

دراسة اقتصادية للنظام التسويقي الداخلي لمحصول البطاطس في ضوء التحرر الاقتصادي

محمد إبراهيم محمد الشهاوي

قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة سابا باشا - جامعة الإسكندرية

الملخص

استهدف البحث التعرف علي ال نظام التسويقي المصري الداخلي لمحصول البطاطس في ظل التحولات الاقتصادية المصرية الآخذة بسياسة التحرر الاقتصادي ، وذلك بغرض إلقاء الضوء علي أوجه القصور التي تصيب هذا النظام وبالتالي محاولة التوصل إلى المقومات التي تؤدي إلى رفع مستويات كفاءة النظام التسويقي لهذا المحصول . واعتمد البحث في تحقيق أهدافه علي كل من أسلوب التحليل الوصفي والكمي ، كما تم الاعتماد علي البيانات المنشورة وغير المنشورة في وزارة الزراعة والجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء . وقد أوضحت نتائج البحث أن : (1) سعر المنتج للبطاطس خلال الفترة (1980-2004) قد تراوح بين حد أدنى قدره 79 جنيه/طن تقريبا في عام 1980 ، وحد أقصى قدره 692.20 جنيه/طن تقريبا في عام 1994 ، بمعدل نمو قدره 9.50% تقريبا . كما تبين أن سعر الجملة للبطاطس خلال نفس الفترة قد تراوح بين حد أدنى قدره 94.30 جنيه/طن تقريبا في عام 1980 ، وحد أقصى قدره 1004 جنيه/طن تقريبا في عام 1995 ، بمعدل نمو قدره 9.17% تقريبا . وكذلك تبين أن سعر التجزئة للبطاطس خلال نفس الفترة قد تراوح بين حد أدنى قدره 117 جنيه/طن تقريبا في عام 1980 ، وحد أقصى قدره 1527 جنيه/طن تقريبا في عام 2003 ، بمعدل نمو قدره 10.09% تقريبا . وبدراسة أثر سياسة التحرر الاقتصادي علي كل من سعر المنتج وسعر الجملة وسعر التجزئة لمحصول البطاطس تبين الأثر الإيجابي للمتغير الصوري (D) للفترتين الزمنيتين علي كل من سعر المنتج وسعر الجملة وسعر التجزئة ، حيث ارتفع مسطح الدالة في الفترة الثانية لكل منهما بحوالي 50.82 ، 96.38 ، 95.26 بنفس الترتيب . (2) الهامش التسويقي للبطاطس بين

المنتج وتاجر الجملة خلال تلك الفترة تراوح بين حد أدنى قدره 11.50 جنيه/طن تقريبا في عام 1983 ، وحد أقصى قدره 395.30 جنيه/طن تقريبا في عام 1995 ، بمعدل نمو قدره 8.32 % تقريبا . كما تبين أن الهامش التسويقي بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة خلال تلك الفترة تراوح بين حد أدنى قدره 15 جنيه/طن تقريبا في عام 1984 ، وحد أقصى قدره 626 جنيه/طن تقريبا في عام 2003 ، بمعدل نمو قدره 12.16% تقريبا . وكذلك تبين أن الهامش التسويقي للبطاطس بين المنتج وتاجر التجزئة خلال تلك الفترة تراوح بين حد أدنى قدره 38 جنيه/طن تقريبا تمثل حوالي 32.48% من سعر التجزئة وذلك في عام 1980 ، وحد أقصى قدره 884 جنيه/طن تقريبا تمثل حوالي 55.27% من سعر التجزئة وذلك في عام 2003 ، بمعدل نمو قدره 10.56 % تقريبا . وبدراسة أثر سياسة التحرر الاقتصادي على كل من الهامش التسويقي بين المنتج وتاجر الجملة و الهامش التسويقي بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة و الهامش التسويقي بين المنتج وتاجر التجزئة لمحصول البطاطس تبين الأثر الايجابي للمتغير الصوري (D) للفترتين الزمنيتين على كل من الهامش التسويقي بين المنتج وتاجر الجملة و الهامش التسويقي بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة و الهامش التسويقي بين المنتج وتاجر التجزئة لمحصول البطاطس ، حيث ارتفع مسطح الدالة في الفترة الثانية لكل منهما بحوالي 35.85 ، 8.43 ، 44.28 بنفس الترتيب. (3) نصيب المنتج من جنيه المستهلك للبطاطس تراوح بين حد أدنى قدره 36.74% تقريبا في عام 1992 ، وحد أقصى قدره 79.62% تقريبا في عام 1993 ، بمتوسط بلغ حوالي 49.07% خلال السنوات (2004-2000) . كما تبين أن نصيب تاجر الجملة للبطاطس من جنيه المستهلك تراوح بين حد أدنى قدره 5.76% تقريبا في عام 2000 ، وحد أقصى قدره 39.87% تقريبا في عام 1992 ، بمتوسط بلغ حوالي 10.14% خلال الخمس سنوات الأخيرة. وكذلك تبين أن نصيب تاجر التجزئة للبطاطس من جنيه المستهلك تراوح بين حد أدنى قدره 6.67% تقريبا في عام 1984 ، وحد أقصى قدره 41.01% تقريبا في عام 2000 ، بمتوسط بلغ حوالي 40.79% خلال الخمس سنوات الأخيرة . وتبين أن نصيب جملة الوسطاء من جنيه المستهلك للبطاطس خلال تلك الفترة قد تراوح بين حد أدنى قدره 20.83% تقريبا في عام 1993 ، وحد أقصى قدره 63.26% تقريبا في عام 1992 ، بمتوسط بلغ حوالي 50.93% خلال الخمس سنوات الأخيرة . (4) تبين أن كفاءة النظام

التسويقي لمحصول البطاطس بعد تطبيق التحرر الاقتصادي انخفضت مقارنة بالفترة السابقة ، حيث بلغ متوسط نصيب المنتج من جنيه المستهلك للبطاطس حوالي 52.23% بعد تطبيق التحرر الاقتصادي ، في حين بلغ حوالي 56.71% قبل تطبيق التحرر الاقتصادي ، بينما بلغ متوسط نصيب الهيئات التسويقية من جنيه المستهلك حوالي 47.77% بعد تطبيق التحرر الاقتصادي ، في حين بلغ حوالي 43.29% قبل تطبيق التحرر الاقتصادي .

علي ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج ، يمكن التوصل إلي مجموعة من التوصيات التي قد تفيد واضعي السياسة التسويقية لمحصول البطاطس في مصر وتساهم في رفع الكفاءة التسويقية للنظام التسويقي لهذا المحصول ، ولعل من أهم هذه التوصيات ما يلي : (1) ضرورة توفير قاعدة بيانات ومعلومات أساسية للنظام التسويقي لمحصول البطاطس في مصر ، مع ضرورة القيام بجمع البيانات عن التكاليف التسويقية في المسالك التسويقية المختلفة بصفة منتظمة وذلك بهدف دراسة كفاءة النظام التسويقي . (2) ضرورة إنشاء صندوق لتمويل استقرار الأسعار لحماية المنتج من تقلبات الأسعار حتى يقوم بزراعة المساحة التي يفى إنتاجها حاجة السوق الداخلي والسوق الخارجي . (3) ضرورة الاهتمام بالخدمات التسويقية بهدف خفض المصروفات التسويقية وبالتالي تحسين الكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس مما يؤدي إلي ارتفاع نصيب المنتج من جنيه المستهلك وحصوله علي أسعار لإنتاجه تتناسب مع ارتفاع تكاليف الإنتاج واستقرار دخول المنتجين من ناحية ، ومن ناحية أخرى حصول المستهلك علي السلعة بأسعار منخفضة . (5) يجب أن يقوم الجهاز الإرشادي بجانب الجهاز الإعلامي بدور حيوي في نشر الوعي الاستهلاكي بين فئات الشعب المختلفة بصفة عامة والبطاطس بصفة خاصة ، والاهتمام بالإرشاد التسويقي لمحصول البطاطس المبني علي أسس علمية حديثة ويمكن الاستعانة بمشاركة بعض الهيئات الدولية الموجودة في مصر للمساهمة في ذلك المجال .

المقدمة

يعتبر محصول البطاطس من مجموعة الخضار الغذائية الهامة في جمهورية مصر العربية ، حيث يستهلكها المواطن المصري بكثرة ، بالإضافة إلى استخدامها كمادة خام في العديد من الصناعات الغذائية ، وقد أدى تطبيق سياسات الإصلاح الاقتصادي في مصر وإتباع سياسة التحرر الاقتصادي وإطلاق أسعار السلع وفقاً لقوى السوق تعرض هذا المحصول لتقلبات سعرية شديدة من موسم لآخر خلال الفترة الأخيرة ، بالإضافة إلى عدم وجود مظهر سوقي واضح في ظل نقص المعلومات التسويقية الخاصة به وتضارب ظروفه الإنتاجية . ويؤدي عدم كفاءة النظام التسويقي لمحصول البطاطس إلى الارتفاع النسبي في مصروفاته التسويقية وبالتالي إلى العديد من الآثار السلبية علي كل من المنتج والمستهلك المصري ، حيث يتأثر كل من صافي الدخل المزرعي والمساحة المنزرعة وحجم الصادرات منه ، هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى أدى إلى العديد من التقلبات السعرية لهذه السلعة علي مستوى التجزئة تتجه إلى الارتفاع ، مما قد يترتب عليه ارتفاع نفقة الاستهلاك وبالتالي يؤثر علي مستوى المعيشة للمواطن المصري في ظل المستويات الدخلية المنخفضة . الأمر الذي يتطلب الاهتمام بالنظام التسويقي لهذا المحصول بما يؤدي إلى الحد من قصوره ورفع مستويات كفاءته والتي يمكن أن تنعكس إيجابياً علي كل من المنتج الزراعي للمحصول والمستهلك النهائي وأسواق تصديره .

أهداف البحث

يستهدف البحث التعرف علي ال نظام التسويقي المصري الداخلي لمحصول البطاطس في ظل التحولات الاقتصادية المصرية الآخذة بسياسة التحرر الاقتصادي ، وذلك بغرض إلقاء الضوء علي أوجه القصور التي تصيب هذا النظام وبالتالي محاولة التوصل إلى المقومات التي تؤدي إلى رفع مستويات كفاءة النظام التسويقي لهذا المحصول ، ويمكن تحقيق هذا الهدف من خلال الأهداف الوسيطة التالية :

- (1) دراسة الاتجاهات السعرية علي مستوى المنتج والجملة والتجزئة .
- (2) تقدير الفروق التسويقية علي مستوى المنتج والجملة والتجزئة خلال فترة الدراسة .

مجلة العلوم الزراعية والبيئية ، جامعة الإسكندرية - ج.م.ع. عدد (1) مجلد (5) (2006)

- (3) تقدير توزيع جنيه المستهلك بين كل من المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة خلال فترة الدراسة .
- (4) تقييم الكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس في ظل التحولات الاقتصادية المصرية ومحاولة التوصل إلى مجموعة من الإجراءات التي يمكن من خلالها رفع مستوى كفاءة هذا النظام .
- (5) التوصل إلى مجموعة من التوصيات النابعة من النتائج المتحصل عليها والتي يمكن أن تفيد واضعي السياسة الاقتصادية في هذا المجال .

الأسلوب البحثي ومصادر البيانات

اعتمد البحث علي أساليب التحليل الوصفي والكمي من خلال الانحدار البسيط ، كما تم حساب كل من الهوامش والكفاءة التسويقية وتوزيع جنيه المستهلك . كذلك تم الاستعانة بكافة الاختبارات اللازمة للتأكيد من صحة النتائج المتحصل عليها من الناحية الإحصائية . كما تم الاعتماد علي البيانات المنشورة وغير المنشورة في وزارة الزراعة والجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، بالإضافة إلي البحوث والدراسات المنشورة المتعلقة بموضوع البحث .

الهوامش التسويقية :

يعرف الهامش التسويقي بأنه الفرق بين قيمة كميات فيزيقية متساوية من سلعة معينة عند مختلف مستويات المسلك التسويقي الذي تقطعه هذه السلعة من المنتج إلى المستهلك النهائي . كما يعرف الهامش التسويقي على الفرق بين السعر الذي يبيع به المنتج والسعر الذي يشتري به المستهلك وهذا ما يطلق عليه أيضا الانتشار السعري ، والهامش التسويقي إما أن يكون مطلقا أو نسبيا .

الكفاءة التسويقية :

تعرف الكفاءة التسويقية على أنها معظمة النسبة بين كل من ناتج النشاط التسويقي والذي يتمثل في إشباع رغبات المستهلك من السلع والخدمات وإجمالي عناصر الإنتاج المستخدمة في العمليات التسويقية . ومن ثم فإنه يمكن التعرف على الكفاءة التسويقية من

مجلة العلوم الزراعية والبيئية ، جامعة الإسكندرية - ج.م.ع. عدد (1) مجلد (5) (2006)

خلال المقارنة بين مستوى أداء الخدمة التسويقية وتكاليف أداء تلك الخدمة . ويمكن القول أن الكفاءة التسويقية تستهدف تدنية التكاليف للنظام التسويقي الذي يشمل الهيكل التسويقي (المراحل التسويقية) وعديد من المنشآت داخل كل مرحلة .

توزيع جنيه المستهلك :

يقصد بتوزيع جنيه المستهلك توزيع ما قيمته جنيه واحد دفعه المستهلك بين المزارع المنتج والهيئات التسويقية المختلفة المعنية بتسويق السلعة ، ويعبر عنه بالفرق سعري المطلق للهيئة التسويقية المعنية مقسوما على سعر التجزئة .

النتائج البحثية

أولا : الاتجاهات السعريه للبطاطس خلال الفترة (1980-2004) :

1- **تطور أسعار المنتج :** بدراسة تطور أسعار المنتج للبطاطس خلال الفترة (1980 - 2004) كما هو وارد في الجدول رقم (1) ، تبين أن سعر المزرعة من البطاطس قد تراوح بين حد أدنى قدره 79 جنيه/طن تقريبا في عام 1980 ، وحد أقصى قدره 692.20 جنيه/طن تقريبا في عام 1994 ، وبتقدير القيم الاتجاهية لسعر المزرعة خلال تلك الفترة تبين من الجدول رقم (2) والمعادلة رقم (1) أنها أخذت اتجاه تصاعدي بمعدل نمو قدره 9.50% .

2- **تطور أسعار الجملة :** بدراسة تطور أسعار الجملة للبطاطس خلال الفترة الدراسة كما هو وارد في الجدول رقم (1) ، تبين أن سعر الجملة للبطاطس خلال نفس الفترة قد تراوح بين حد أدنى قدره 94.30 جنيه/طن تقريبا في عام 1980 ، وحد أقصى قدره 1004 جنيه/طن تقريبا في عام 1995 ، وبتقدير القيم الاتجاهية لسعر الجملة خلال تلك الفترة تبين من الجدول رقم (2) والمعادلة رقم (2) أنها أخذت اتجاه تصاعدي بمعدل نمو قدره 9.17% تقريبا .

3- **تطور أسعار التجزئة :** بدراسة تطور أسعار التجزئة للبطاطس خلال الفترة الدراسة كما هو وارد في الجدول رقم (1) ، تبين أن سعر التجزئة للبطاطس خلال نفس الفترة قد تراوح بين حد أدنى قدره 117 جنيه/طن تقريبا في عام 1980 ، وحد أقصى قدره 1527

مجلة العلوم الزراعية والبيئية ، جامعة الإسكندرية - ج. م. ع. عدد (1) مجلد (5) (2006)

جنيه/طن تقريبا في عام 2003 ، وبتقدير القيم الاتجاهية لسعر التجزئة خلال تلك الفترة تبين من الجدول رقم (2) والمعادلة رقم (3) أنها أخذت اتجاه تصاعدي بمعدل نمو قدره 10.09% تقريبا .

أثر سياسة التحرر الاقتصادي على أسعار محصول البطاطس :

لدراسة أثر سياسة التحرر الاقتصادي فقد تم تقسيم فترة الدراسة إلى فترتين هما الفترة الأولى (1989-1980) وهي الفترة السابقة على التطبيق الكامل لسياسة التحرر الاقتصادي على محصول البطاطس ، والفترة الثانية (1990-2004) وهي الفترة التي شهدت التطبيق الكامل لتلك السياسة على محصول البطاطس . ولتوضيح أثر التحرر الاقتصادي على أسعار البطاطس تم الاستعانة بالمتغير الصوري والذي يأخذ القيمة صفر للفترة الأولى والقيمة واحد صحيح للفترة الثانية ، كما تم استخدام اختبار (ت) للفرق بين متوسطين ، وتقدير معدلات النمو السنوي .

1- أثر سياسة التحرر الاقتصادي على السعر المزرعي لمحصول البطاطس : ودراسة أثر تلك السياسة على السعر المزرعي كما هو وارد في جدول رقم (3) ، (4) . تبين من جدول رقم (3) والمعادلة رقم (1) الأثر الايجابي للمتغير الصوري (D) للفترتين الزمنيةتين على السعر المزرعي للبطاطس ، والذي يمكن أن يعكسه الفرق بين مستوى الدالتين الواردة في نفس الجدول ، حيث تشير إلى ارتفاع مسطح الدالة في الفترة الثانية بحوالي 50.82 جنيه ، وقد تم التعبير عن ذلك بانتقال دالة السعر المزرعي بالكامل إلى أعلى كما هو وارد في الشكل البياني رقم (2) .

كما يتبين من البيانات الواردة في الجدول رقم (4) أن معدل النمو السنوي في السعر المزرعي خلال الفترة الثانية (1990-2004) اقل من نظيره خلال الفترة الأولى (1989-1980) حيث بلغ كل منهما حوالي 5.22% ، 12.82% بنفس الترتيب . كما تبين تفوق المتوسط السنوي للسعر المزرعي خلال الفترة الثانية عنه خلال الفترة الأولى حيث بلغ كل منهما حوالي 510.93 ، 137.45 جنيه بنفس الترتيب ، وبإجراء اختبار (ت) للفرق بين متوسطي الفترتين (1989-1980) ، (1990-2004) تبين وجود فروق معنوية إحصائية عند مستوى المعنوية 1% .

مجلة العلوم الزراعية والبيئية ، جامعة الإسكندرية - ج. م. ع. عدد (1) مجلد (5) (2006)

جدول رقم (1) : تطور كل من السعر المزرعي وسعر الجملة وسعر التجزئة للبطاطس خلال الفترة (1980-2004) .

السنوات	السعر المزرعي جنيه/طن	سعر الجملة (جنيه/طن)	سعر التجزئة (جنيه/طن)
1980	79	94.3	117
1981	87	138.0	167
1982	89	135.0	183
1983	110	121.0	170
1984	127	210.0	225
1985	130	200.0	278
1986	138	170.0	206
1987	190	220.0	296
1988	163	230.0	306
1989	264	420.0	552
1990	283	510.0	652
1991	330	622.0	785
1992	228	475.0	620
1993	487	535.0	612
1994	692	895.0	1007
1995	609	1004.0	1296
1996	532	772.0	1001
1997	547	776.0	913
1998	533	924.0	1010
1999	521	798.0	950
2000	527	584.0	990
2001	528	613.0	1033
2002	550	638.0	1075
2003	683	901.0	1527
2004	606	797.0	1343
المتوسط 2004/2000	578.80	706.60	1193.60

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات :

- وزارة الزراعة والاستصلاح الأراضي ، قطاع الشئون الاقتصادية ، الإدارة المركزية للإحصاء ، نشرة الاقتصاد الزراعي ، أعداد متفرقة .
- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، النشرة الشهرية لمتوسط أسعار المواد الغذائية بسعر المستهلك ، أعداد متفرقة .
- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، النشرة الربع سنوية لمتوسط أسعار المنتج والجملة للمواد الغذائية ، أعداد متفرقة .

مجلة العلوم الزراعية والبيئية ، جامعة الإسكندرية - ج.م.ع. عدد (1) مجلد (5) (2006)

جدول رقم (2) : معادلات القيم الاتجاهية لتطور كل من سعر المنتج وسعر المستهلك لمحصول البطاطس خلال الفترة (1980-2004) .

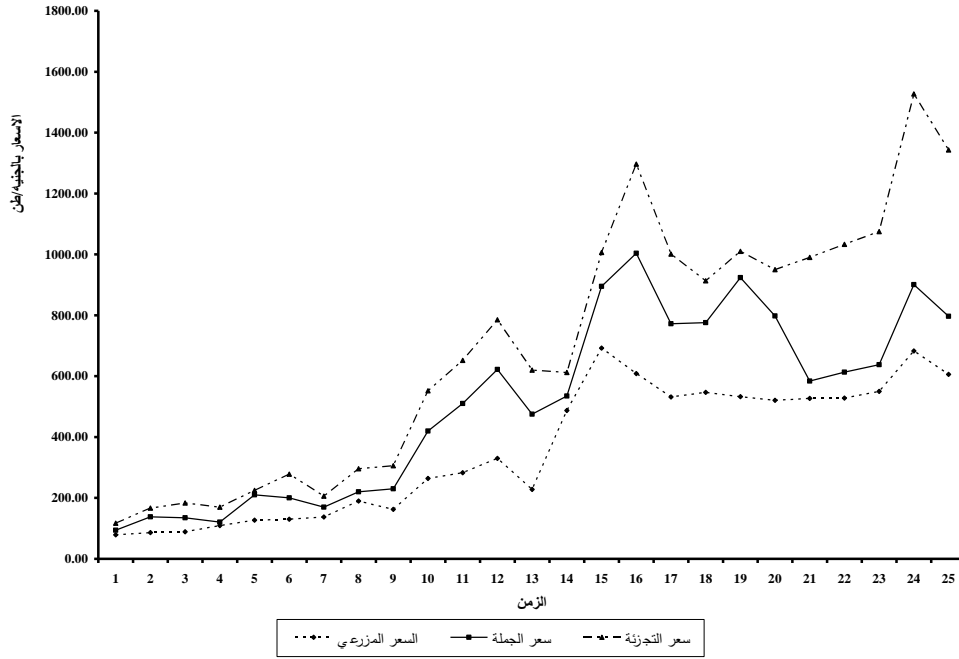
المسلسل	المعادلة *	R ²	F
1	$\hat{y}_1 = 83.3675 e^{0.0950 x}$ (8.900) (12.572)	0.87	158.06
2	$\hat{y}_2 = 123.5089 e^{0.0917 x}$ (6.966) (4.491)	0.80	90.07
3	$\hat{y}_3 = 145.3295 e^{0.1009 x}$ (8.859) (13.282)	0.88	176.41

القيم بين الأقواس تمثل قيم اختبار (ت) .

* تمثل (\hat{y}_1) السعر المزرعي بالجنيه/طن ، وتمثل (\hat{y}_2) سعر الجملة بالجنيه/طن ، وتمثل (\hat{y}_3) سعر التجزئة بالجنيه/طن ، بينما تمثل (x) الزمن (1 ، 2 ، ... ، 25) وذلك خلال الفترة (1980-2004) .

المصدر : حسبت من البيانات الواردة في الجدول رقم (1) .

شكل رقم (1) : التغيرات في كل من أسعار المزرعة وأسعار الجملة وأسعار التجزئة خلال الفترة (2004-1980).



جدول رقم (3) : معادلات الاتجاه العام الزمني لأسعار البطاطس خلال الفترة (1980 - 2004) .

المسلسل	المعادلة *	R ²	F	D.W
1	$\log \hat{y}_1 = 1.764 + 0.525 \log x + 0.273 D$ (25.667) (5.614) (4.026)	0.91	121.84	1.535
الفترة الأولى	$\log \hat{y}_1 = 1.764 + 0.525 \log x$			
الفترة الثانية	$\log \hat{y}_1 = 2.037 + 0.525 \log x$			
2	$\text{Log } \hat{y}_2 = 1.943 + 0.469 \text{Log } x + 0.322 D$ (28.519) (5.055) (4.793)	0.91	126.81	1.661
الفترة الأولى	$\text{Log } \hat{y}_2 = 1.943 + 0.469 \text{Log } x$			
الفترة الثانية	$\text{Log } \hat{y}_2 = 2.265 + 0.469 \text{Log } x$			
3	$\log \hat{y}_3 = 1.994 + 0.558 \text{Log } x + 0.294 D$ (32.328) (6.639) (4.830)	0.94	127.73	1.725
الفترة الأولى	$\log \hat{y}_3 = 1.994 + 0.558 \text{Log } x$			
الفترة الثانية	$\log \hat{y}_3 = 2.288 + 0.558 \text{Log } x$			

القيم بين الأقواس تمثل قيم اختبار (ت) .

* تمثل (\hat{y}_1) السعر المزرعي ، وتمثل (\hat{y}_2) سعر الجملة ، وتمثل (\hat{y}_3) سعر التجزئة ، وتمثل (D) المتغير الصوري ، بينما تمثل (x) الزمن (1 ، 2 ، ، 25) وذلك خلال الفترة (1980-2004) .

المصدر : حسبت من بيانات جدول (1) .

جدول رقم (4) : أثر التحرر الاقتصادي على أسعار البطاطس .

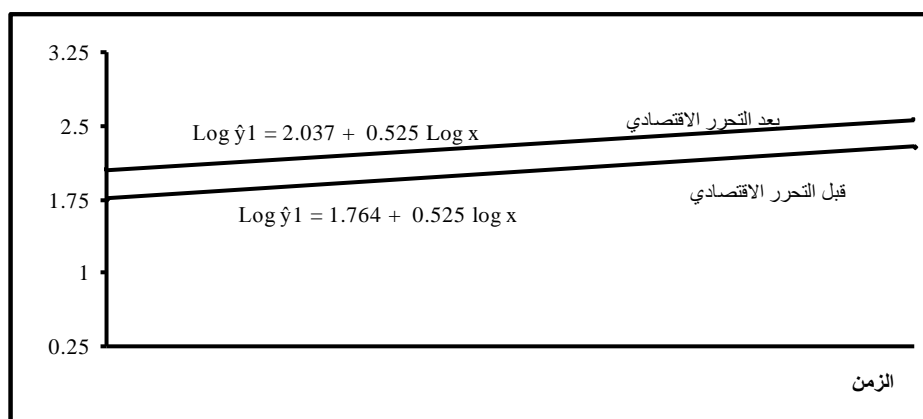
المتغير	الوحدة	المتوسط السنوي		معدل النمو السنوي* %		قيمة (ت) للفرق بين متوسطي الفترتين**
		2004-90	1989-80	2004-90	1989-80	
سعر المزرعة	جنيه	510.33	137.45	4.08	1.54	9.58
سعر الجملة	جنيه	722.93	193.83	4.54	21.94	10.20
سعر التجزئة	جنيه	987.67	250.03	2.24	0.81	9.46

* تم تقدير معدل النمو استنادا إلى المعادلة : $K_t = K_0 (1 + r)^t$

** معنوية عند مستوى معنوية 0.01 .

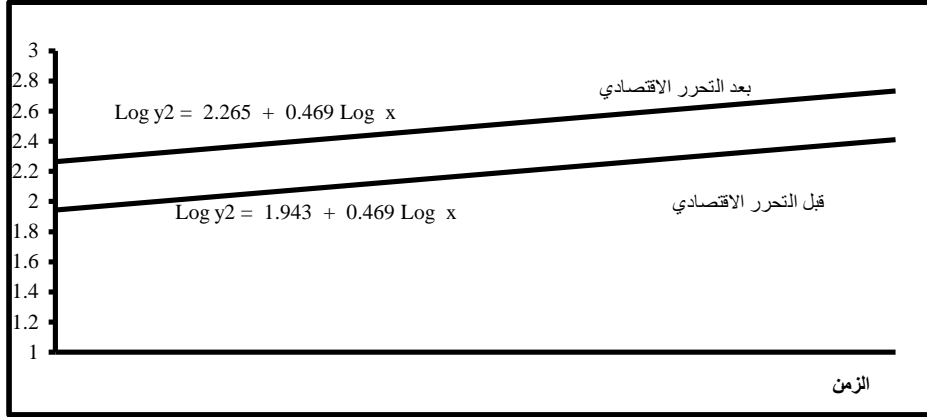
المصدر : حسب من بيانات جدول (1) .

شكل رقم (2) : أثر التحرر الاقتصادي على السعر المزرعي لمحصول البطاطس .



مجلة العلوم الزراعية والبيئية ، جامعة الإسكندرية - ج. م. ع. عدد (1) مجلد (5) (2006)

شكل رقم (3) : أثر التحرر الاقتصادي علي سعر الجملة لمحصول البطاطس .



شكل رقم (4) : أثر التحرر الاقتصادي علي سعر التجزئة لمحصول البطاطس



2- أثر سياسة التحرر الاقتصادي على سعر الجملة لمحصول البطاطس : ودراسة أثر تلك السياسة على سعر الجملة كما هو وارد في جدولي رقم (3) ، (4) . تبين من جدول رقم (3) والمعادلة رقم (2) الأثر الايجابي للمتغير الصوري (D) للفترتين الزمنيتين على

مجلة العلوم الزراعية والبيئية ، جامعة الإسكندرية - ج. م. ع. عدد (1) مجلد (5) (2006)

سعر الجملة للبطاطس ، والذي يمكن أن يعكسه الفرق بين مستوى الدالتين الواردة في نفس الجدول ، حيث تشير إلى ارتفاع مسطح الدالة في الفترة الثانية بحوالي 96.38 جنيه ، وقد تم التعبير عن ذلك بانتقال دالة سعر الجملة بالكامل إلى أعلى كما هو وارد في الشكل البياني رقم (3) .

كما يتبين من البيانات الواردة في الجدول رقم (4) أن معدل النمو السنوي في سعر الجملة خلال الفترة الثانية (1990-2004) أقل من نظيره خلال الفترة الأولى (1980-1989) حيث بلغ كل منهما حوالي 3.02% ، 16.11% بنفس الترتيب . كما تبين تفوق المتوسط السنوي لسعر الجملة خلال الفترة الثانية عنه خلال الفترة الأولى حيث بلغ كل منهما حوالي 722.93 ، 193.83 جنيه بنفس الترتيب ، وبإجراء اختبار (ت) للفرق بين متوسطي الفترتين (1980-1989) ، (1990-2004) تبين وجود فروق معنوية إحصائية عند مستوى المعنوية 1% .

3- أثر سياسة التحرر الاقتصادي على سعر التجزئة لمحصول البطاطس : ودراسة أثر تلك السياسة على سعر التجزئة كما هو وارد في جدول رقم (3) ، (4) . تبين من جدول رقم (3) والمعادلة رقم (3) الأثر الايجابي للمتغير السوري (D) للفترتين الزمنيتين على سعر التجزئة للبطاطس ، والذي يمكن أن يعكسه الفرق بين مستوى الدالتين الواردة في نفس الجدول ، حيث تشير إلى ارتفاع مسطح الدالة في الفترة الثانية بحوالي 95.46 جنيه ، وقد تم التعبير عن ذلك بانتقال دالة سعر التجزئة بالكامل إلى أعلى كما هو وارد في الشكل البياني رقم (4) .

كما يتبين من البيانات الواردة في الجدول رقم (4) أن معدل النمو السنوي في السعر المزرعي خلال الفترة الثانية (1990-2004) أقل من نظيره خلال الفترة الأولى (1980-1989) حيث بلغ كل منهما حوالي 4.94% ، 16.78% بنفس الترتيب . كما تبين تفوق المتوسط السنوي لسعر التجزئة خلال الفترة الثانية عنه خلال الفترة الأولى حيث بلغ كل منهما حوالي 987.67 ، 250.03 جنيه بنفس الترتيب ، وبإجراء اختبار (ت) للفرق بين متوسطي الفترتين (1980-1989) ، (1990-2004) تبين وجود فروق معنوية إحصائية عند مستوى المعنوية 1% .

ثانيا : الهوامش التسويقية المطلقة والنسبية لمحصول البطاطس خلال الفترة (1980-2004) :

- 1- الهوامش التسويقية على مستوى المنتج وتاجر الجملة :** بدراسة تطور الهامش التسويقي بين المنتج وتاجر الجملة خلال الفترة (1980-2004) كما هو وارد في الجدول رقم (5) ، تبين أن الهامش التسويقي للبطاطس بين المنتج وتاجر الجملة خلال تلك الفترة تراوح بين حد أدنى قدره 11.50 جنيه/طن تقريبا في عام 1983 ، وحد أقصى قدره 395.30 جنيه/طن تقريبا في عام 1995 ، ويتقدير القيم الاتجاهية للهامش التسويقي للبطاطس بين المنتج وتاجر الجملة خلال تلك الفترة تبين من الجدول رقم (6) والمعادلة رقم (1) أنها أخذت اتجاه تصاعدي بمعدل نمو قدره 8.32% تقريبا .
- 2- الهوامش التسويقية على مستوى تاجر الجملة وتاجر التجزئة :** بدراسة تطور الهامش التسويقي بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة خلال تلك الفترة كما هو وارد في الجدول رقم (5) ، تبين أن الهامش التسويقي للبطاطس بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة خلال تلك الفترة تراوح بين حد بين حد أدنى قدره 15 جنيه/طن تقريبا في عام 1984 ، وحد أقصى قدره 626 جنيه/طن تقريبا في عام 2003 ، ويتقدير القيم الاتجاهية للهامش التسويقي للبطاطس بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة خلال تلك الفترة تبين من الجدول رقم (6) والمعادلة رقم (2) أنها أخذت اتجاه تصاعدي بمعدل نمو قدره 12.16% تقريبا .
- 3- الفرق سعري فيما بين مستوى المنتج وتاجر التجزئة (الهوامش التسويقية الكلية) :** بدراسة تطور الهامش التسويقي بين المنتج وتاجر التجزئة خلال الفترة (1980 - 2004) كما هو وارد في الجدول رقم (4) ، تبين أن الهامش التسويقي للبطاطس بين المنتج وتاجر التجزئة خلال تلك الفترة تراوح بين حد أدنى قدره 38 جنيه/طن تقريبا تمثل حوالي 32.48% من سعر التجزئة وذلك في عام 1980 ، وحد أقصى قدره 884 جنيه/طن تقريبا تمثل حوالي 55.27% من سعر التجزئة وذلك في عام 2003 ، ويتقدير القيم الاتجاهية للهامش التسويقي للبطاطس بين المنتج وتاجر التجزئة خلال تلك الفترة تبين من الجدول رقم (5) والمعادلة رقم (3) أنها أخذت اتجاه تصاعدي بمعدل نمو قدره 10.56% تقريبا .

أثر سياسة التحرر الاقتصادي على الهوامش التسويقية لمحصول البطاطس:

1- أثر سياسة التحرر الاقتصادي على الهوامش التسويقية على مستوى المنتج وتاجر الجملة : ودراسة أثر تلك السياسة على الهوامش التسويقية على مستوى المنتج وتاجر الجملة كما هو وارد في جدولي رقم (7) ، (8) . تبين من جدول رقم (7) والمعادلة رقم (1) الأثر الايجابي للمتغير السوري (D) للفترتين الزمنيتين على الهوامش التسويقية على مستوى المنتج وتاجر الجملة ، والذي يمكن أن يعكسه الفرق بين مستوى الدالتين الواردة في نفس الجدول ، حيث تشير إلى ارتفاع مسطح الدالة في الفترة الثانية بحوالي 35.85 جنيه ، وقد تم التعبير عن ذلك بانتقال دالة الهوامش التسويقية على مستوى المنتج وتاجر الجملة بالكامل إلى أعلى كما هو وارد في الشكل البياني رقم (5) .

كما يتبين من البيانات الواردة في الجدول رقم (8) أن معدل النمو السنوي في الهوامش التسويقية على مستوى المنتج وتاجر الجملة خلال الفترة الثانية (1990-2004) أقل من نظيره خلال الفترة الأولى (1980-1989) حيث بلغ كل منهما حوالي -1.15% ، 2.61% بنفس الترتيب . كما تبين تفوق المتوسط السنوي للهوامش التسويقية على مستوى المنتج وتاجر الجملة خلال الفترة الثانية عنه خلال الفترة الأولى حيث بلغ كل منهما حوالي 212.60 ، 56.38 جنيه بنفس الترتيب ، وبإجراء اختبار (ت) للفرق بين متوسطي الفترتين (1980-1989) ، (1990-2004) تبين وجود فروق معنوية إحصائية عند مستوى المعنوية 1% .

2- أثر سياسة التحرر الاقتصادي على الهوامش التسويقية على مستوى تاجر الجملة وتاجر التجزئة : ودراسة أثر تلك السياسة على الهوامش التسويقية على مستوى تاجر الجملة وتاجر التجزئة كما هو وارد في جدولي رقم (7) ، (8) . تبين من جدول رقم (7) والمعادلة رقم (2) الأثر الايجابي للمتغير السوري (D) للفترتين الزمنيتين على الهوامش التسويقية على مستوى تاجر الجملة وتاجر التجزئة ، والذي يمكن أن يعكسه الفرق بين مستوى الدالتين الواردة في نفس الجدول ، حيث تشير إلى ارتفاع مسطح الدالة في الفترة الثانية بحوالي 8.43 جنيه ، وقد تم التعبير عن ذلك بانتقال دالة الهوامش التسويقية على

مجلة العلوم الزراعية والبيئية ، جامعة الإسكندرية - ج.م.ع. عدد (1) مجلد (5) (2006)

مستوى تاجر الجملة وتاجر التجزئة بالكامل إلى أعلى كما هو وارد في الشكل البياني رقم
(6) .

جدول رقم (5) : تطور الهوامش أو الفروق التسويقية للبطاطس خلال الفترة (1980 - 2004) .

السنوات	الهوامش التسويقية بالجنيه (منتج/تجزئة)	الهوامش التسويقية بالجنيه (جملة/تجزئة)	الهوامش التسويقية بالجنيه (منتج/جملة)
1980	38.0	22.7	15.3
1981	80.5	29.0	51.5
1982	94.7	48.3	46.4
1983	61.5	49.0	11.5
1984	98.0	15.0	83.0
1985	147.9	78.0	69.9
1986	68.4	36.0	32.4
1987	106.3	76.0	30.3
1988	143.5	76.0	67.5
1989	288.0	132.0	156.0
1990	369.4	142.0	227.4
1991	455.2	163.2	292.0
1992	392.2	145.0	247.2
1993	124.7	77.0	47.7
1994	313.8	111.6	202.8
1995	687.7	292.4	395.3
1996	469.6	229.4	240.2
1997	366.6	137.4	229.2
1998	477.0	86.0	391.0
1999	429.0	152.0	277.0
2000	463.0	406.0	57.0
2001	505.0	420.0	85.0
2002	525.0	437.0	88.0
2003	844.0	626.0	218.0
2004	737.0	546.0	191.0
المتوسط 2004/2000	614.80	487	127.80

المصدر : حسب من بيانات جدول (1) .

جدول رقم (6) : معادلات القيم الاتجاهية لتطور الهوامش التسويقية للبطاطس خلال الفترة
(2004-1980) .

المسلسل	المعادلة *	R ²	F
1	$\hat{y}_1 = 34.6295 e^{0.0832 x}$ (3.027) (3.742)	0.38	14.00
2	$\hat{y}_2 = 23.9395 e^{0.1216 x}$ (5.173) (9.354)	0.79	87.50
3	$\hat{y}_3 = 58.8336 e^{0.1056 x}$ (5.865) (9.464)	0.80	89.57

القيم بين الأقواس تمثل قيم اختبار (ت) .

* تمثل (\hat{y}_1) الهوامش التسويقية بين سعر الجملة والسعر المزرعي بالجنيه ، وتمثل (\hat{y}_2) الهوامش التسويقية بين سعر التجزئة وسعر الجملة بالجنيه ، وتمثل (\hat{y}_3) الهوامش التسويقية بين سعر التجزئة والسعر المزرعي بالجنيه ، بينما تمثل (x) الزمن (1 ، 2 ، ، 25) وذلك خلال الفترة (2004-1980) .

المصدر : حسبت من البيانات الواردة في الجدول رقم (5) .

جدول رقم (7) : معادلات الاتجاه العام الزمني للهوامش التسويقية لمحصول البطاطس خلال الفترة (1980-2004)

المسلسل	المعادلة *	R ²	F	D.W
1	$\log \hat{y}_1 = 1.390 + 0.381 \log x + 0.391 D$ (6.465) (1.302) (1.845)	0.50	12.99	1.708
الفترة الأولى	$\log \hat{y}_1 = 1.390 + 0.381 \log x$			
الفترة الثانية	$\log \hat{y}_1 = 1.781 + 0.381 \log x$			
2	$\text{Log } \hat{y}_2 = 1.156 + 0.783 \text{Log } x + 0.201 D$ (6.760) (3.363) (1.190)	0.69	27.76	1.357
الفترة الأولى	$\text{Log } \hat{y}_2 = 1.156 + 0.783 \text{Log } x$			
الفترة الثانية	$\text{Log } \hat{y}_2 = 1.357 + 0.783 \text{Log } x$			
3	$\log \hat{y}_3 = 1.573 + 0.633 \text{Log } x + 0.286 D$ (13.496) (3.990) (2.487)	0.82	55.16	1.759
الفترة الأولى	$\log \hat{y}_3 = 1.573 + 0.633 \text{Log } x$			
الفترة الثانية	$\log \hat{y}_3 = 1.859 + 0.633 \text{Log } x$			

القيم بين الأقواس تمثل قيم اختبار (ت) .

* تمثل (\hat{y}_1) الهامش التسويقي بين المنتج والجملة ، وتمثل (\hat{y}_2) الهامش التسويقي بين الجملة والتجزئة ، وتمثل (\hat{y}_3) الهامش التسويقي بين المنتج والتجزئة ، وتمثل (D) المتغير الصوري ، بينما تمثل (x) الزمن (1 ، 2 ، ، 25) وذلك خلال الفترة (1980-2004) .

المصدر : حسبت من بيانات جدول رقم (5) .

كما يتبين من البيانات الواردة في الجدول رقم (8) أن معدل النمو السنوي في الهوامش التسويقية على مستوى تاجر الجملة وتاجر التجزئة خلال الفترة الثانية (1990-2004) أقل من نظيره خلال الفترة الأولى (1980-1989) حيث بلغ كل منهما حوالي 9.39% ، 19.25% بنفس الترتيب . كما تبين تفوق المتوسط السنوي للهوامش التسويقية على مستوى تاجر الجملة وتاجر التجزئة خلال الفترة الثانية عنه خلال الفترة الأولى حيث بلغ كل منهما حوالي 264.73 ، 56.20 جنيه بنفس الترتيب ، وبإجراء اختبار (ت) للفرق بين متوسطي الفترتين (1980-1989) ، (1990-2004) تبين وجود فروق معنوية إحصائياً عند مستوى المعنوية 1% .

3- أثر سياسة التحرر الاقتصادي على الهوامش التسويقية على مستوى المنتج وتاجر التجزئة : ودراسة أثر تلك السياسة على الهوامش التسويقية على مستوى المنتج وتاجر التجزئة كما هو وارد في جدولي رقم (3) ، (4) . تبين من جدول رقم (7) والمعادلة رقم (3) الأثر الايجابي للمتغير الصوري (D) للفترتين الزمنيتين على الهوامش التسويقية على مستوى المنتج وتاجر التجزئة ، والذي يمكن أن يعكسه الفرق بين مستوى الدالتين الواردة في نفس الجدول ، حيث تشير إلى ارتفاع مسطح الدالة في الفترة الثانية بحوالي 44.28 جنيه ، وقد تم التعبير عن ذلك بانتقال دالة الهوامش التسويقية على مستوى المنتج وتاجر التجزئة بالكامل إلى أعلى كما هو وارد في الشكل البياني رقم (7) .

كما يتبين من البيانات الواردة في الجدول رقم (8) أن معدل النمو السنوي في الهوامش التسويقية على مستوى المنتج وتاجر التجزئة خلال الفترة الثانية (1990-2004) أقل من نظيره خلال الفترة الأولى (1980-1989) حيث بلغ كل منهما حوالي 4.71% ، 22.45% بنفس الترتيب . كما تبين تفوق المتوسط السنوي للهوامش التسويقية على مستوى المنتج وتاجر التجزئة خلال الفترة الثانية عنه خلال الفترة الأولى حيث بلغ كل منهما حوالي 477.33 ، 112.58 جنيه بنفس الترتيب ، وبإجراء اختبار (ت) للفرق بين متوسطي الفترتين (1980-1989) ، (1990-2004) تبين وجود فروق معنوية إحصائياً عند مستوى المعنوية 1% .

ثالثا : توزيع جنيه المستهلك بين كل من المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة :

1- تطور نصيب المنتج من جنيه المستهلك : بدراسة تطور نصيب المنتج من جنيه المستهلك خلال الفترة (1980-2004) كما هو وارد في الجدول رقم (9) تبين أن نصيب المنتج للبطاطس من جنيه المستهلك للبطاطس قد تراوح بين حد أدنى قدره 36.74% تقريبا في عام 1992 ، وحد أقصى قدره 79.62% تقريبا في عام 1993 ، بمتوسط بلغ حوالي 54.02% .

2- تطور نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك : بدراسة تطور نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك خلال الفترة (1980-2004) كما هو وارد في الجدول رقم (9) ، تبين أن نصيب تاجر الجملة للبطاطس من جنيه المستهلك قد تراوح بين حد أدنى قدره 5.76% تقريبا في عام 2000 ، وحد أقصى قدره 39.87% تقريبا في عام 1992 ، بمتوسط بلغ حوالي 22.09% .

3- تطور نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك : بدراسة تطور نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك خلال الفترة (1980-2004) كما هو وارد في الجدول رقم (9) ، تبين أن نصيب تاجر التجزئة للبطاطس من جنيه المستهلك قد تراوح بين حد أدنى قدره 6.67% تقريبا في عام 1984 ، وحد أقصى قدره 41.01% تقريبا في عام 2000 ، بمتوسط بلغ حوالي 23.89% .

جدول رقم (8) : أثر التحرر الاقتصادي على الهوامش التسويقية لمحصول البطاطس .

المتغير	الوحدة	المتوسط السنوي		معدل النمو السنوي*		قيمة (ت) للفرق بين متوسطي الفترتين**
		1989-80	2004-90	1989-80	2004-90	
منتج/جملة	جنيه	56.38	212.60	1.54	4.08	5.07
جملة/تجزئة	جنيه	56.20	264.73	21.94	4.54	4.41
منتج/تجزئة	جنيه	112.58	477.33	0.81	2.24	7.20

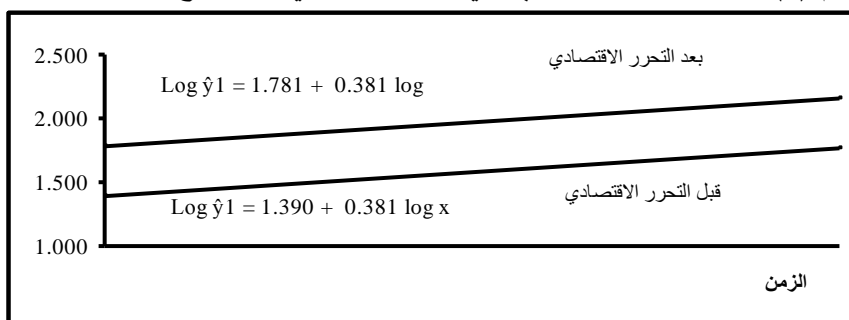
* تم تقدير معدل النمو استنادا إلى المعادلة : $k = \frac{C_1}{C_0} (1 + r)^n$

** معنوية عند مستوى معنوية 0.01 .

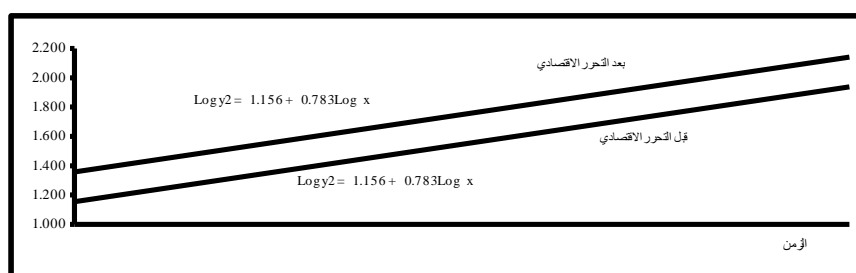
المصدر : حسب من بيانات جدول (5)

مجلة العلوم الزراعية والبيئية ، جامعة الإسكندرية - ج. م. ع. عدد (1) مجلد (5) (2006)

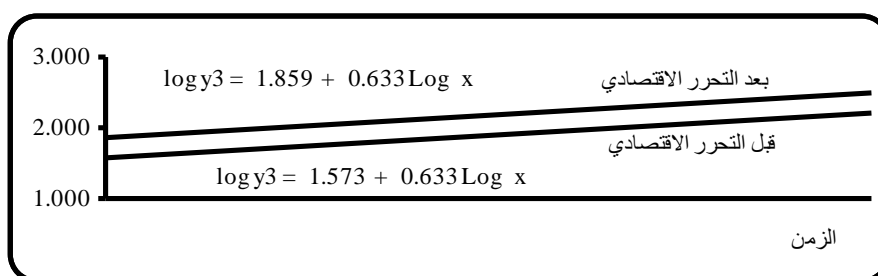
شكل رقم (5) : اثر التحرر الاقتصادي علي الهامش التسويقي بين المنتج وتاجر الجملة .



شكل رقم (6) : اثر التحرر الاقتصادي علي الهامش التسويقي بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة.



شكل رقم (7) : اثر التحرر الاقتصادي علي الهامش التسويقي بين المنتج وتاجر التجزئة



4- تطور نصيب جملة الوسطاء من جنيته المستهلك : بدراسة تطور نصيب جملة الوسطاء من جنيته المستهلك خلال الفترة (1980-2004) كما هو وارد في الجدول رقم (9) ، تبين أن نصيب جملة الوسطاء من جنيته المستهلك للبطاطس خلال الفترة (1980-2004) قد تراوح بين حد أدنى قدره 20.83% تقريبا في عام 1993 ، وحد أقصى قدره 63.26% تقريبا في عام 1992 ، ، بمتوسط بلغ حوالي 45.98% .

أثر التحرر الاقتصادي على توزيع جنيته المستهلك لمحصول البطاطس :

1- أثر التحرر الاقتصادي على نصيب المنتج : بدراسة أثر التحرر الاقتصادي على نصيب المنتج لمحصول البطاطس ، يتبين من البيانات الواردة في الجدول رقم (10) أن معدل النمو السنوي في نصيب المنتج من جنيته المستهلك خلال الفترة الثانية (1990-2004) أقل من نظيره خلال الفترة الأولى (1980-1989) حيث بلغ كل منهما حوالي - 4.62 % ، -3.39% بنفس الترتيب . كما تبين تفوق المتوسط السنوي لنصيب المنتج من جنيته المستهلك خلال الفترة الأولى عنه خلال الفترة الثانية حيث بلغ كل منهما حوالي 56.71% ، 52.23% بنفس الترتيب .

2- أثر التحرر الاقتصادي على نصيب تاجر الجملة : بدراسة أثر التحرر الاقتصادي على نصيب تاجر الجملة ، يتبين من البيانات الواردة في الجدول رقم (10) أن معدل النمو السنوي في نصيب تاجر الجملة من جنيته المستهلك خلال الفترة الثانية (1990-2004) أقل من نظيره خلال الفترة الأولى (1980-1989) حيث بلغ كل منهما حوالي 5.24 % ، 8.01% بنفس الترتيب . كما تبين تفوق المتوسط السنوي لنصيب تاجر الجملة خلال الفترة الأولى عنه خلال الفترة الثانية حيث بلغ كل منهما حوالي 51.43% ، 22.53% بنفس الترتيب .

3- أثر التحرر الاقتصادي على نصيب تاجر التجزئة : بدراسة أثر التحرر الاقتصادي على نصيب تاجر التجزئة لمحصول البطاطس ، يتبين من البيانات الواردة في الجدول رقم (10) أن معدل النمو السنوي في نصيب تاجر التجزئة من جنيته المستهلك خلال الفترة الثانية (1990-2004) أكبر من نظيره خلال الفترة الأولى (1980-1989) حيث بلغ كل منهما

مجلة العلوم الزراعية والبيئية ، جامعة الإسكندرية - ج. م. ع. عدد (1) مجلد (5) (2006)

حوالي 10.27 % ، 2.11% بنفس الترتيب . كما تبين تفوق المتوسط السنوي لنصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك خلال الفترة الثانية عنه خلال الفترة الأولى حيث بلغ كل منهما حوالي 25.24 % ، 21.86% بنفس الترتيب .

4- أثر التحرر الاقتصادي على نصيب الهيئات التسويقية : بدراسة أثر التحرر الاقتصادي على نصيب الهيئات التسويقية لمحصول البطاطس ، يتبين من البيانات الواردة في الجدول رقم (10) أن معدل النمو السنوي في نصيب الهيئات التسويقية من جنيه المستهلك خلال الفترة الثانية (1990-2004) أكبر من نظيره خلال الفترة الأولى (1980-1989) حيث بلغ كل منهما حوالي 8.61 % ، 4.85% بنفس الترتيب . كما تبين تفوق المتوسط السنوي لنصيب الهيئات التسويقية من جنيه المستهلك خلال الفترة الثانية عنه خلال الفترة الأولى حيث بلغ كل منهما حوالي 47.77 % ، 43.29% بنفس الترتيب .

جدول رقم (9) : توزيع جنيه المستهلك والكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس خلال الفترة (1980-2004) .

السنوات	نصيب المنتج %	نصيب تاجر الجملة %	نصيب تاجر التجزئة %	جملة نصيب الوسطاء %
1980	67.52	13.08	19.40	32.44
1981	51.81	30.83	17.36	48.19
1982	48.35	25.30	26.35	51.65
1983	64.41	6.76	28.833	35.59
1984	56.44	36.89	6.67	43.56
1985	46.78	25.16	28.06	53.22
1986	66.80	15.73	17.47	33.20
1987	64.10	10.22	25.68	35.90
1988	53.10	22.06	24.84	46.90
1989	47.83	28.26	23.91	52.17
1990	43.35	34.87	21.78	56.66
1991	42.03	37.19	20.78	57.97
1992	36.74	39.87	23.39	63.26
1993	79.63	7.79	12.58	20.37
1994	68.77	20.15	11.08	31.23
1995	46.95	30.49	22.56	53.05
1996	53.11	23.98	22.91	46.89
1997	59.87	25.09	15.04	40.13
1998	52.75	38.73	8.52	47.25
1999	54.83	29.17	16.00	45.17
2000	53.23	5.76	41.01	46.77
2001	51.11	8.23	40.66	48.89
2002	51.16	8.19	40.65	48.84
2003	44.73	14.28	40.99	55.27
2004	45.12	14.22	40.66	54.88
المتوسط 2004/200	49.07	10.14	40.79	50.93

المصدر : حسبت من بيانات جدول رقم (1) .

مجلة العلوم الزراعية والبيئية ، جامعة الإسكندرية - ج. م. ع. عدد (1) مجلد (5) (2006)

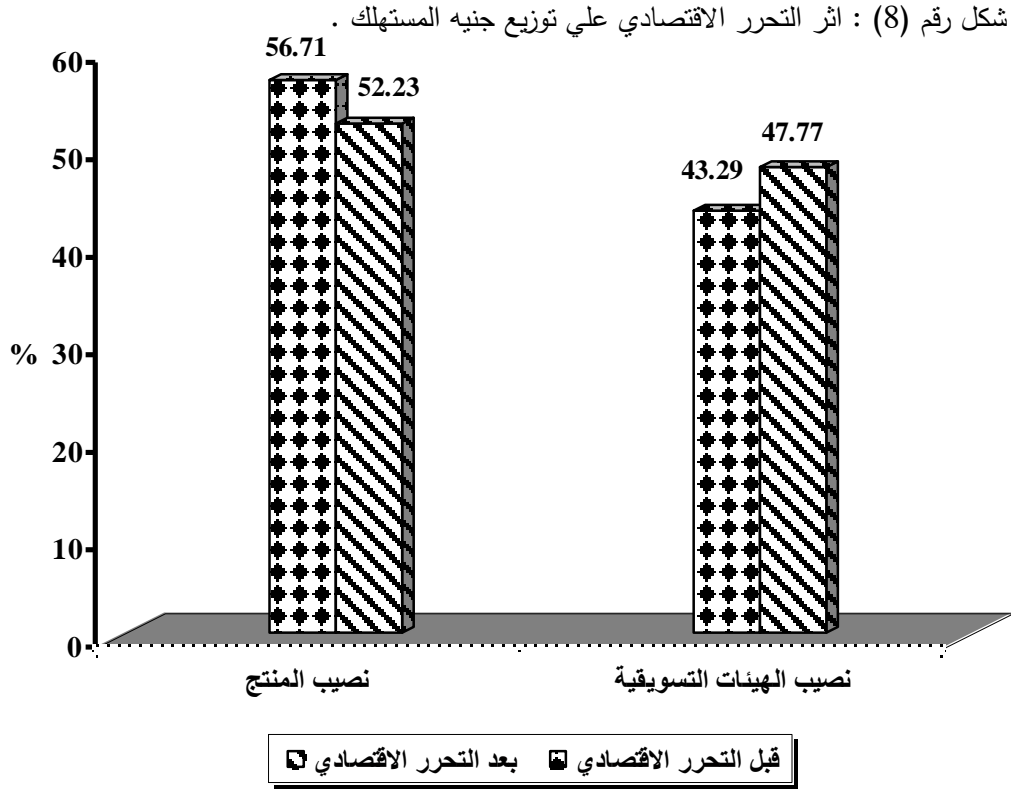
جدول رقم (10) : أثر التحرر الاقتصادي على توزيع جنيه المستهلك لمحصول البطاطس.

معدل النمو السنوي* %		المتوسط السنوي		الوحدة	المتغير
2004-90	1989-80	2004-90	1989-80		
4.62-	3.39-	52.23	56.71	%	نصيب المنتج
5.14	8.01	22.53	51.43	%	نصيب تاجر الجملة
10.27	2.11	25.24	21.86	%	نصيب تاجر التجزئة
8.61	4.85	47.77	43.29	%	نصيب الهيئات التسويقية

* تم تقدير معدل النمو استنادا إلى المعادلة : $K_t = K_{t-1} (1 + r)^n$

** معنوية عند مستوى معنوية 0.01 .

المصدر : حسب بيانات الواردة بجدول رقم (9)



الكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس :

ويتضح من مؤشرات كفاءة النظام التسويقي لمحصول البطاطس السابقة أن كفاءة النظام التسويقي لمحصول البطاطس بعد تطبيق التحرر الاقتصادي انخفضت مقارنة بالفترة السابقة ، حيث بلغ متوسط نصيب المنتج من جنيه المستهلك للبطاطس حوالي 52.23% بعد تطبيق التحرر الاقتصادي ، في حين بلغ حوالي 56.71% قبل تطبيق التحرر الاقتصادي ، بينما بلغ متوسط نصيب الهيئات التسويقية من جنيه المستهلك حوالي 47.77% بعد تطبيق التحرر الاقتصادي ، في حين بلغ حوالي 43.29% قبل تطبيق التحرر الاقتصادي .

التوصيات المنبثقة من الدراسة

علي ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج ، يمكن التوصل إلي مجموعة من التوصيات التي قد تفيد واضعي السياسة التسويقية لمحصول البطاطس في مصر وتساهم في رفع الكفاءة التسويقية للنظام التسويقي لهذا المحصول ، ولعل من أهم هذه التوصيات ما يلي : (1) ضرورة توفير قاعدة بيانات ومعلومات أساسية للنظام التسويقي لمحصول البطاطس في مصر ، مع ضرورة القيام بجمع البيانات عن التكاليف التسويقية في المسالك التسويقية المختلفة بصفة منتظمة وذلك بهدف دراسة كفاءة النظام التسويقي . (2) ضرورة إنشاء صندوق لتمويل استقرار الأسعار لحماية المنتج من تقلبات الأسعار حتى يقوم بزراعة المساحة التي يفى إنتاجها حاجة السوق الداخلي والسوق الخارجي . (3) ضرورة الاهتمام بالخدمات التسويقية بهدف خفض المصروفات التسويقية وبالتالي تحسين الكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس مما يؤدي إلي ارتفاع نصيب المنتج من جنيه المستهلك وحصوله علي أسعار لإنتاجه تتناسب مع ارتفاع تكاليف الإنتاج واستقرار دخول المنتجين من ناحية ، ومن ناحية أخرى حصول المستهلك علي السلعة بأسعار منخفضة . (4) ضرورة الاهتمام بتوفير مصادر بشروط مناسبة لتمويل إنتاج محصول البطاطس وتسويقه . (5) يجب أن يقوم الجهاز الإرشادي بجانب الجهاز الإعلامي بدور حيوي في نشر الوعي الاستهلاكي بين فئات الشعب المختلفة بصفة عامة والبطاطس بصفة خاصة ، والاهتمام بالإرشاد التسويقي لمحصول البطاطس المبني علي أسس علمية حديثة .

المراجع

- 1- محمد إبراهيم محمد الشهاوي ، دراسة اقتصادية للنظام التسويقي الزراعي المصري لمحصول الأرز في ضوء التحرر الاقتصادي ، رسالة دكتوراه ، قسم الاقتصاد الزراعي كلية الزراعة (سابقا باشا) ، جامعة الإسكندرية ، 2006.
- 2- محمد محمد الماحي (دكتور) ، وآخرون ، دراسة تحليلية للاتجاهات والعلاقات التسويقية والسعرية لمحصول الطماطم في مصر ، مجلة الإسكندرية للبحوث الزراعية ، مجلد 47 ، عدد 1 ، 2002 .
- 3- وزارة الزراعة والاستصلاح الأراضي ، قطاع الشؤون الاقتصادية ، الإدارة المركزية للإحصاء ، نشرة الاقتصاد الزراعي ، أعداد متفرقة .
- 4- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، النشرة الشهرية لمتوسط أسعار المواد الغذائية بسعر المستهلك ، أعداد متفرقة .
- 5- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، النشرة الربع سنوية لمتوسط أسعار المنتج والجملة للمواد الغذائية ، أعداد متفرقة .
- 6- Kohls, Richard B. H. O., Marketing of Agricultural Products, 2nd Edition, New York, 1962.
- 7- Kotler, Phelip, Principle of Marketing, Prentice-Hall, Inc., New Jersey, 1980.
- 8- Kotler, Phelip, Marketing Management: Analysis, Planning and Control, Prentice-Hall, Inc., New Jersey, 1984.

ENGLISH ABSTRACT

AN ECONOMIC STUDY FOR THE INTERNAL EGYPTIAN AGRICULTURE MARKETING SYSTEM OF POTATO CROP UNDER ECONOMIC LIBERALIZATION

The main objective of this research article is to know how to market the potato crop during the period of in the economic changes Egyptian Economies that take or deal with Economic liberalization system, this by focus the light on demerits that caused to this system and accordingly, trying to reach that fundamentals that due to raise levels of marketable system efficiency for this crop. Some of the study results are that: (1) Producer prices have changed from 79 pound per ton in 1980 to 692.20 pound per ton in the year 2004, with growth rate 9.50%, while wholesaler prices have changed from 94.30 pound per ton in 1980 to 1004 pound per ton in the year 1995, with growth rate 9.17%, and retailer prices have changed from 117 pound per ton in 1980 to 1527 pound per ton in the year 2003, with growth rate 10.09%. The study of economic liberalization policy effect on both producer prices, wholesaler prices and retailer prices; find that percentage has been raised in the second period for both about 50.82, 96.38, 95.46 pounds with the same arrangement. (2) The marketing margin between the producer and the wholesaler has changed from 11.50 pound per ton in 1983 to 395.30 pound per ton in the year 1995, with growth rate 8.32%, while the marketing margin between the wholesaler and the retailer has changed from 15 pound per ton in 1984 to 626 pound per ton in the year 2003, with growth rate 12.16%, and the marketing margin between the producer and the retailer has changed from 38 pound per ton in 1980 to 884 pound per ton in the year 2003, with growth rate 10.05%. The study of economic liberalization policy effect on both the marketing margin between the producer and the wholesaler, the marketing margin between the wholesaler and the retailer and the marketing margin between the producer and the retailer; find that percentage has been raised in the second period for both about 35.85, 8.43, 44.28 pounds with the same arrangement. The study shown that efficiency of marketing system for

potato after applying economic liberalization drop as a comparison to the previous period, average of producer share of potato of pound to potato consumer about 52.23% after applying economic liberalization, while it reached about 56.71% before applying economic liberalization, while average of markets share about 47.77% after applying economic liberalization, while it reached about 43.29% before applying economic liberalization.

The study results, suggests some useful recommendations in order to raise efficiency of marketing system for this crop, the most important of these recommendations are : (1) seated necessity saving of statements and information essential for the regime marketing for output the potato in Egypt, with necessity of the rising in gathering of the statements about the marketing costs in the marketing paths different in regular characteristic and that with the aim of study qualification of the marketing regime. (2) necessity establishing of box to stability of the prices for protection waver produced from transformations the prices corroded agriculture of the area straightens in which her production interior need the market and the external drivings. (3) necessity of the interest in the marketing services with the aim of marketing lowering the expenses and consequently marketing improvement the qualification for output of the potato of which rise of share performs to produced from pound consumed and his occurrence on prices for production suits with rise costs of the production and stability of entering produced from aspect, and from last aspect of occurrence consumed on the merchandise in low prices. (4) necessity of the interest in saving of sources conditionally suitable to production output of the potato and his waver marketing. (5) Guiding system should besides media system play an important role in spreading consumption awareness among people classes as general an potato especially, and care of marketing guidance for potato which based on modern scientific basis.