرير نحو ١٢٧٦ جنية. وتبين من الجدول السابق أن متوسط التكاليف التسويقية بعينة الدراسة بلغ نحو ٢١١ جنيها. حيث بلغت في كل من غرب النوبارية وجنوب وغرب التحرير ٢٠٣.٥ ، ٢١٨.٥ ، على التوالي. حيث شملت بنود التكاليف التسويقية الفرز والتدريج ، تعبئة ، نقل ، رسوم سوق. وبلغ متوسطها في عينة الدراسة نحو ٧٧.٥ ، ٥٢.٥ ، ٦٧.٥ ، ١٣.٥ جنيها للبنود السابقة على التوالي. بحيث كانت في منطقة غرب النوبارية نحو ٧٥ ، ٥٠ ، ٦٥ ، ١٣.٥ جنيها لبنود التكاليف التسويقية السابقة على التوالي. بينما كانت في منطقة جنوب وغرب التحرير نحو ٨٠ ، ٥٥ ، ٧٠ ، ١٣.٥ جنيها للبنود السابقة على التوالي. كما تبين أن متوسط سعر البيع للطن من محصول البطاطس خلال المسلك التسويقي الفرضي بعينة الدراسة نحو ٥٤٤٨.٥ جنيها. وقد بلغ في غرب النوبارية نحو ٥٣٥٥ جنيها بينما بلغ نحو ٥٥٤٤ في منطقة ج.غ التحرير.

جدول رقم (١١) بنود التكاليف التسويقية لمحصول البطاطس للمسلك التسويقي الفرضي

متوسط سعر بيع الطن	اجمالي التكاليف التسويقية	بنود التكاليف التسويقية				سعر شراء الطن	المنطقة
		رسوم سوق	نقل	تعبئة	فرز وتدرج		
٥٣٥٥	٢٠٣.٥	١٣.٥	٦٥	٥٠	٧٥	٩٩٨	غرب النوبارية
٥٥٤٤	٢١٨	١٣.٥	٧٠	٥٥	٨٠	١٢٧٦	جنوب وغرب التحرير
٥٤٤٩.٥	٢١١	١٣.٥	٦٧.٥	٥٢.٥	٧٧.٥	١١٣٧	المتوسط

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستثمارات الاستبيان بعينة الدراسة الميدانية بالنوبارية خلال الموسم الزراعي ٢٠١٥/٢٠١٦.

٥- مقارنة المسالك التسويقية لمحصول البطاطس بالمسلك التسويقي الافتراضي بعينة الدراسة.

توضح بيانات الجدول رقم (١٢) ما يلي:-

بلغ صافي العائد للطن للمسلك التسويقي الافتراضي لمنطقة غرب النوبارية و جنوب وغرب التحرير نحو ٤١٥٣ ، ٤٠٤٩ جنيهاً على التوالي بمتوسط قدرة ٤١٠١.٥ جنيهاً. بنسبة ١٠٠% باعتبار أن متوسط المسلك التسويقي الافتراضي هو أساس القياس للمسالك الأخرى. كما توضح البيانات أن صافي العائد للطن للمسلك التصديري لمنطقة غرب النوبارية و ج.غ التحرير بلغ نحو ٢٤٢٧ ، ٢٥٧١ جنيهاً على التوالي بمتوسط قدرة ٢٤٩٩ جنيهاً. بنسبة ٦١% من متوسط صافي العائد للطن للمسلك التسويقي الافتراضي. بينما أوضحت البيانات أن صافي العائد للطن للمسلك التصنيعي لمنطقة غرب النوبارية و ج.غ التحرير بلغ نحو ٢٨٣٦ ، ٢٩٥٩ جنيهاً على التوالي بمتوسط قدرة ٢٨٩٨ جنيهاً. بنسبة ٧١% من متوسط صافي العائد للطن للمسلك التسويقي الافتراضي. في حين تشير البيانات أن صافي العائد للطن للمسلك التسويقي تاجر الجملة لمنطقة غرب النوبارية و ج.غ التحرير بلغ نحو ١٤٤٨ ، ١٣٣٩ جنيهاً على التوالي بمتوسط قدرة ١٣٩٣ جنيهاً. بنسبة ٣٤% من متوسط صافي العائد للطن للمسلك التسويقي الافتراضي. ويتضح مما سبق أن المسلك التسويقي التصنيعي يحتل المرتبة الأولى بنسبة ٧١% من متوسط صافي العائد للطن للمسلك التسويقي الافتراضي. ويأتي في المرتبة الثانية المسلك التصديري حيث يحقق نسبة ٦١% من متوسط صافي العائد للطن للمسلك التسويقي الافتراضي. ويأتي في المرتبة الثالثة والأخيرة المسلك التسويقي تاجر الجملة بنسبة ٣٤% من متوسط صافي العائد للطن للمسلك التسويقي الافتراضي.

جدول رقم (١٢) متوسط صافي العائد للطن للمسالك التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة. (جنية/طن).

متوسط سعر بيع الطن	اجمالي التكاليف	تكاليف تسويق الطن	سعر شراء الطن	المنطقة	المسلك التسويقي
٥٣٥٥	١٢٠.٢	٢٠٣.٥	٩٩٨	غرب النوبارية	المسلك التسويقي الفرضي
٥٥٤٤	١٤٩.٥	٢١٨.٥	١٢٧٦	جنوب وغرب التحرير	
٥٤٤٨.٥	١٣٤.٨	٢١١	١١٣٧		المتوسط
٨٤٠٠	٥٨٢.٩	٣٢٦.٨	٢٥٦١	غرب النوبارية	المسلك التسويقي التصديري
٨٤٠٠	٥٩٧.٣	٣٣٦.٤	٢٦٠.٩	جنوب وغرب التحرير	
٨٤٠٠	٥٩٠.١	٣٣١.٦	٢٥٨.٥		المتوسط
١٠٠٠٠	٧٠٤.١	٢٩٢.٧	٢١١.٤	غرب النوبارية	المسلك التسويقي التصنيعي
١٠٠٠٠	٧١٦.٤	٤٩٣.٦	٢٢٢.٨	جنوب وغرب التحرير	

المتوسط		٢١٧١	٤٩٣٢	٧١٠٣	١٠٠٠٠	٢٨٩٨
المسلك التسويقي تاجر الجملة	غرب النوبارية	١٧٠٠	٣٧٧.٥	٢٠٧٨	٣٥٢٥	١٤٤٨
	جنوب وغرب التحرير	١٩١٣	٤٠٨.٥	٢٣٢٢	٣٦٦٠	١٣٣٩
المتوسط		١٨٠٧	٤٨٩.٥	٢٢٠٠	٣٥٩٣	١٣٩٣

المصدر: جمعت وحسبت من جداول (٨) ، (٩) ، (١٠) ، (١١) .

رابعا:- تقدير قيمة أرباح الوسطاء والوظائف والخدمات التسويقية والمنتج للمسالك التسويقية المختلفة لمحصول البطاطس بعينة الدراسة.

باستعراض الجدول رقم (١٣) تبين ان اجمالي التكاليف الإنتاجية بلغ نحو ١٦٦٢.٣ جنية / طن لمتوسط المسالك التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة. حيث بلغ اجمالي التكاليف الإنتاجية للمسلك التسويقي التصديري نحو ١٧٥٠ جنية / طن وللمسلك التسويقي التصنيعي نحو ١٦٥٧ جنية / طن في حين بلغ للمسلك التسويقي لتاجر الجملة نحو ١٥٨٠ جنية / طن.

وأوضحت بيانات الجدول السابق ان سعر شراء الوسطاء من المنتج اختلف من مسلك تسويقي الى آخر وذلك بناء على اختلاف الصنف والمواصفات من حيث الحجم ودرجة النضج والصلابة حيث بلغ نحو ٢١٨٧.٥ جنية / طن لمتوسط المسالك التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة. حيث بلغ سعر شراء الوسطاء من المنتج للمسلك التسويقي التصديري نحو ٢٥٨٥ جنية / طن وللمسلك التسويقي التصنيعي نحو ٢١٧١ جنية / طن في حين بلغ للمسلك التسويقي لتاجر الجملة نحو ١٨٠٦.٥ جنية / طن.

كما تبين من نفس الجدول ان أرباح المنتج بلغت نحو ٥٢٥.٢ جنية / طن لمتوسط المسالك التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة. حيث بلغت أرباح المنتج للمسلك التسويقي التصديري نحو ٨٣٥ جنية / طن وللمسلك التسويقي التصنيعي نحو ٥١٤ جنية / طن في حين بلغت للمسلك التسويقي لتاجر الجملة نحو ٢٢٦.٥ جنية / طن.

وفيما يخص الوظائف والخدمات التسويقية والتي تمثلت في الفرز والتريج والتعبئة والنقل والتخزين ورسوم السوق والعمولة فقد أوضحت بيانات الجدول رقم (١٣) انه بلغت نحو ٢٨٤٦.٨ جنية / طن لمتوسط لقيمة المسالك التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة. حيث بلغت قيمة الوظائف والخدمات التسويقية للمسلك التسويقي التصديري نحو ٣٢١٦ جنية / طن وللمسلك التسويقي التصنيعي نحو ٤٩٣١.٥ جنية / طن في حين بلغت للمسلك التسويقي لتاجر الجملة نحو ٣٩٣ جنية / طن.

وبالنسبة لاجمالي التكاليف التسويقية والتي هي حاصل جمع الوظائف والخدمات التسويقية مع سعر شراء الوسطاء من المنتج فقد بلغ متوسط التكاليف التسويقية للمسالك التسويقية لمحصول البطاطس نحو ٥٠٣٤.٣ جنية / طن. في حين بلغ اجمالي التكاليف التسويقية للمسلك التسويقي التصديري نحو ٥٨٠١ جنية / طن. وللمسلك التسويقي التصنيعي نحو ٧١٠٢.٥ جنية / طن في حين بلغت للمسلك التسويقي لتاجر الجملة نحو ٢١٩٩.٥ جنية / طن.

وأوضحت بيانات الجدول رقم (١٣) ان سعر البيع للمستهلك من محصول البطاطس بعينة الدراسة بلغ نحو ٧٣٣٠.٨ جنية / طن لمتوسط المسالك التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة. حيث بلغت سعر البيع للمستهلك للمسلك التسويقي التصديري نحو ٨٤٠٠ جنية / طن وللمسلك التسويقي التصنيعي نحو ١٠٠٠٠ جنية / طن في حين بلغت للمسلك التسويقي لتاجر الجملة نحو ٣٥٩٢.٥ جنية / طن.

وتبين بيانات الجدول السابق أرباح الوسطاء من محصول البطاطس بعينة الدراسة والتي بلغت نحو ٢٢٩٦.٥ جنية / طن لمتوسط المسالك التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة. حيث بلغت أرباح الوسطاء للمسلك التسويقي التصديري نحو ٢٥٩٩ جنية / طن وللمسلك التسويقي التصنيعي نحو ٢٨٩٤.٥ جنية / طن في حين بلغت للمسلك التسويقي لتاجر الجملة نحو ١٣٩٣ جنية / طن.

وفيما يخص نسبة ربح الوسطاء من جنية المستهلك والتي تمثلت في حاصل قسمة أرباح الوسطاء على سعر البيع للمستهلك بلغ متوسط النسبة للمسالك التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة نحو ٣٢.٩% من سعر البيع الذي يدفعه المستهلك. في حين بلغت نسبة أرباح الوسطاء للمسلك التسويقي التصديري نحو ٣٠.٩% وللمسلك التسويقي التصنيعي نحو ٢٩% في حين بلغت للمسلك التسويقي لتاجر الجملة نحو ٣٨.٨%.

كما بينت بيانات الجدول رقم (١٣) نسبة قيمة الوظائف والخدمات التسويقية من جنية المستهلك انها بلغت لمتوسط النسبة للمسالك التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة نحو ٣٢.٨%. في حين بلغت نسبة قيمة الوظائف والخدمات التسويقية من جنية المستهلك للمسلك التسويقي التصديري نحو ٣٨.٣% وللمسلك التسويقي التصنيعي نحو ٤٩.٣% في حين بلغت للمسلك التسويقي لتاجر الجملة نحو ١٠.٩%.

في حين تبين بيانات الجدول رقم (١٣) نسبة أرباح المنتج من جنية المستهلك انها بلغت لمتوسط النسبة للمسالك التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة نحو ٧.٢%. في حين بلغت نسبة أرباح المنتج من جنية المستهلك للمسلك التسويقي التصديري نحو ٩.٩% وللمسلك التسويقي التصنيعي نحو ٥.١% في حين بلغت للمسلك التسويقي لتاجر الجملة نحو ٦.٣%.

جدول رقم (١٣) نسب الربح للوسطاء والوظائف والخدمات التسويقية والمنتج من جنية المستهلك في المسالك التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة. (جنية/طن).

البيان	اجمالي التكاليف الإنتاجية للمنتج	سعر شراء الوسطاء من المنتج	أرباح المنتج	الوظائف والخدمات التسويقية	اجمالي التكاليف التسويقية	سعر البيع للمستهلك	أرباح الوسطاء	نسبة ربح الوسطاء من جنية المستهلك %	نسبة أرباح المنتج من جنية المستهلك %
التصديرى	١٧٥٠	٢٥٨٥	٨٣٥	٣٢١٦	٥٨٠١	٨٤٠٠	٢٥٩٩	٣٠.٩	٩.٩
التصنيعى	١٦٥٧	٢١٧١	٥١٤	٤٩٣١.٥	٧١٠٢.٥	١٠٠٠٠	٢٨٩٧.٥	٢٩	٥.١
تاجر الجملة	١٥٨٠	١٨٠٦.٥	٢٢٦.٥	٣٩٣	٢١٩٩.٥	٣٥٩٢.٥	١٣٩٣	٣٨.٨	٦.٣
المتوسط	١٦٦٢.٣	٢١٨٧.٥	٥٢٥.٢	٢٨٤٦.٨	٥٠٣٤.٣	٧٣٣٠.٨	٢٢٩٦.٥	٣٢.٩	٧.٢

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستثمارات الاستبيان بعينة الدراسة الميدانية بالنبوية خلال الموسم الزراعى ٢٠١٥/٢٠١٦. ومن جداول (٨) ، (٩) ، (١٠) ، (١١) . حيث ان :-

١. أرباح المنتج = سعر الشراء للوسطاء من المنتج - اجمالى التكاليف الإنتاجية.
٢. اجمالى التكاليف التسويقية = الوظائف والخدمات التسويقية + سعر شراء الوسطاء من المنتج.
٣. أرباح الوسطاء = سعر البيع للمستهلك - اجمالى التكاليف التسويقية.
٤. نسبة ربح الوسطاء من جنية المستهلك = (أرباح الوسطاء ÷ سعر البيع للمستهلك) × ١٠٠.
٥. نسبة الوظائف والخدمات التسويقية من جنية المستهلك = (قيمة الوظائف والخدمات التسويقية ÷ سعر البيع للمستهلك) × ١٠٠.
٦. نسبة ربح المنتج من جنية المستهلك = (أرباح المنتج ÷ سعر البيع للمستهلك) × ١٠٠.

الملخص:

ويستخلص من البحث أهم النتائج فيما يلي:-

- ١- محصول البطاطس يتم تسويقه من خلال ثلاث مسالك تسويقية وهى البيع لتاجر الجملة والبيع لشركات التصنيع والبيع لمحطات التصدير .
- ٢- بلغ اجمالى التكاليف الإنتاجية نحو ١٦٦٢.٣ جنية/طن لمتوسط المسالك التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة.
- ٣- سعر شراء الوسطاء من المنتج تختلف من مسلك تسويقي الى آخر وذلك بناء على اختلاف الصنف والمواصفات من حيث الحجم ودرجة النضج والصلابة حيث بلغ نحو ٢١٨٧.٥ جنية/طن لمتوسط المسالك التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة.
- ٤- أن أرباح المنتج بلغت نحو ٥٢٥.٢ جنية/طن لمتوسط المسالك التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة.
- ٥- وتبين من الدراسة ان الوظائف والخدمات التسويقية إنها بلغت نحو ٢٨٤٦.٨ جنية/طن لمتوسط القيمة للمسالك التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة.
- ٦- بلغ متوسط التكاليف التسويقية للمسالك التسويقية لمحصول البطاطس نحو ٥٠٣٤.٣ جنية/طن.
- ٧- بلغ سعر البيع للمستهلك من محصول البطاطس بعينة الدراسة نحو ٧٣٣٠.٨ جنية/طن لمتوسط المسالك التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة.
- ٨- بلغ أرباح الوسطاء من محصول البطاطس نحو ٢٢٩٦.٥ جنية/طن لمتوسط المسالك التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة.
- ٩- قدر ربح الوسطاء من جنية المستهلك نحو ٣٢.٩% من سعر البيع الذى يدفعه المستهلك.
- ١٠- قدرت نسبة قيمة الوظائف والخدمات التسويقية من جنية المستهلك لمتوسط النسبة للمسالك التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة نحو ٣٢.٨%.
- ١١- بلغت نسبة أرباح المنتج من جنية المستهلك قد بلغت لمتوسط النسبة للمسالك التسويقية لمحصول البطاطس بعينة الدراسة نحو ٧.٢%.

ومما سبق يتبين ان الأرباح التي يتحصل عليها الوسطاء غير عادية حيث بلغت نحو ٣٢.٩% من جنية المستهلك. كما يتبين من نسبة الوظائف والخدمات التسويقية من جنية المستهلك والتي بلغت نحو ٣٢.٨% إنها مرتفعة. علما بان محصول البطاطس في مصر يتم تسويق ما يقرب من ٦٠% منه على صورة الطيبعية بدون إجراء أى وظائف أو خدمات تسويقية غير عادية وهذا ينطبق على المسلك التسويقي تاجر الجملة بالأخص. وأما المسلك التسويقي التصديري والتصنيعي واللذان قد يكون لديهم المبرر الكافي لأجراء الوظائف والخدمات التسويقية للمحصول والمذكورة في الدراسة لكي يتناسب المحصول مع أدواق المستهلكين من حيث المواصفات والشكل المطلوب. وتبين نتائج الدراسة أيضا ان نسبة أرباح المنتج من جنية المستهلك منخفضة جدا حيث بلغ متوسطها نحو ٧.٢% من جنية المستهلك.

التوصيات:-

- ١- ضرورة تفعيل دور أجهزة الدولة والتعاونيات التي ثبت إنها أفضل مؤسسة قدمت للمزارعين حولا كثيرة وذلك لهم العقبات سواء في مجال التسويق وتجميع المحاصيل من أماكن إنتاجها المختلفة وتحديد أسعار ترضى المنتج ونقل من دور الوسطاء مما يؤدي الى زيادة نصيب المنتج من جنية المستهلك. أو من خلال بنك التنمية والائتمان الزراعي بتوفير قروض ميسرة خاصة بالإنتاج والتسويق .
- ٢- تخصيص مساحات خاصة للتصدير تتحدد فيها الأصناف والمواصفات القياسية المطلوبة في الأسواق الخارجية.
- ٣- إنشاء مناطق صناعية بالقرب من أماكن الإنتاج لتوفير تكاليف النقل وإنشاء مجتمعات عمرانية جديدة خارج الودى.

المراجع:

- ١.المغربي، محمد جبر وآخرون، تحليل اقتصادي للتغيرات السعرية والكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس في سوق الجملة بمدينة المنصورة، بحث منشور، مجلة جامعة المنصورة للعلوم الزراعية، كلية الزراعة، جامعة المنصورة، عدد(٧)، ٢٠٠٩.
- ٢.حمدي عبده الصوالحي(دكتور)، تسويق المنتجات الزراعية في الاراضى الجديدة. المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الرابع، العدد الثاني، سبتمبر ١٩٨٩.
- ٣.صبحي إسماعيل ، محمد القنبيط (دكاترة) - التسويق الزراعي - قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة الملك سعود - الرياض - المملكة العربية السعودية ١٤١٦ هـ - ١٩٩٥ م.
- ٤.فاطمة احمد شفيق دراسة اقتصادية لتسويق بعض حاصلات الاراضى الجديدة. رسالة دكتوراة، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة بمشتهر، فرع بنها. جامعة الزقازيق ١٩٩٨.
- ٥.الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء نشرات الأرقام القياسية لأسعار المستهلكين سنوات مختلفة.
- ٦.مديرية الزراعة بالنوبارية - سجلات قسم الإحصاء ٢٠١٦.
- ٧.وزارة الزراعة واستصلاح الاراضى - قطاع الشؤون الاقتصادية- نشرة الاقتصاد الزراعي -أعداد مختلفة.

1.Kotler,P&.,Armstrong,G.,Principles.of.Marketing,Hall.International,In.,USA,1999.

2.Mary C. Aheam and Utpal Vasavada ,Cost and Returns for Agricultural Commodities .Westview Press, Boulder, San Francisco, Oxford, 1992.

3.Nabil t . Habashe (DR) , Agricultural Marketing in South Tahrir Area. 1988

4.Thomsen, F.L ,.Agricultural Marketing ,McGraw-Hill Book Company, New York USA ,1997.

"Marketing Costs of Potato Crop and its Impact on Consumer Price in New Lands"

SUMMARY

The research results were as follows:

- 1 - Potato crop sample study is marketing through three marketing tracks, selling to the wholesaler and sales to manufacturing companies and selling to export stations.
- 2 - It was found that the total production costs amounted to about 1662.3 pounds / ton for the average marketing pathways for the potato crop in the sample of the study.
- The study showed that the price of buying intermediaries from the product differed from marketing to other methods, depending on the difference in the variety and specifications in terms of size, maturity and hardness, reaching about 2187.5 pounds / ton for the average marketing pathways of the potato crop in the sample of the study.
- 4 - It was found that the profits of the product amounted to about 525.2 pounds / ton for the average marketing pathways of the potato crop in the sample of the study.
5. The study showed that the jobs and marketing services which were in sorting, sorting, packaging, transport, storage, market and commission fees, the study showed that it amounted to about 2846.8 pounds / ton for the average value of the marketing pathways for the potato crop in the sample of the study.
- 6 - For the total marketing costs, which is the sum of the collection of jobs and marketing services with the purchase price of intermediaries of the product, the average marketing costs of the marketing channels for potato crop about 5034.3 pounds / ton.
- 7- The results of the research showed that the selling price of the potato crop in the sample of the study amounted to about 7330.8 pounds / ton for the average marketing pathways for the potato crop in the sample of the study.
- 8- The data of the study show that the profits of potato intermediaries reached about 2296.5 pounds / ton for the average marketing pathways for potato crop in the sample of the study.
- 9- As for the percentage of the profit of intermediaries from the consumer's fair, which was the result of dividing the profits of the intermediaries on the selling price to the consumer, the average ratio of the marketing tracks of potato crop with the sample of the study was about 32.9% of the selling price that the consumer pays.
- 10 - The study also showed that the percentage of the value of jobs and marketing services of the consumer fair has reached the average ratio of marketing paths for potato crop with a sample of about 32.8%.
- 11- While the study shows that the percentage of profits of the product from the consumer's fair reached the average percentage of the marketing pathways for potato crop with the sample of the study about 7.2%.

Recommendations:

- 1- The necessity of activating the role of the state agencies, especially the cooperatives, which proved to be the best institution that provided farmers with many solutions and obstacles for them both in marketing and collecting crops from their different production sites, and fixing the prices of the product satisfaction and reducing the role of intermediaries. Or through the Development and Agricultural Credit Bank, by providing soft loans for production and marketing.
- 2- Allocation of special areas for export, in which the items and standard specifications required in foreign markets shall be determined.
3. Establish industrial zones near the production sites to provide transportation costs and establish new urban communities outside the valley.