

AN ECONOMIC STUDY FOR MARKETING CHANNELS OF GRAPES CROP IN GHARBIA GOVERNORATE

Abou Saad, H.N.* and M.A.Elsawy.**

* Faculty of agriculture Menofiya university.

** Agric, Economic Res. Inst, Agric .Res. Center.

دراسة اقتصادية للمسالك التسويقية لمحصول العنب بمحافظة الغربية

حسن نبيه أبوسعد* و محمد عبد الخالق الصاوي**

كلية الزراعة جامعة المنوفية

** معهد بحوث الاقتصاد الزراعي بمركز البحوث الزراعية

ملخص البحث والنتائج

تعتبر عملية التسويق الزراعي من العمليات الهامة للمنتج والمستهلك ، حيث يتم من خلالها تصريف المنتجات الخاصة بالمزارع بالسعر الذي يحقق له عائدا مجزيا يعمل على استمراره في الانتاج ، وتمثل عملية التسويق عقبة لمزارعي العنب وذلك نظرا لتعدد المسالك التسويقية وكثرة الوسطاء ، ويهدف هذا البحث الى معرفة المسالك التسويقية لمحصول العنب بمحافظة الغربية وكفائتها التسويقية ، ولقد أوضحت الدراسة النتائج التالية :

- 1- زيادة الوسطاء تؤدي إلى زيادة الهوامش التسويقية مما يعمل على انخفاض نصيب المنتج من سعر المستهلك ، حيث بلغ نحو ٥٧٪ و ٥٨٪ و ٦٨٪ في المسلك الأول و الثاني و الثالث على الترتيب ، كما يؤدي الى انخفاض الكفاءة التسويقية حيث بلغت نحو ٤١,٨٪ و ٤٦,٢٪ و ٥٣,١٪ في المسلك الأول والثاني والثالث على الترتيب، وان زيادة الوسطاء يؤدي الى زيادة سعر المستهلك مما يؤدي الى عدم رضا المستهلكين وتقليل الكمية المشتراه .
- ٢- زيادة نصيب تاجر التجزئة من جنبه المستهلك عن نصيب تاجر الجملة في جميع المسالك التسويقية .
- ٣- ارتفاع السعر المزرعي الذي يحصل عليه المنتج كلما قل عدد الوسطاء حيث بلغ السعر المزرعي في المسلك الأول ٣٢٥٠ ونحو ٣٤٠٠ في المسلك الثاني ونحو ٣٧٥٠ جنيهاً للطن في المسلك الثالث .

المقدمة

تعتبر عملية التسويق الزراعي من العمليات الهامة للمنتج والمستهلك، حيث يتم من خلالها تصريف المنتجات الخاصة بالمزارع بالسعر الذي يحقق له عائد مجزيا يعمل على استمراره في الانتاج، اما بالنسبة للمستهلك فهو المصدر الرئيسي للحصول على السلعة التي يحتاجها في الوقت والشكل والمكان المناسب وبالسعر الذي يناسب دخله النقدي. ويعتبر محصول العنب من محاصيل الفاكهة التصديرية الهامة التي يتم تصديرها الى الدول الأوروبية والعربية، وتبلغ كمية صادرات مصر من العنب حوالي ٨٠ ألف طن تقدر قيمتها بنحو ١٢٣ مليون دولار^(١)، وتشير التقديرات الى أن المساحة المزروعة بالعنب بلغت حوالي ١٥٧,٨ ألف فدان تنتج حوالي ١,٤ مليون طن وذلك في عام ٢٠١٢^(٢)، ومن الجدير بالذكر أن محافظة الغربية تأتي في المرتبة الثالثة على مستوى الجمهورية من حيث المساحة المزروعة بالعنب، حيث تبلغ المساحة المزروعة بالعنب بمحافظة الغربية حوالي ١٠٧١١ فداناً، تنتج حوالي ٧٢,٢٤ ألف طن ، بمتوسط إنتاجية بلغ حوالي ٧,١ طناً للفدان وذلك في عام ٢٠١٣^(١) .

مشكلة البحث :

تعتبر تكاليف انتاج محصول العنب مرتفعة نسبيا مقارنة بالمحاصيل الحقلية لما تتطلبه طبيعة المحصول من تربية ورعاية خاصة ، كما تعتبر الفترة الانتاجية طويلة مقارنة بالمحاصيل الحقلية ، وعلى الرغم من ذلك فان عملية التسويق تمثل العقبة الأصعب لمزارعي العنب، وذلك حيث يعتبر محصول العنب من المحاصيل سريعة التلف وخاصة في مرحلة النضج ، نظرا لتعرض المحصول خلال هذه المرحلة للاصابة بالأمراض الفطرية والحشرات التي تؤدي الى فرط العناقيد، هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى فان تعدد المسالك التسويقية وكثرة الوسطاء الذين لايقومون الا بالعمليات التسويقية الضرورية كالنقل وعرض

المحصول بالأسواق للمستهلك، مما يزيد من صعوبة العملية التسويقية، الأمر الذي تطلب إجراء هذا البحث لمعرفة المسالك التسويقية لمحصول العنب وكفائتها التسويقية .

الهدف من البحث :

يهدف هذا البحث الى معرفة المسالك التسويقية لمحصول العنب بمحافظة الغربية ومدى كفايتها التسويقية من خلال الأهداف الفرعية الآتية :

- ١- تحليل التكاليف والعائد لمحصول العنب .
- ٢- دراسة الهوامش والتكاليف التسويقية للمسالك التسويقية المختلفة وكذا الكفاءة التسويقية لكل منها.
- ٣- تحديد المشاكل التسويقية التي تواجه المنتج والوسطاء والحلول المقترحة لها .

الاسلوب البحثي ومصادر البيانات

اعتمدت الدراسة على اسلوب التحليل الإحصائي الوصفي والكمي للمتغيرات الاقتصادية موضع الدراسة ، بالإضافة لاسلوب الاحصاء التحليلي باستخدام الانحدار البسيط لتحليل البيانات ، وقد اعتمدت الدراسة على مصدرين رئيسيين للبيانات أولهما البيانات الثانوية المنشورة في النشرة الإحصائية الزراعية ، والبيانات التي يصدرها قطاع الشؤون الاقتصادية بوزارة الزراعة ، أما المصدر الثاني للبيانات فقد تمثل في البيانات الأولية التي تم الحصول عليها من عينة الدراسة خلال الموسم الزراعي (٢٠١٣ - ٢٠١٤) بمحافظة الغربية .

عينة البحث

تم إعداد ثلاث استمارات استبيان الأولى خاصة بمزارعي العنب ، والثانية خاصة بتجار الجملة والثالثة خاصة بتجار التجزئة لمحصول العنب ، و تم جمع بيانات استمارة الإستبيان الخاصة بمزارعي العنب خلال الموسم الزراعي ٢٠١٣ / ٢٠١٤ ، و تم اختيار مركزى السنطة وزفتى وذلك وفقاً للأهمية النسبية لهما من حيث المساحة المزروعة بمحصول العنب حيث بلغت المساحة المزروعة بمركزى السنطة وزفتى حوالى ٦٩٦٨ و ١٥١٥ فدانا تمثل حوالى ٦٥,١% و ١٤,١% على الترتيب من مساحة محصول العنب بمحافظة الغربية البالغة نحو ١٠٧١١ فدانا،^(١) و تم اختيار قريتين من كل مركز وفقاً للأهمية النسبية لهما من حيث المساحة، ومن خلال السجلات الخاصة بالجمعيات التعاونية بالقرى تم إختيار عينه عشوائية بسيطة من مزارعي العنب بلغ عددهم ١٤٢ مزارعا وفقاً لقانون تقدير حجم العينات الاحصائية .

تشير بيانات الجدول رقم (١) إلى توزيع عينة الدراسة على المراكز المختارة بمحافظة الغربية ، و يتضح من البيانات أن مساحة محصول العنب بمركز السنطة بلغت نحو ٦,٩٧ ألف فدان ، وبلغ عدد الحائزين ٩,٨٣ ألف حائزاً ، وبلغ المتوسط الهندسي لنسبة عدد الحائزين ومساحتهم حوالى ٨٠,٥٤% ، وبذلك تم إختيار ١١٤ من مزارعي العنب من مركز السنطة ، كما تشير بيانات نفس الجدول إلى أن مساحة محصول العنب بمركز زفتى بلغت حوالى ١,٥٢ ألف فدان وبلغ عدد الحائزين ٢,٦٤ ألف حائزاً ، و بلغ المتوسط الهندسي لنسبة عدد الحائزين ومساحتهم حوالى ١٩,٥٥% ، وبذلك فقد تم إختيار ٣٨ مزارعا من مركز زفتى .

جدول رقم (١) توزيع عينة الدراسة على المراكز المختارة بمحافظة الغربية

مراكز	مساحة العنب		اعداد الحائزين		عدد أفراد العينة
	بالآلاف الفدان	%	بالآلاف مزارع	%	
السنطة	٦,٩٧	٨٢,١	٩,٨٣	٧٨,٨	١١٤
زفتى	١,٥٢	١٧,٩	٢,٦٤	٢١,٢	٣٨
الأجمالى	٨,٤٩	١٠٠	١٢,٤٧	١٠٠	١٤٢

المصدر :- مديرية الزراعة بمحافظة الغربية ، سجلات ادارة البساتين ، بيانات غير منشورة عام ٢٠١٤ .

تشير بيانات الجدول رقم (٢) إلى أنه تم اختيار قريتي شنراق والبندره من مركز السنطة وفقاً للأهمية النسبية للمساحة المزروعة بالعنب ، حيث بلغت مساحة محصول العنب بالقريتين حوالى ٨٧٢ فدانا و ٦١٧ فدانا ، وبلغ عدد الحائزين نحو ٩٩٨ مزارعا و ٨٣٧ مزارعا على التوالي ، و باستخدام المتوسط الهندسي لنسبة عدد الحائزين ومساحتهم تم اختيار ٦٤ مزارعا من قرية شنراق و ٥٠ مزارعا من قرية البندره ليبلغ عدد المشاهدات من مركز السنطة نحو ١١٤ مزارعا ، و تم اختيار قريتي نهطاي وسمبو من مركز زفتى ، حيث بلغ عدد الحائزين لمحصول العنب نحو ٥١٦ مزارعا و ٤٨٢ مزارعا بحوزتهم حوالى ٤١٢ فدانا و ٣٩٠ فدانا على التوالي ، و باستخدام المتوسط الهندسي لنسبة عدد الحائزين ومساحتهم تم اختيار ٢٠ مزارعا من قرية نهطاي و ١٨ مزارعا من قرية سمبو وبذلك يبلغ عدد المشاهدات من مركز زفتى حوالى ٣٨ مزارعا .

جدول رقم (٢) توزيع عينة الدراسة على القرى المختارة بمحافظة الغربية.

المركز	القرية	مساحة العنب		اعداد الحائزين		عدد مفردات العينة
		بالفدان	%	مزارع	%	
لسنطة	شئراق	٨٧٢	٥٨,٦	٩٩٨	٥٤,٤	٦٤
	البندرة	٦١٧	٤١,٤	٨٣٧	٤٥,٦	٥٠
	الجملة	١٤٨٩	١٠٠	١٨٣٥	١٠٠	١١٤
زفتى	نهطاي	٤١٢	٥١,٤	٥١٦	٥١,٨	٢٠
	سمبو	٣٩٠	٤٨,٦	٤٨٢	٤٨,٢	١٨
	الجملة	٨٠٢	١٠٠	٩٩٨	١٠٠	٣٨
الأجمالى						١٤٢

المصدر : - مديرية الزراعة بمحافظة الغربية ، سجلات الادارة الزراعية بالسنطة وزفتى ، بيانات غير منشورة عام ٢٠١٤ .

النتائج ومناقشتها

أولاً : الاتجاه العام لتكاليف الانتاج والعائد الكلى وصافى العائد لفدان من محصول العنب بمحافظة الغربية :

١- تطور التكاليف الإنتاجية للفدان
توضح بيانات الجدول (٣) أن القيم الجارية لتكاليف إنتاج فدان العنب بدون الإيجار خلال فترة الدراسة (١٩٩٩-٢٠١٣) قد تراوحت بين حد أدنى بلغ نحو ٣٢٧٥ جنيهاً عام ١٩٩٩ ، وحد أعلى بلغ ٤٠٢٠ جنيهاً عام ٢٠١٣ ، وبمتوسط سنوى بلغ ٣٥٧٩ جنيهاً خلال نفس الفترة ، وتوضح المعادلة رقم (١) بالجدول (٤) أن تكاليف إنتاج فدان العنب تتزايد سنوياً بنحو ٥٩,٥ جنيهاً وأن هذه الزيادة معنوية إحصائياً عند مستوى ٠,١ ، وبلغ معدل التغير السنوى نحو ١,٦٦ % من المتوسط السنوى لتكلفة الفدان من العنب خلال مرحلة الدراسة ، كما يوضح معامل التحديد (R^2) أن ٩٢% من التغيرات التى تحدث فى تكلفة إنتاج الفدان ترجع إلى التغير فى العوامل التى يعكس أثرها عامل الزمن مع افتراض ثبات باقى العوامل المؤثرة دون تغير ، وذلك خلال الفترة موضع الدراسة .

٢- تطور السعر المزرعى
توضح البيانات الواردة بالجدول (٣) أن السعر المزرعى الجارى للطن من محصول العنب قد تراوح بين حد أدنى بلغ ١٧٥٠ جنيهاً للطن عام ١٩٩٩ ، وحد أعلى بلغ نحو ٤٥٠٠ جنيهاً للطن عام ٢٠١٣ ، وبمتوسط سنوى بلغ نحو ٣٠٠٠ جنيهاً خلال مرحلة الدراسة (١٩٩٩-٢٠١٣) ، و توضح المعادلة رقم (٢) بالجدول رقم (٤) أن السعر المزرعى للطن من محصول العنب يتزايد سنوياً بنحو ١٩٠ جنيهاً للطن وأن هذه الزيادة معنوية إحصائياً عند مستوى ٠,٠١ ، وبلغ معدل التغير السنوى للسعر المزرعى نحو ٦,٣% من المتوسط السنوى للسعر المزرعى خلال مرحلة الدراسة، كما يوضح معامل التحديد (R^2) أن ٩٢% من التغيرات التى تحدث فى السعر المزرعى خلال مرحلة الدراسة ترجع إلى التغير فى العوامل التى يعكس أثرها عامل الزمن بافتراض ثبات باقى العوامل المؤثرة على السعر دون تغير ، وذلك خلال الفترة موضع الدراسة .

جدول (٣) الإنتاجية الفدانية والإنتاج الكلى من العنب بمحافظة الغربية خلال الفترة (١٩٩٩-٢٠١٣).

السنة	تكلفة الفدان بالجنيه	السعر المزرعى جنيهه / طن	العائد الكلى للفدان بالجنيه	صافى العائد بالجنيه
١٩٩٩	٣٢٧٥	١٧٥٠	٩٦٢٥	٦٣٥٠
٢٠٠٠	٣٢٧٥	٢٠٠٠	١١٣٠٠	٨٠٢٥
٢٠٠١	٣٣٢٥	٢٠٠٠	١٢٥٠٠	٩١٧٥
٢٠٠٢	٣٣٢٥	٢٠٠٠	١٢٢٥٠	٨٩٢٥
٢٠٠٣	٣٤٠٠	٢٢٥٠	١٤٢٨٧	١٠٨٨٧
٢٠٠٤	٣٤٠٠	٢٢٥٠	١٦١٨٧	١٢٧٨٧
٢٠٠٥	٣٤٥٠	٢٢٥٠	١٦٠٠٠	١٢٥٥٠
٢٠٠٦	٣٤٥٠	٢٢٥٠	١٦٠٦٢	١٢٦١٢
٢٠٠٧	٣٤٥٤	٣٠٠٠	١٨٩٩٩	١٥٤٥٤
٢٠٠٨	٣٦٤٥	٣٠٠٠	١٧١٨١	١٣٥٣٦
٢٠٠٩	٣٦٤٥	٣٠٠٠	٢١٤٩٢	١٧٨٤٧
٢٠١٠	٣٩٦٠	٤٠٠٠	٢٤٥٤٠	٢٠٥٨٠
٢٠١١	٣٩٦٠	٣٥٠٠	٢٣٥٠٦	١٩٥٤٦
٢٠١٢	٤٠١٠	٤٠٠٠	٢٨٨٠٠	٢٤٧٠٠
٢٠١٣	٤٠٢٠	٤٥٠٠	٣١٨٦٩	٢٧٨٥٩
المتوسط	٣٥٧٩	٣٠٠٠	١٨٣٠٧	١٤٧٢٢

المصدر : مديرية الزراعة بالغربية ، إدارة البساتين ، بيانات غير منشورة .

٣- تطور العائد الكلي لفدان العنب

توضح البيانات الواردة بالجدول رقم (٣) أن القيم الجارية للعائد الكلي لفدان العنب قد تراوحت بين حد أدنى بلغ نحو ٩٦٢٥ جنيهاً عام ١٩٩٩، وحد أعلى بلغ نحو ٣١٨٦٩ جنيهاً عام ٢٠١٣، وبمتوسط سنوي بلغ نحو ١٨٧٠٣ جنيهاً خلال فترة الدراسة (١٩٩٩-٢٠١٣)، كما توضح المعادلة رقم (٣) بالجدول رقم (٤) أن العائد الكلي من فدان العنب يتزايد سنوياً بنحو ١٣٩٨,٢ جنيهاً وأن هذه الزيادة معنوية إحصائياً عند مستوى ٠,٠١، كما بلغ معدل التغير السنوي للعائد من فدان العنب نحو ٧,٦٪ من المتوسط العام للعائد من فدان العنب خلال مرحلة الدراسة، كما يوضح معامل التحديد (R^2) أن ٩٢٪ من التغيرات التي تحدث في العائد الكلي من فدان العنب ترجع إلى التغير في العوامل التي يعكس أثرها عامل الزمن مع إفتراض ثبات باقي العوامل الأخرى دون تغير، وذلك خلال الفترة موضع الدراسة.

جدول (٤) معادلات الاتجاه العام للتكلفة والعائد للفدان لمحصول العنب بمحافظة الغربية خلال الفترة (١٩٩٩ - ٢٠١٣)

المتغيرات	رقم المعادلة	المعادلة	المتوسط	معدل التغير٪	R^2	F
تكلفة الفدان	١	ص ^١ = ٣١٠٣ + ٥٩,٥س (١١,٣)	٣٥٧٩	١,٧	٠,٩٢	**١٤٧,٢
السعر المزرعى	٢	ص ^٢ = ١٩ + ١,٤٧س (١٢,١)	٣	٦,٣	٠,٩٢	**١٤٧,٢
العائد الكلي	٣	ص ^٣ = ١٣٩٨,٢ + ٧١٢٠,٨س (١٢,١)	١٨٣,٧	٧,٦	٠,٩٢	**١٤١,٥
صافى العائد	٤	ص ^٤ = ١٣٣٧,١ + ٤٠٢٥,٩س (١١,٦٦)	١٤٧٢٢	٩,١	٠,٩١	**١٣٦,١

** معنوى عند مستوى المعنوية ٠,٠١ * معنوى عند مستوى المعنوية ٠,٠٥

المصدر: تحليل بيانات الجدول رقم (٣)

٤ - تطور صافى العائد لفدان العنب

توضح البيانات الواردة بالجدول (٣) أن القيم الجارية لصافى العائد لفدان العنب قد تراوحت بين حد أدنى بلغ نحو ٦٣٥٠ جنيهاً عام ١٩٩٩ وحد أعلى بلغ نحو ٢٧٨٥٩ جنيهاً عام ٢٠١٣، وبمتوسط سنوي بلغ حوالى ١٤٧٢٢ جنيهاً خلال فترة الدراسة (١٩٩٩-٢٠١٣)، كما توضح المعادلة رقم (٤) بالجدول رقم (٤) أن صافى العائد لفدان العنب يتزايد سنوياً بحوالى ١٣٣٧,١ جنيهاً خلال مرحلة الدراسة وأن هذه الزيادة معنوية إحصائياً عند مستوى المعنوية ٠,٠١، وبلغ معدل التغير السنوي نحو ٩,١٪ من المتوسط السنوي لصافى العائد خلال نفس الفترة، كما يوضح معامل التحديد (R^2) أن ٩١٪ من التغيرات التي تحدث في صافى العائد ترجع إلى التغير في العوامل التي يعكس أثرها عامل الزمن مع إفتراض ثبات باقي العوامل المؤثرة على صافى العائد دون تغير.

ثانياً :- التكاليف والعائد للفدان من محصول العنب بمحافظة الغربية عام ٢٠١٤ .

١- تكاليف إنشاء فدان من العنب

تتطلب دراسة تكاليف الإنتاج لمحصول العنب دراسة تكاليف الإنشاء حيث أن محصول العنب من المحاصيل البستانية المعمرة، التي تمكث في الأرض نحو ٢٥ عاما وتحتاج إلى شبكة من السلك الصلب مثبتة على دعائم من الحديد توزع على الأرض بطريقه هندسيه لتحمل الأفرع و الثمار، ويتم إنشاء محصول العنب في العام الأول بزراعة الشتلات وعمل شبكة الحديد والسلك في العام الثانى، مما يستلزم دراسة تكاليف الإنشاء منفصله عن تكاليف الإنتاج حيث تحسب تكاليف الإنشاء ويخصم منها قيمة الحديد والسلك (الخرده) وخشب الأشجار في نهاية العمر الإنتاجى ويتم قسمتها على العمر الإنتاجى للأشجار وذلك للحصول على قسط الإهلاك الثابت^(١) ويضاف قسط الإهلاك الثابت الى تكاليف الإنتاج، ويوضح الجدول رقم (٥) تكلفة إنشاء فدان من العنب موزعة على العمليات الزراعيه بمحافظة الغربية، ومن البيانات يتضح أن تكلفة العمليات الزراعيه توزع بين العمل البشرى والعمل الألى بنسبه ٧١,٨٪ بنسبه ٢٨,٢٪ على التوالى، وأن أهم العمليات التي يقوم بها العمل البشرى وفقا لترتيب اجراؤها فى الحقل هى نثر السماد البلدى، عمل الجور، زراعة الشتلات، الرى، ونثر السماد الكيماوى، عمل حفرة للحديد، تثبيت الحديد، شد السلك و التقليم والتربيط حيث بلغت حوالى ٢٥٠، ٧٥٠، ٥٠٠، ١٥٠، ٦٠، ٤٥٠، ٣٠٠، ٢٠٠ و ٣٠٠ جنيهاً على الترتيب، وكانت أهم العمليات التي يقوم بها العمل الألى هى نقل السماد البلدى، الحرث، التسويه بالليزر، الرى و العزيق حيث بلغت نحو ١٢٠، ٢٥٠، ٤٠٠، ١٥٠، ٢٤٠ جنيهاً على الترتيب .

جدول رقم (٥) تكلفه إنشاء فدان من محصول العنب بمحافظة الغربية عام ٢٠١٤ موزعه على العمليات الزراعيه

نوع العمل	العمل الالى		العمل البشرى		اجمالي التكاليف بالجنيه
	ساعة	التكلفة بالجنيه	ساعة	التكلفة بالجنيه	
قل ونثر السماد البلدى	٤	١٢٠	١٦	٢٥٠	٣٧٠
حرت*	٣	٢٥٠	-	-	٢٥٠
سوية بالليزر*	٥	٤٠٠	-	-	٤٠٠
عمل جور	-	-	٦٠	٧٥٠	٧٥٠
زراعه شتلات	-	-	٣٠	٥٠٠	٥٠٠
رى	١٥	١٥٠	١٥	١٥٠	٣٠٠
تسميد كىماوى	-	-	٦	٦٠	٦٠
عزيق	٥	٢٤٠	-	-	٢٤٠
عمل حفر الحديد	-	-	١٥	٤٥٠	٤٥٠
تثبيت الحديد	-	-	١٠	٣٠٠	٣٠٠
شد السلك	-	-	٥	٢٠٠	٢٠٠
تقليم وتربيط	-	-	٢٠	٣٠٠	٣٠٠
الإجمالى	٢٢	١١٦٠	١٦١	٢٩٦٠	٤١٢٠

*متضمنة أجر السائق (العمل البشرى)

المصدر : جمعت وحسبت بيانات عينة الدراسة .

كما يوضح الجدول رقم (٦) تكلفة إنشاء فدان من محصول العنب موزعه على مستلزمات الإنتاج ، و من البيانات يتضح أن أهم مستلزمات الإنتاج اللازمه لإنشاء فدان من العنب تتمثل فى الحديد ، السلك ، الشتلات، السماد البلدى الأسمده الكىماويه ومواد البناء (أسمنت، زلط ورمل) حيث بلغت حوالى ، ١٧٥٠٠ ، ٣٠٠٠ ، ١٥٠٠ ، ١٢٠٠ ، ٦٧٥ ، ٤٦٠ جنيهاً على الترتيب، ومما سبق فان اجمالى تكلفة إنشاء فدان من العنب بلغت حوالى ٣٥٣٥٥ جنيهاً، ومن بيانات عينة الدراسة بلغت قيمة الخردة من الحديد والسلك وخشب الأشجار فى نهاية العمر الانتاجى نحو ١٠٧٣٠ جنيهاً، وبطرح قيمتها من اجمالى تكاليف الانشاء وقسمه الناتج على العمر الانتاجى المقدر بنحو ٢٥ عاما فان قسط الإهلاك الثابت يقدر بنحو ٩٨٥ جنيهاً تضاف إلى التكاليف الإنتاجية سنوياً.

جدول (٦) تكلفة إنشاء فدان من محصول العنب بمحافظة الغربية موزعه على مستلزمات الإنتاج عام ٢٠١٤

الوصف	الوحدة	الكمية	السعر جنيهه	الإجمالى
شتلات	شتلته	١٠٠٠	١,٥	١٥٠٠
سماد بلدى	م	٣٠	٤٠	١٢٠٠
سماد فوسفاتى	شيكاره	٦	٥٠	٣٠٠
سماد نيتروجينى	شيكاره	٥	٧٥	٣٧٥
حديد	طن	٣,٥	٥٠٠٠	١٧٥٠٠
سلك	كيلو جرام	٥٠٠	٦	٣٠٠٠
أسمنت	شيكاره	٨	٣٥	٢٨٠
زلط	م	١٠	١٠٠	١٠٠٠
رمل	م	٢	٤٠	٨٠
إجمالى المستلزمات				٢٥٢٣٥
إجمالى تكلفة العمليات				٤١٢٠
الايجار				٦٠٠٠
إجمالى تكلفة الفدان				٣٥٣٥٥

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة .

٢ - تكاليف الإنتاج لفدان عنب مثمر

توضح بيانات الجدول رقم (٧) تكاليف إنتاج فدان من محصول العنب المثمر موزعه على العمليات الزراعيه تتوزع بأهميه نسبيه بلغت حوالى ٦٣,٨٪ للعمل البشرى و ٣٦,٢٪ للعمل الالى ، وأن أهم العمليات التى يقوم بها العمل البشرى وفقا لترتيب اجرؤها هى نثر السماد البلدى ، التقليم والتربيط ، نثر السماد الكىماوى ، الرى ، مقاومة الافات ، تحبيس البراعم ، قطف الاوراق وقطف المحصول ، حيث بلغت

حوالى ٢٥٠، ٢٤٠، ١٠٠، ١٥٠، ١٨٠، ١٨٠، ٤٠٠، و ١٢٠٠ جنيهاً على الترتيب ، فى حين كانت أهم العمليات التى يقوم بها العمل الالى هى نقل السماد البلدى ، العزيق ،نقل السماد الكيماوى ، الرى ومقاومة الافات ،حيث بلغت حوالى ١٢٠، ٩٦٠، ٣٠٠ ، ٢٠٠ و ٢٢٥ جنيهاً على الترتيب

جدول رقم (٧) تكاليف الإنتاج لفدان عنب مثمر موزعه على العمليات الزراعية بمحافظة الغربية ٢٠١٤

الإجمالي	العمل البشرى						العمل الالى			نوع العمل
	نساء			رجال			ساعة	التكلفة	%	
	ساعة	التكلفة	%	ساعة	التكلفة	%				
٣٧٠	-	-	-	٦٧,٣	٢٥٠	١٦	٣٢,٤	١٢٠	٤	نقل ونثر السماد البلدى
٢٤٠	-	-	-	١٠٠	٢٤٠	٢٥	-	-	-	تقليم وترتيب
٩٦٠	-	-	-	-	-	-	١٠٠	٩٦٠	٢٤	عزيق
١٣٠	-	-	-	٧٧	١٠٠	٢	٢٣	٣٠	١	نقل ونثر السماد كيماوى
٣٥٠	-	-	-	٤٣	١٥٠	٥	٥٧	٢٠٠	٢٠	الري
٤٠٥	-	-	-	٤٣,٥	١٨٠	٩	٥٥,٥	٢٢٥	٩	مقاومة فئات وأمراض
١٨٠	-	-	-	١٠٠	١٨٠	٩	-	-	-	تحبيس براعم
٤٠٠	١٠٠	٤٠٠	٤٠	-	-	-	-	-	-	قطف أوراق
١٢٠٠	٣٧,٥	٤٥٠	٤٥	٦٢,٥	٧٥٠	٩٠	-	-	-	قطف محصول
٤٢٣٥	٢٠,١	٨٥٠	٨٥	٤٣,٧	١٨٥٠	١٦٥	٣٦,٢	١٥٣٥	٥٨	الإجمالي

المصدر :- بيانات عينة الدراسة .

وتوضح بيانات الجدول (٨) أن أهم مستلزمات الإنتاج تتمثل فى المبيدات الحشرية والفطرية اللازمه لمقاومة الآفات والفطريات ، الأسمده البلديه والأسمده الكيماويه وخاصة البوتاسيوم ، حيث بلغت حوالى ١٢٠٠، ٨٠٠، ١١٢٥ جنيهاً على الترتيب .ومما سبق يتضح أن إجمالي تكلفة العمل البشرى والالى اللازم لفدان العنب المثمر بلغت نحو ٤٢٣٥ جنيهاً ، وبلغت إجمالي قيمة مستلزمات الإنتاج نحو ٣١٢٥ جنيهاً ، وتشير البيانات إلى أن متوسط القيمة الإيجاريه بلغ نحو ٦٠٠٠ جنيهاً وبإضافة قسط الإهلاك الذى تم حسابه مسبقاً بنحو ٩٨٥ جنيهاً تصبح إجمالي تكلفة الفدان حوالى ١٤٣٤٥ جنيهاً ، ووفقاً لمتوسط الإنتاجية البالغ نحو ٧,٢٥ طن للفدان فان متوسط تكلفة إنتاج طن من العنب بمحافظة الغربية يقدر بحوالى ١٩٧٨,٦ جنيهاً .

جدول رقم (٨) تكاليف مستلزمات الإنتاج لفدان عنب مثمر بمحافظة الغربية عام ٢٠١٤

المستلزمات	الوحدة	الكمية	سعر الوحدة	الإجمالي
سمده بلدية	م	٢٠	٤٠	٨٠٠
سمده فوسفاتية	شيكاره*	٣	٥٠	١٥٠
سمده نيتروجين	شيكاره*	٥	٧٥	٣٧٥
سمده بوتاسيه	شيكاره*	٢	٣٠٠	٦٠٠
مبيدات	مختلفة	مختلفة	مختلفة	١٢٠٠
جمالي سنلزمات				٣١٢٥
الإيجار				٦٠٠٠
قسط الإهلاك				٩٨٥
تكلفة العمليات				٤٢٣٥
جمالي التكاليف				١٤٣٤٥

الشيكارة ٥٠ كيلوجرام.

المصدر: - جمعت وحسبت بيانات عينة الدراسة .

٣- اجمالي العائد من فدان العنب بمحافظة الغربية

توضح بيانات الجدول رقم (٩) إجمالي العائد من فدان عنب مثمر بمحافظة الغربية عام ٢٠١٤ ، ويتضح من البيانات أن كمية المحصول الرئيسى وهو ثمار العنب بلغت نحو ٧,٢٥ طن تقدر قيمتها بنحو ٢٣٥٦٢ جنيهاً ، كما بلغت كمية الناتج الثانوي وهو أوراق العنب نحو ٧٠٠ كيلو جرام ، بلغت قيمتها نحو ١٧٥٠ جنيهاً ، وبذلك يصبح متوسط إجمالي العائد من فدان العنب حوالى ٢٥٣١٢ جنيهاً ، وحيث أن متوسط تكلفة الفدان قدر بحوالى ١٤٣٤٥ ألف جنيهاً فان صافى العائد يقدر بحوالى ١٠٩٦٧ جنيهاً .

جدول رقم (٩) إجمالي العائد لفدان عنب مثمر بمحافظة الغربية عام ٢٠١٤

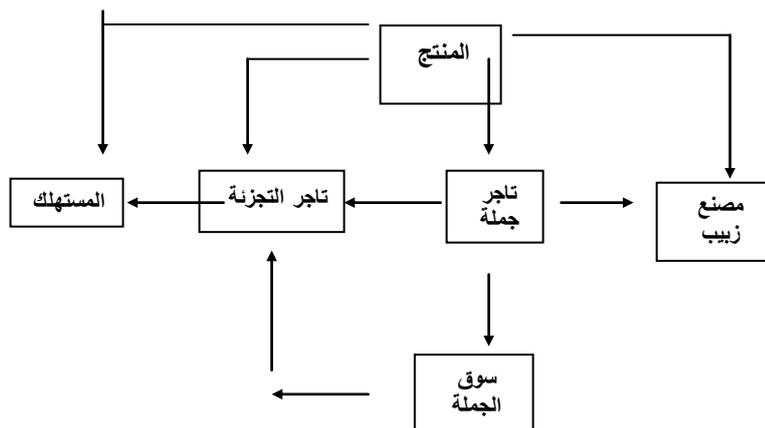
صافي العائد بالجنيه	إجمالي التكاليف بالجنيه	إجمالي العائد بالجنيه	الناتج الثانوي (الأوراق) بالكيلو جرام			الناتج الرئيسي (الثمار) بالطن		
			القيمة	السعر	الكمية	القيمة	السعر	الكمية
١٠٩٦٧	١٤٣٤٥	٢٥٣١٢	١٧٥٠	٢,٥	٧٠٠	٢٣٥٦٢	٣,٢٥	٧,٢٥

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينه الدراسة .

ثالثا: المسالك التسويقية لمحصول العنب بمحافظة الغربية

تتحصر المسالك التسويقية لمحصول العنب بمحافظة الغربية في عدة مسالك هي :

- ١- المسلك التسويقي الأول (مزارع ، تاجر جملة ، سوق جملة ، تاجر تجزئة ، مستهلك)
وفي هذا المسلك يذهب تاجر الجملة إلى المزارع ويقومون بمعينة المحصول وهو على الأشجار في الحقل ، ويتم الاتفاق على طريقة البيع وتحديد السعر وتاريخ الشراء ، ويتم تحديد السعر عن طريق التفاوض بين التاجر والمزارع وذلك وفقا لأسعار سوق الجملة ، ويتحمل المزارع تكاليف القطف ويتحمل تاجر الجملة تكاليف أدوات التعبئة والنقل إلى سوق الجملة، ويتم تعبئة المحصول في أقفاص من الجريد أو البلاستيك أو كراتين ورق ، متوسط وزنها حوالي ١٧ كجم و ١٢ كيلو جرام و ١٠ كيلو جرام على الترتيب ، ويقوم تاجر الجملة بنقل المحصول إلى سوق الجملة ، وفي سوق الجملة يتم بيع المحصول لتاجر التجزئة لصالح تاجر الجملة بعمولة تتراوح ما بين ٣-٥ ٪ ، ويقوم تاجر التجزئة بنقل المحصول من سوق الجملة إلى المستهلك .
- ٢- المسلك التسويقي الثاني (مزارع ، تاجر جملة ، تاجر تجزئة ، مستهلك)
وفي هذه الحالة يقوم تاجر الجملة بنقل المحصول من المزارع إلى تاجر التجزئة مباشرة دون أن يذهب إلى سوق الجملة محققا بذلك توفير تكاليف البيع بسوق الجملة ، ولكنه يتحمل تكاليف نقل إضافية نظرا لتنقله من محل إلى آخر ومن كشك إلى آخر أينما يوجد داخل المدن والقرى المختلفة .
- ٣- المسلك الثالث (مزارع، تاجر تجزئة، مستهلك)
في هذا المسلك التسويقي يتم بيع المحصول من المزارع إلى تاجر التجزئة ، حيث يذهب مجموعة من تاجر التجزئة إلى المزارع في الحقل ويتم الاتفاق على السعر والشراء وغالبا يتراوح عددا لتجار بين ٥-١٠ تاجرا، ويقوم تاجر التجزئة بنقل المحصول إلى المستهلك في السوق ، ويستخدم تاجر التجزئة أقفاصا كبيرة من الجريد يسع الواحد منها نحو ٦٠ - ٧٥ كجم ، ويتحمل المزارع تكاليف القطف في حين يتحمل تاجر التجزئة تكلفة النقل، وتبلغ متوسط الكمية التي يشتريها التاجر الواحد نحو ١٥٠ كجم فقط ويتم تحديد السعر وفقا لحالة المحصول .
- ٤-المسلك الرابع (منتج - مستهلك) وفي هذه الطريقة يقوم المزارع ببيع المحصول على رأس الحقل للمستهلك مباشرة إلا أنه يلزم أن يكون الحقل قريبا من الطرق الرئيسية حتى يقوم المزارع بعرض المحصول على الطريق للمستهلك مباشرة ، ويتم البيع بسعر المستهلك في السوق أو أقل منه بنسبة قليلة ، وعلى الرغم من أن المنتج يستفيد من عدم وجود وسطاء إلا أنه يحتاج إلى فترة زمنية طويلة لبيع المحصول .
- ٥-المسلك الخامس (منتج - تاجر جملة - مصانع الزبيب)
حيث يذهب تاجر الجملة لشراء المحصول من المزارع ويقوم بتسليم المحصول لوادح أو أكثر من مصانع الزبيب ، وفي هذه الحالة تكون الموصفات الخاصة بالمحصول أقل من التي يطلبها المستهلك من حيث اللون الأصفر الذهبي وكمية الفرطة ، وأحيانا يكون هناك إصابات حشرية وفطرية تعوق تسويق المحصول للاستهلاك الطازج بالسعر المناسب ويتم تحديد السعر في هذا المسلك وفقا لحالة المحصول على الأشجار، ويتم تعبئة المحصول في أقفاص بلاستيك زنة ٥٠ كيلوجرام وإرسالها إلى المصنع .
- ٦- المسلك السادس (منتج ، مصانع زبيب)
في هذه الحالة يذهب المنتج إلى المصنع ، أو يذهب مندوب من المصنع إلى الحقل ويتم معينة الحقل والاتفاق على السعر ويتحمل المصنع تكاليف النقل إلى المصنع ويتحمل المزارع تكاليف القطف .
و يوضح الشكل رقم (١) المسالك التسويقية لمحصول العنب بمحافظة الغربية ، ويتضح من الشكل أن المنتج يقوم بتسليم المحصول إلى أربعة مسالك الأولى منها لتاجر الجملة ، الثاني تاجر التجزئة الثالث مصنع الزبيب والأخير للمستهلك مباشرة موزعه بنسبه ٧٠ ٪ ، ١٥ ٪ ، ١٠ ٪ و ٥ ٪ على الترتيب ، ويقوم تاجر الجملة بتوزيع ما يحصل عليه من المنتج إلى ثلاثة مسالك الأولى منها تاجر التجزئة ، الثاني سوق الجملة والثالث مصنع الزبيب موزعه بنسبه ٤٥ ٪ ، ٣٥ ٪ ، ٢٠ ٪ على الترتيب .
بيد أنه تجب الإشارة إلى أنه لا توجد تكاليف حراسة لجميع المسالك التسويقية نظرا لقزمية المساحة من جهة وقرب المزارع من سكن الزراع من جهة أخرى .



شكل رقم (١) المسالك التسويقية لمحصول العنب بمحافظة الغربية المصدر : تم اعداد الشكل التخطيطي بمعرفة الباحث من بيانات عينة الدراسة

العمليات التسويقية الأساسية لمحصول العنب بمحافظة الغربية

تتزايد أهمية العمليات التسويقية التي يلزم إجرائها على محصول العنب لكل مرحلة تسويقية وذلك نظرا لقابلية المحصول للتلف وموسمية الإنتاج ، كما تتعدد العمليات التسويقية وتتزايد أهميتها وفقا للظروف الاقتصادية والاجتماعية للمستهلكين ومدى تقدم أو تخلف المجتمع ، وبالنسبة لمحصول العنب فإن العمليات التسويقية لم تأخذ نصيبا من الاهتمام ، حيث اقتصرت على العمليات الضرورية التي لا يمكن تركها كالتعبئة والنقل ، إلا أنه في السنوات الأخيرة حدث تغير كبير في الظروف الاقتصادية والاجتماعية وزاد عرض النقود بالمجتمع وتزايد الطلب على السلع عالية الجودة وخاصة في المناطق الحضرية ، ومن ثم أصبح إجراء بعض العمليات التسويقية واجبه كالفرز والتدريج والتغليف وطرق العرض^(٤) .

ولقد أوضحت البيانات أن العمليات التسويقية التي يقوم بها المنتج بالمزرعة تقتصر على الجني فقط فور ظهور علامات النضج على العناقيد ، وذلك عندما يصبح ٧٠٪ من العناقيد لونها ذهبيا ، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة نسبة الثمار غير تامة النضج ، كما تتم عملية الفرز في أضيق الحدود باستبعاد بعض الحبوب والعناقيد التالفة ، أما على مستوى تاجر الجملة فيقوم بتعبئة المحصول ونقله إلى سوق الجملة أو تاجر التجزئة ، وفي السوق الجملة يتم توزيع وبيع المحصول على تجار التجزئة ، وفي النهاية فإن تاجر التجزئة لا يقوم بأى عملية غير العرض والبيع للمستهلك ، وقد تحدثت عمليات تسويقية إضافية لدى تجار التجزئة بالمحلات الموجودة بالمدن وتقع في أماكن راقية ، حيث يتم فرز وتدريج العنب وفقا لدرجة اللون وحجم الثمار إلى درجات أولى وثانية وقد يحدث عمليات تغليف ويستفيد منها تاجر التجزئة بفرق الأسعار ، وعلى الرغم من أهمية بعض العمليات التسويقية على المحصول إلا أن ذلك يصاحبه ارتفاع نسبه الفاقد نتيجة تزايد كمية الفرط وخاصة في نهاية الموسم .

الهوامش التسويقية للمسالك التسويقية لمحصول العنب بمحافظة الغربية

تم استعراض المسالك التسويقية لمحصول العنب بمحافظة الغربية وهي ستة مسالك ، إلا أنه توجد مسالك تسويقية لا تنتهي إلى المستهلك للطازج ولكن تنتهي إلى عملية التصنيع وتحويل العنب إلى زبيب ولذلك تم استبعادها وهي المسلك الخامس والسادس ، كما تم استبعاد المسلك الرابع حيث أن كميات العنب المسوقة من خلاله ضئيلة جدا، وبذلك سيتم استكمال الدراسة لثلاثة مسالك تسويقية هي المنتشرة بنسبه عاليه في تسويق العنب.

ويوضح الجدول رقم (١٠) أن متوسط سعر الطن في المسلك الأول (منتج - تاجر جملة - سوق جملة - تاجر تجزئه - مستهلك) بلغت حوالي ٣٢٥٠ ، ٤٣٠٠ ، ٥٧٠٠ جنيهاً /طن للمنتج ، تاجر الجملة وتاجر التجزئة على الترتيب ، ويبلغ نصيب المنتج من سعر المستهلك حوالي ٣٢٥٠ جنيهاً للطن تمثل حوالي ٥٧٪ من سعر المستهلك ، كما يبلغ نصيب تاجر الجملة من سعر المستهلك حوالي ١٠٥٠ جنيهاً للطن تمثل حوالي ١٨,٤٪ من سعر المستهلك في حين يبلغ نصيب تاجر التجزئة من سعر المستهلك حوالي ١٤٠٠ جنيهه للطن تمثل حوالي ٢٤,٦٪ من سعر المستهلك وبذلك تصبح إجمالي الهوامش التسويقية حوالي ٢٧٥٠ جنيهاً للطن.

جدول (١٠) الهوامش التسويقية للمسالك التسويقية لمحصول العنب بمحافظة الغربية عام ٢٠١٤

المسالك التسويقية	متوسط الأسعار جنية/طن			نصيب المنتج والوسطاء من سعر المستهلك			
	منتج	تاجر جملة	تاجر تجزئة (سعر لمستهلك)	منتج		تاجر تجزئة	
				نسبي	مطلق	نسبي	مطلق
الأول	٣٢٥٠	٤٤٠٠	٥٧٠٠	٥٧	١٠٥٠	١٨,٤	١٤٠٠
الثاني	٣٣٠٠	٤٤٠٠	٥٦٠٠	٥٨,٩	١١٠٠	١٩,٧	١٢٠٠
الثالث	٣٧٥٠	-	٥٥٠٠	٦٨,٢	-	-	١٧٥٠

المصدر :- جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الخاصة بمحصول العينة .

كما يتضح من الجدول رقم (١٠) أن متوسط سعر الطن في المسلك الثاني (منتج - تاجر جملة - تاجر تجزئة - مستهلك) تبلغ حوالي ٣٣٠٠ ، ٤٤٠٠ و ٥٦٠٠ جنيهاً للطن للمنتج ، تاجر الجملة وتاجر التجزئة على الترتيب ، ويبلغ نصيب المنتج من سعر المستهلك حوالي ٣٣٠٠ جنيهاً للطن تمثل حوالي ٥٨,٩ ٪ من سعر المستهلك ، كما يبلغ نصيب تاجر الجملة من سعر المستهلك حوالي ١١٠٠ جنيهاً للطن تمثل حوالي ١٩,٧ ٪ من سعر المستهلك في حين يبلغ نصيب تاجر التجزئة من سعر المستهلك حوالي ١٢٠٠ جنيهاً للطن تمثل حوالي ٢١,٨ ٪ من سعر المستهلك وبذلك تصبح إجمالي الهوامش التسويقية حوالي ٢٣٠٠ جنيهاً للطن . وتوضح بيانات الجدول (١٠) أن متوسط سعر الطن في المسلك التسويقي الثالث (منتج - تاجر تجزئة - مستهلك) بلغت نحو ٣٧٥٠ و ٥٥٠٠ جنيهاً للطن للمنتج وتاجر التجزئة على التوالي ، وبلغ نصيب المنتج من سعر المستهلك حوالي ٣٧٥٠ جنيهاً للطن تمثل حوالي ٦٨,٢ ٪ من سعر المستهلك ، كما بلغ نصيب تاجر التجزئة حوالي ١٧٥٠ جنيهاً للطن تمثل حوالي ٣١,٨ ٪ من سعر المستهلك ، وتبلغ الهوامش التسويقية في هذا المسلك حوالي ١٧٥٠ جنيهاً للطن ، وفي هذا المسلك يتحمل المنتج تكاليف الجني ، في حين يتحمل تاجر التجزئة تكلفه النقل إلى محلاته أو الشارع كبائع متجول ويلاحظ في هذا المسلك اختفاء دور تاجر الجملة وبذلك ارتفع نصيب المنتج ونصيب تاجر التجزئة عن المسالك السابقة ، وعلى الرغم من انخفاض الهوامش التسويقية بهذا المسلك مما يعنى ارتفاع الكفاءة التسويقية إلا أن هذا المسلك ينتشر بنسبه ٢٠ ٪ فقط بين المزارعين بعينه الدراسة حيث أن الكميات التي يستطيع تاجر التجزئة أن يقوم بتسويقها يومياً لا تتجاوز ١٥٠ كيلو جرام وأن متوسط عدد تجار التجزئة في اليوم يبلغ حوالي ٧ تاجراً ، مما يعنى طول فترة التسويق لتصل عشرة أيام لتسويق فدان ، إلا أن هذا المسلك يناسب المساحات الصغيرة التي تقل عن ٠,٥ فدان أو الحقول القريبة من الطرق الرئيسية .

التكاليف التسويقية للمسالك التسويقية لمحصول العنب بمحافظة الغربية

تعرف التكاليف التسويقية بأنها إجمالي مصروفات العمليات التسويقية مضافاً إليها أرباح الوسطاء^(٣) ، ويوضح الجدول رقم (١١) المصروفات التسويقية وأرباح الوسطاء ، ومن البيانات يتضح أن تكلفه الجني وتوصيل المحصول لرأس الحقل تبلغ حوالي ١٩٥ جنيهاً للطن في جميع المسالك التسويقية ، بينما بلغت تكلفه الفرز والتعبئة حوالي ٦٠ جنيهاً في المسلك الأول والثاني و٥٥ جنيهاً في المسلك الثالث ، وبلغت تكلفه العبوات ٢٤٠ جنيهاً في المسلك الأول والثاني في حين بلغت نحو ١٢٥ جنيهاً في المسلك الثالث ، وبلغت تكلفه التحميل والنقل ١٤٥ ، ١٧٥ و ١٥٠ جنيهاً في الأول والثاني والثالث على الترتيب ، وبلغت تكلفه العمولات والسمسرة في المسلك الأول فقط ١٤٥ جنيهاً ، كما يتضح من نفس البيانات أن إجمالي المصروفات التسويقية بلغت نحو ٧٩٠ ، ٦١٠ و ٥٢٥ جنيهاً في المسلك الأول ، الثاني والثالث على الترتيب ، ولقد تم حساب الأرباح للوسطاء بطرح مصروفات الوسطاء من نصيبهم من سعر المستهلك ، و بذلك فقد بلغت أرباح الوسطاء حوالي ١٩٦٠ ، ١٦٣٠ و ١١٢٥ جنيهاً في المسلك الأول ، الثاني والثالث على الترتيب .

جدول (١١) التكاليف التسويقية للطن من العنب بمحافظة الغربية وصافي أرباح الوسطاء

العملية	تكلفه تسويق الطن بالجنيه		
	الأول	المسلك الثاني	المسلك الثالث
جني ونقل لرأس الحقل	١٩٥	١٩٥	١٩٥
الفرز والتعبئة	٦٠	٦٠	٥٥
العبوات	٢٤٠	٢٤٠	١٢٥
النقل	١٤٥	١٧٥	١٥٠
عمولات وسمسرة	١٤٥	-	-
إجمالي المصروفات	٧٩٠	٦١٠	٥٢٥
أرباح الوسطاء	١٩٦٠	١٦٣٠	١١٢٥
إجمالي التكاليف التسويقية	٢٧٥٠	٢٣٠٠	١٧٥٠

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة .

الكفاءة التسويقية للمسالك التسويقية لمحصول العنب بمحافظة الغربية
تعرف الكفاءة التسويقية^(٣) بأنها معظمة النسبة بين - ناتج التسويق - المتمثل في اشباع رغبات المستهلك من السلع والخدمات والذي يعبر عنه بالاسعار التي يدفعها المستهلك وبين اجمالى عناصر الانتاج المستخدمة فى العملية التسويقية ، أى أن الكفاءة التسويقية هى معظمة النسبة بين مخرجات ومدخلات النشاط التسويقي .
تحسب الكفاءة من المعادلة التالية:

التكاليف التسويقية

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - \frac{\text{التكاليف الانتاجية} + \text{التكاليف لتسويقية}}{100} \times 100$$

جدول (١٢) الكفاءة التسويقية للمسالك التسويقية للعنب بمحافظة الغربية عام ٢٠١٤ ،

المسالك التسويقية	تكاليف الإنتاج جنية / طن	تكاليف التسويق جنية / طن	اجمالي التكاليف التسويقية والانتاجية	الكفاءة التسويقية %
الأول	١٩٧٨,٦	٢٧٥٠	٤٧٢٨,٦	٤١,٨
الثاني	١٩٧٨,٦	٢٣٠٠	٤٢٧٨,٦	٤٦,٢
الثالث	١٩٧٨,٦	١٧٥٠	٣٧٢٨,٦	٥٣,١

المصدر: - بيانات عينة الدراسة .

ويوضح الجدول رقم (١٢) الكفاءة التسويقية للمسالك التسويقية لمحصول العنب بمحافظة الغربية ، و يتضح من المسلك التسويقي الأول أن متوسط تكلفة إنتاج طن العنب تبلغ حوالي ١٩٧٨,٦ جنيهاً ، فى حين تبلغ تكلفة التسويق للطن حوالي ٢٧٥٠ جنيهاً ، كما يتضح أن الكفاءة التسويقية لهذا المسلك تبلغ حوالي ٤١,٨ % ، أما عن متوسط التكاليف التسويقية للمسلك الثاني والثالث فقد بلغت حوالي ٢٣٠٠ جنيهاً للطن ١٧٥٠ جنيهاً على الترتيب ، ومن ثم فإن الكفاءة التسويقية لهما تبلغ حوالي ٤٦,٢ % و ٥٣,١ % ، مما سبق يتضح أن المسلك التسويقي الثالث (منتج - تاجر تجزئة - مستهلك) هو الذي يحقق أعلى كفاءة تسويقية ومن ثم فإنه يعتبر أفضل المسالك التسويقية .

أهم المشاكل التي تواجه المنتج والوسطاء فى تسويق محصول العنب بمحافظة الغربية
أولاً: المشاكل التي تواجه المنتج

- ١- زيادة الفرط عند تأخر القطف وبالتالي التسويق بسبب الأمراض الفطرية والحشرات .
- ٢- ملاحظة بعض تجار الجملة فى سداد ثمن المحصول والتعرض للنصب أحياناً.
- ٣- ضعف المساومة لدى الزراع لأسباب كثيرة أهمها صغر الحيازات ، وضعف القدرة على اجراء العمليات التسويقية المختلفة وعدم توافر المعلومات التسويقية .
- ٤- تراجع تاجر الجملة عن السعر الذى حدده من قبل عند شراء المحصول من المزارعين.

ثانياً : المشاكل التي تواجه تاجر الجملة

- ١- تحكم الوكلاء فى سعر المحصول بسوق الجملة و ارتفاع العمولة التى يحصلون عليها .
- ٢- ارتفاع تكاليف النقل للمحصول إلى سوق الجملة وتجار التجزئة .
- ٣- تأخر بعض المستحقات لدى تجار التجزئة وأصحاب الوكالات .

ثالث : المشاكل التي تواجه تاجر التجزئة

- ١- بدائية أساليب وأدوات التعبئة والنقل وبالتالي تلف كميات كبيرة من المحصول .
- ٢- وجود كميات كبيرة من الفرطه وخاصة فى نهاية الموسم مما يؤدي الى بيعها بسعر أقل .
- ٣- ارتفاع ثمن أدوات التعبئة من أقفاص وخلافه وارتفاع قيمه التأمين عليها .

مقترحات المنتج والوسطاء لحل مشاكل التسويق

- ١- إنشاء مكاتب الجمعية التعاونية الزراعية تتولى الإشراف على عمليات البيع مقابل عمولة بسيطة .
- ٢- إنشاء وكلاء لعرض المحصول يحدد من خلالها السعر المناسب والذي يؤدي إلى زيادة نصيب المنتج من جنيته المستهلك مما يؤدي الى زيادة الكفاءة التسويقية واستمرار المنتج فى الانتاج من ناحية وزيادة اشباع رغبات المستهلكين من ناحية اخرى .
- ٣- استبدال الأقفاص الجريد والبلاستيك بالكرتون لانخفاض نسبه انفرط المحصول بها .
- ٤- وضع أسواق الجملة تحت إشراف حكومي لعدم التلاعب بالأسعار .
- ٥- عمل أسواق تجميعية لتجار التجزئة والباة الجائلين قريبه من التجمعات السكانية .

التوصيات:

- ١- عمل عبوات تناسب طبيعة المحصول لتلافي خسائر النقل .
- ٢- العمل على احياء دور للجمعيات التعاونية الزراعية فى العملية التسويقية لحماية المنتج .
- ٣- ضرورة اضافة عمليات تسويقية للمحصول وخاصة الفرز والتدريج والتغليف .
- ٤- انشاء جمعية مختصة لتسويق محصول العنب .

المراجع

- الكتاب الاحصائى السنوى ، بيانات التجارة الخارجية عام ٢٠١٢ .
- اسماعيل محمود عطية (دكتور) ، اقتصاديات الميكنة الزراعية ، الهيئة العامة للكتاب ، القاهرة، ١٩٨٦ .
- جميل عبد الحميد جاب الله (دكتور) التسويق الزراعى ، قسم الاقتصاد ، كلية الزراعة ، جامعه المنصورة .
- محمد كامل ربحان (دكتور) ، نحو تطوير النظام التسويقى لمحاصيل الفاكه فى جمهوريه مصر العربيه ، منظمة الاغذية والزراعة للأمم المتحدة ، وزارة الزراعة واستصلاح الاراضى ، عام ١٩٨٧ .
- وزارة الزراعة واستصلاح الاراضى ، قطاع الشؤون الاقتصادية ، نشرة الاقتصاد الزراعى ٢٠١٢ .
- وزارة الزراعة واستصلاح الاراضى ، مديرية الزراعة بالغربية ، ادارة البساتين .

AN ECONOMIC STUDY FOR MARKETING CHANNELS OF GRAPES CROP IN GHARBIA GOVERNORATE

Abou Saad, H.N.* and M.A.Elsawy.**

* Faculty of agriculture Menofiya university.

** Agric, Economic Res. Inst, Agric .Res. Center.

ABSTRACT

Egyptian grapes exports are the most important exporting fruits in Egypt. The Europeans and Arab countries markets are the main imported markets of the Egyptian grapes. The quantity of Egyptian grapes exported estimated of about 80 thousand tons, with value of about 123 million dollars in 2012. The research aims mainly at studying the marketing channels and marketing efficiency of the grapes in Gharbia Governorate

The main results of research could be summarized as follows;

- 1- Increasing the number of brokers leads to increase in marketing cost and decrease in marketing efficiency as well as aloe share of producer consumer price.
- 2-The share of the retailer of the consumer price is higher than the share of wholesaler for all marketing channels.
- 3- The profits of the retailer is higher than the wholesaler in the first channel whereas it lower than the whole seller in.
- 4- The farm gate price in the first and the second and the third channel were estimated of about 3250, 3400 and 3750 LE respectively.
- 5- Increasing the number of brokers leads to high price of the consumer, which reached about 5700, 5600 and 5500 LE respectively for the three channels.

Recommendation:

- 1-Improving and facilitating the marketing services especially packing and transportation.
- 2- Activating the role of cooperative and private association for providing the technical information and funding which needed for enhancing the processes of production and marketing of grapes.

Abou Saad, H.N. and M.A.Elsawy.

3- Improving and enhancing the marketing process especially sorting, grading packing and transportation.