

دراسة تحليلية لتسويق أهم محاصيل الخضر بسوق النزهة بمحافظة الإسكندرية

أشرف السيد مصطفى العمري، صفاء محمد عبد الحميد الوكيل

معهد بحوث الإقتصاد الزراعى

الملخص

على الرغم من أن أسواق الجملة للسلع الزراعية والتي منها سوق النزهة تلعب دوراً هاماً في العملية التسويقية، إلا أن نظم تسويق هذه المحاصيل تسير وفقاً للأساليب التقليدية، إلى جانب ارتفاع التكاليف والهوامش التسويقية، وحدوث تقلبات سعرية حادة في أسعارها مما انعكس أثره على كل من المنتج والمستهلك، الأمر الذى يستلزم معه دراسة الوضع التسويقي للسوق والوقوف على نواحي القصور في الوظائف التسويقية للعمل على رفع معدلات الكفاءة التسويقية وتحسين نظم التسويق الحالية لتقليل التكاليف والهوامش التسويقية التى يحصل عليها الوسطاء والحد من أرباحهم.

واستهدف البحث التعرف على الوظائف التسويقية عبر المراحل والمسالك التسويقية المختلفة لأهم محاصيل الخضر بسوق النزهة بمحافظة الإسكندرية وإلقاء الضوء على كفاءة أداء العمليات التسويقية لأهم الزروع الخضرية بهذه السوق، واعتمد البحث على استخدام كل من الأسلوب التحليلي الوصفي والكمي وبعض العمليات الرياضية لحساب الهوامش التسويقية، وتوزيع جنيته المستهلك، وتقدير الكفاءة التسويقية، بالإضافة إلى استخدام التمهيد (التعميم) الأسى الثلاثي لتقدير الدليل الموسمي، وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها ما يلي:

١- بلغ نصيب الوسطاء لمحاصيل المستوى الأول الطماطم، البطاطس، البصل، الثوم نحو ٦٩,٦٨%، ٦٨,٩٥%، ٦٩,٥٠%، ٨٣,٨٧% من جنيته المستهلك. كما بلغ نصيب الوسطاء لمحاصيل المستوى الثانى الخيار، الكوسة، الباذنجان، الفلفل نحو ٧٢,٦%، ٦١,٣٥%، ٤٥,٨٩%، ٧٠,٢٦% من جنيته المستهلك.

٢- بتقدير الكفاءة التسويقية لأهم محاصيل الخضر بالمستوى الأول الطماطم، البطاطس، البصل، الثوم فقد بلغت الكفاءة التسويقية نحو ١١,١%، ٢٢,٨%، ١١,٧%، ٦,٣% لكل منهم على الترتيب، ويعزى انخفاض الكفاءة التسويقية لهم إلى ارتفاع التكاليف التسويقية للوسطاء نظراً لأن الطماطم من المحاصيل سريعة العطب بالإضافة إلي أن التقلبات السعرية لها متباينة بينما محصول البطاطس، البصل، الثوم إلي إلى جانب قدرتهم العالية على التخزين يتم تصنيفهم ضمن المحاصيل الحقلية، وهو ما يجعل الوسطاء يقومون بتخزينهم والتحكم في الكميات المعروضة منها في الأسواق، بالإضافة إلي أن التقلبات السعرية المتباينة التي يتعرض لها الثوم منذ الحصاد، بالإضافة إلى إلا أن الكميات المسوقة والمصدرة منه كبيرة.

٣- بتقدير الكفاءة التسويقية لأهم محاصيل الخضر بالمستوى الثانى الخيار، الكوسة، الباذنجان، الفلفل فقد بلغت متوسط الكفاءة التسويقية نحو ١٢,٣%، ٢٢%، ٢٧,٦%، ١٧,٢% لكل منهم على الترتيب، ويعزى انخفاض الكفاءة التسويقية لعدم قدرة تلك المحاصيل على التخزين، بالإضافة إلي انخفاض نصيب المزارعين، وتعاضم نصيب الوسطاء التسويقيين.

٤- تبين من الأهمية النسبية للمشاكل التي تواجه تجار الجملة للخضر بسوق النزهة وتوزيعها الاحتمالي عند مستوى ثقة ٩٥%، تبين أن أهم ثلاثة مشاكل هي مشكلة الاحتقاق المروري وصعوبة الانتقال من وإلى السوق جاءت في المرتبة الأولى حيث تواجه عدد من تجار الجملة بالسوق تراوحت نسبتهم بين حد أدنى بلغ نحو ٨٧%، وحد أقصى بلغ نحو ٩٩%، وذلك نظراً لوجود السوق داخل الكتلة السكنية عالية الكثافة، مشكلة ضعف الطاقة الاستيعابية للسوق في المرتبة الثانية حيث تواجه عدد من تجار الجملة بالسوق تراوحت نسبتهم بين حد أدنى بلغ نحو ٨٥%، وحد أقصى بلغ نحو ٩٩%، مشكلة ضعف البنية الأساسية للسوق (شبكة الصرف، التلجعات، المخازن، الأمن) الأولى حيث تواجه عدد من تجار الجملة بالسوق تراوحت نسبتهم بين حد أدنى بلغ نحو ٧٨%، وحد أقصى بلغ نحو ٩٦%، ومشكلة صعوبة استخدام أساليب تكنولوجية حديثة في التخزين والتعبئة لضيق السوق والتي تواجه عدد من تجار الجملة بالسوق تراوحت نسبتهم بين حد أدنى بلغ نحو ٦١%، وحد أقصى بلغ نحو ٨٣%.

الكلمات المفتاحية: الكفاءة التسويقية، الوسطاء، الهوامش التسويقية، التقلبات السعرية.

المقدمة

تعد من أهم مكونات التركيب المحصولي للزراعة المصرية بإجمالي مساحة محصولية بلغ حوالى ١,٩ مليون فدان تمثل نحو ١١,٨% من إجمالي المساحة المحصولية في مصر عام ٢٠١٨ بإجمالي إنتاج بلغ حوالى ١٩,٨٣ مليون طن^(١). وتحتل السياسات

تعتبر محاصيل الخضر ذات أهمية كبيرة فى حياة الإنسان حيث تعد واحدة من أهم الاحتياجات الغذائية اليومية لكافة أفراد المجتمع لارتفاع قيمتها الغذائية، كما

التسويقية وتحسين نظم التسويق الحالية لتقليل التكاليف والهوامش التسويقية التي يحصل عليها الوسطاء والحد من أرباحهم.

الهدف من البحث

استهدف البحث التعرف على الوظائف التسويقية عبر المراحل والمسالك التسويقية المختلفة لأهم محاصيل الخضر بسوق النزهة بمحافظة الإسكندرية وإلقاء الضوء على كفاءة أداء العمليات التسويقية لأهم الزروع الخضرية بها وذلك من خلال دراسة الأهداف الفرعية التالية:

أولاً: الوضع التسويقي الحالي لمحاصيل الخضر بسوق النزهة بالإسكندرية.

ثانياً: الهوامش التسويقية وتوزيع جنيه المستهلك لأهم محاصيل الخضر.

ثالثاً: الكفاءة التسويقية لأهم محاصيل الخضر.

رابعاً: أهم المشاكل التسويقية التي تواجه تجار الجملة لمحاصيل الخضر.

الأسلوب البحثي ومصادر البيانات

اعتمد البحث على استخدام كل من الأسلوب التحليلي الوصفي والكمي مثل النسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، وبعض العمليات الرياضية لحساب الهوامش التسويقية، وتوزيع جنيه المستهلك، وتقدير الكفاءة التسويقية، بالإضافة إلى تحليل الانحدار البسيط لتقدير معادلات الاتجاه الزمني، كذلك استخدام التمهيد (التنعيم) الأسّي الثلاثي في تحليل السلاسل الزمنية والمتمثل في طريقة هولت-وينتر للموسمية **Holt-Winters Seasonal Method** لتقدير الدليل الموسمي والتي تمتاز بدقة النتائج وسهولة التطبيق لأنها تتعامل مع بيانات السلسلة الزمنية الأصلية دون الحاجة لإجراء عمليات تسكين للسلسلة، وتعتمد هذه الطريقة على ثلاث معادلات للتمهيد، الأولى للتمهيد الشامل، والثانية للاتجاه، والثالثة للموسمية ويمكن صياغتهم بالصورة التالية^(٥):

$$S_t = \alpha \frac{X_t}{I_{t-1}} + (1-\alpha)(S_{t-1} + b_{t-1}) \quad (1) \text{ لشميد الشمل}$$

$$b_t = \beta (S_t - S_{t-1}) + (1-\beta)b_{t-1} \quad (2) \text{ تمهيد الاتجاه}$$

$$I_t = \gamma \frac{X_t}{S_t} + (1-\gamma)I_{t-1} \quad (3) \text{ تمهيد الموسمية}$$

التسويقية مكانة هامة بين السياسات الزراعية، حيث يعد تسويق المنتجات الزراعية عبر المسالك التسويقية المختلفة، من مناطق الإنتاج إلى مناطق الإستهلاك النهائي أمر هام وضروري في التعرف على مدى كفاءة النظم التسويقية الحالية، ويتسم النظام التسويقي لمحاصيل الخضر بارتفاع نسبة الفاقد والتالف أثناء الحصاد و في مختلف المراحل التسويقية، إلى جانب شدة تأثير إنتاج تلك المحاصيل بالعوامل الجوية وما يترتب عليه من تقلبات إنتاجية وسعرية تؤثر على الكميات المعروضة منها^(٦).

يعد سوق النزهة بالإسكندرية من أهم أسواق الجملة للخضر والفاكهة في مصر بعد سوق العبور، حيث يتم فيها إنقواء كل من المنتج مع تاجر الجملة مع تاجر التجزئة لتصريف تلك السلع عبر المسلك التسويقي لها، وفي الفترة الأخيرة طرأت العديد من التغيرات على بعض محاصيل الخضر في مجال الأداء السوقي من مرحلة الإنتاج حتى تسويقها ووصولها إلى المستهلك النهائي عبر المسالك التسويقية التي تسلكها من المزارعين إلى تجار الجملة والتجزئة وهو ما يتطلب دراسة الوظائف التسويقية والتعرف على المشاكل المتعلقة بالسوق^(٨).

مشكلة الدراسة

على الرغم من أن أسواق الجملة للسلع الزراعية والتي منها سوق النزهة تلعب دوراً هاماً في العملية التسويقية، إلا أن الخدمات والوسائل التي تسهل وصول المنتجات بالشكل الذي يريده المستهلك ليست بالقدر المطلوب، حيث مازالت نظم تسويق هذه المحاصيل تسير وفقاً للأساليب التقليدية، إلى جانب ارتفاع التكاليف والهوامش التسويقية، وحدوث تقلبات سعرية حادة في أسعارها مما انعكس أثره على كل من المنتج والمستهلك، مما يؤدي لحدوث آثار سلبية على السياسات الإنتاجية والتسويقية فضلاً عن الآثار السلبية على دخول المزارعين. وتعتبر كفاءة أداء الخدمات التسويقية عبر المراحل والمسالك التسويقية المختلفة من أهم العوامل المؤثرة على الاستقرار والتوسع الإنتاجي. الأمر الذي يستلزم معه دراسة الوضع التسويقي للسوق والوقوف على نواحي القصور في الوظائف التسويقية للعمل على رفع معدلات الكفاءة

بأهمية نسبية بلغت نحو ١٠,٣%، يليها محصول البصل ثم البطاطس بمتوسط كمية معروضة بلغت حوالي ٤٤,٩، ٤٢,٧ ألف طن بأهمية نسبية بلغت حوالي ٨,٤%، ٧,٩% لكل منهما على الترتيب، في حين يأتي في المرتبة من الرابعة حتى السادسة كل من محصول الخيار والباذنجان والكوسة بمتوسط كمية معروضة بلغت حوالي ٣٧,٢٤، ٣٧، ٣٣,٨٥ ألف طن بأهمية نسبية بلغت نحو ٦,٩٥%، ٦,٩١%، ٦,٢٤% لكل منهم على الترتيب، بينما يأتي كل من محصول الثوم والفلل في المرتبة السابعة والثامنة بكمية معروضة بلغت حوالي ٣١,٤٢، ٢٦,٨٢ ألف طن بأهمية نسبية بلغت نحو ٥,٧٩%، ٤,٩% لكل منهما على الترتيب، وقد بلغت متوسط الكمية المعروضة من محاصيل الدراسة حوالي ٣٠٨,٩٣ ألف طن بأهمية نسبية بلغت نحو ٥٧,٥٤% من إجمالي الكمية المعروضة من الخضر بسوق النزهة بالإسكندرية وبالباذنجان حوالي ٥٣٥,٣٦ ألف طن.

٢- التطور الزمني لكميات وأسعار من أهم محاصيل الخضر: تصنف وزارة التموين والتجارة الداخلية السلع المتعلقة بالخضر والفاكهة إلى ثلاث مستويات على حسب أهميتها للمستهلك، ومدى توافرها على مدار العام، وقد تم تقسيم محاصيل الدراسة إلى مستويين، يضم المستوى الأول كل من الطماطم، البطاطس، البصل، الثوم، ويضم المستوى الثاني كل من الخيار، الكوسة، الباذنجان، الفلفل.

باستعراض تطور كميات وأسعار أهم محاصيل الخضر بالمستوى الأول بسوق النزهة بالإسكندرية خلال الفترة (٢٠٠٤-٢٠١٨) كما هو موضح بالجدول رقم (٢) وكذلك معادلات الاتجاه الزمني العام كما هو موضح بالجدول رقم (٣) فقد تبين أن:

محصول الطماطم: تراوحت الكمية المعروضة من محصول الطماطم بين حد أدنى بلغ حوالي ٣٨,١٧ ألف طن عام ٢٠٠٤ وحد أقصى بلغ حوالي ٨٧,٨٧ ألف طن عام ٢٠٠٦ بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٥٩,٧٤ ألف طن، بينما تراوح سعر محصول الطماطم بين حد أدنى بلغ حوالي ٦٢١ جنيه/طن عام ٢٠٠٥ وحد أقصى بلغ حوالي ٣٦٢٥ جنيه/طن عام ٢٠١٨ بمتوسط سنوي بلغ حوالي ١٦٤١ جنيه/طن.

وتتراوح قيم معالم النموذج بين $0 < \gamma, \beta, \alpha < 1$ ويمكن التنبؤ باستخدام المعادلة التالية:

$$F_{t+m} = (S_t - b_t m) I_{t-l+m}$$

حيث: L طول الموسمية (عدد الشهور)، I نسبة الموسمية، F_{t+m} القيمة التنبؤ للفترة m

كما تم استخدام توزيع ذي الحدين Binomial Distribution في تقدير احتمال وجود المشاكل التسويقية التي تواجه تجار الجملة بسوق النزهة بفترة ثقة Confidence Interval عند مستوى ثقة ٩٥% باستخدام الصيغة التالية^(١):

$$P = \hat{p} \pm \left[Z_{\alpha/2} \sqrt{\frac{\hat{p}(1-\hat{p})}{n}} \right]$$

حيث: P احتمال وجود المشكلة، \hat{p} نسبة وجود المشكلة، n حجم العينة، $Z_{\alpha/2}$ معامل الثقة.

واعتمد البحث في تحقيق أهدافه على البيانات الثانوية المنشورة وغير المنشورة لكل من قطاع الشؤون الاقتصادية بوزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، الغرفة التجارية بالإسكندرية ممثلة في سجلات إدارة سوق النزهة لتجارة الجملة للخضر والفاكهة بالإضافة إلى البيانات الأولية لعينة بحثية عشوائية بسيطة لعدد ٦٠ من تجار الجملة للخضر بالسوق تمثل نحو ٨,٦% من عددهم بالسوق والبالغ حوالي ٧٠٠ تاجر جملة بغرض استطلاع آراءهم في أهم المشاكل التسويقية التي تواجههم بالسوق.

النتائج البحثية ومناقشتها

أولاً: الوضع التسويقي الحالي لمحاصيل الخضر بسوق النزهة بالإسكندرية

١- الأهمية النسبية للكميات المعروضة لأهم محاصيل الخضر خلال متوسط الفترة (٢٠١٤-٢٠١٨): باستعراض الأهمية النسبية للكميات المعروضة من أهم محاصيل الخضر بسوق النزهة بالإسكندرية خلال متوسط الفترة (٢٠١٤-٢٠١٨) كما هو موضح بالجدول رقم (١) فقد تبين أن محصول الطماطم يأتي في مقدمة محاصيل الخضر حيث بلغت متوسط الكمية المعروضة حوالي ٥٤,٩٧ ألف طن

جدول رقم (١): الأهمية النسبية للكميات المعروضة من محاصيل الخضر بسوق النزهة بالإسكندرية كمتوسط الفترة (٢٠١٤-٢٠١٨)

المتوسط	السنوات					البيان	المحصول
	٢٠١٨	٢٠١٧	٢٠١٦	٢٠١٥	٢٠١٤		
٥٤٩٦٥,٦	٥٩٣١٧,١	٥١٦٧١,٦	٥٦٩٠٢,٥	٥٦٣٦٥,٣	٥٠٥٧١,٥	الكمية طن	الطماطم
١٠,٢٥	١٠,٨	٩,٨	١٠,٥	١٠,٤	٩,٨	%	
٤٢٧٢٤,١	٤٢٧٠٨,٧	٤٠٥٨٠,٦	٤٥٤٦٤,١	٤٨٥٣١,٢	٣٦٣٣٦,١	الكمية طن	البطاطس
٧,٩٤	٧,٨	٧,٧	٨,٤	٨,٩	٧,١	%	
٤٤٩٠٣,٤	٤٧٦٤٣,٥	٤٤٦٠٩,٧	٤٧٨٢٧,٨	٤٧٤٥١,٢	٣٦٩٨٤,٩	الكمية طن	البصل
٨,٣٥	٨,٧	٨,٥	٨,٨	٨,٧	٧,٢	%	
٣١٤٢١,٧	٣١٨٩٨,٨	٣٠٤٣٨,٥	٣٦٣٤٠,٩	٣٥٧٤٣,١	٢٢٦٨٧,٢	الكمية طن	الثوم
٥,٧٩	٥,٨	٥,٨	٦,٧	٦,٦	٤,٤	%	
٣٧٢٤٤,٧	٣٩١٨٠,٧	٣٧٧٤٢,٦	٣٨٩١٠,٩	٣٧٠٤٨,٦	٣٣٣٤٠,٨	الكمية طن	الخيار
٦,٩٥	٧,١	٧,٢	٧,٢	٦,٨	٦,٥	%	
٣٣٨٤٧,٧	٣١٠٩٣,٨	٢٩٤٠٥,٦	٣١٨٥٥,٠	٤٥٣٦٣,٨	٣١٥٢٠,٥	الكمية طن	الكوسة
٦,٢٤	٥,٧	٥,٦	٥,٩	٨,٣	٦,١	%	
٣٧٠٠٣,٨	٣٥٣٤٤,٦	٣٦٠٨٥,١	٣٧٦١٧,١	٣٧٦٢٣,٠	٣٨٣٤٩,٢	الكمية طن	الباذنجان
٦,٩١	٦,٤	٦,٩	٦,٩	٦,٩	٧,٤	%	
٢٦٨٢٢,١	٣٦٢٢٧,٧	٢٢٧٤٨,٤	٢٩٠٦٦,٣	٢٦٣٢٥,٢	١٩٧٤٢,٨	الكمية طن	الفلفل
٤,٩٠	٦,٦	٤,٣	٥,٣	٤,٨	٣,٨	%	
٣٠٨٩٣٣,٢	٣٢٣٤١٤,٩	٢٩٣٢٨٢,١	٣٢٣٩٨٤,٦	٣٣٤٤٥١,٤	٢٦٩٥٣٣,٠	الكمية طن	إجمالي خضرا الدراسة
٥٧,٥٤	٥٨,٩	٥٥,٨	٥٩,٦	٦١,٥	٥٢,٣	%	
٢٢٦٤٢٢,٥	٢٢٥٢٢٢,١	٢٣٢٥٤٢,٩	٢١٩٣٩٧,٠	٢٠٩٥٥٢,٨	٢٤٥٣٩٧,٨	الكمية طن	باقي الخضر
٤٢,٢٥	٤١,١	٤٤,٢	٤٠,٤	٣٨,٥	٤٧,٧	%	
٥٣٥٣٥٥,٧	٥٤٨٦٣٧,٠	٥٢٥٨٢٥,٠	٥٤٣٣٨١,٦	٥٤٤٠٠٤,٢	٥١٤٩٣٠,٨	الكمية طن	الإجمالي
	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	%	

المصدر: جمعت وحسبت من سجلات سوق النزهة لتجارة الخضر والفاكهة خلال متوسط الفترة (٢٠١٤-٢٠١٨).

٣٥,٥٣ ألف طن عام ٢٠٠٩ وحد أقصى بلغ حوالي ٨٢,٣٤ ألف طن عام ٢٠٠٥ بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٤٤,٢٧ ألف طن، بينما تراوح سعر محصول البطاطس بين حد أدنى بلغ حوالي ٧٦٩ جنيه/طن عام ٢٠٠٥ وحد أقصى بلغ حوالي ٣٦٨٥ جنيه/طن عام ٢٠١٨ بمتوسط سنوي بلغ حوالي ١٨٥١ جنيه/طن.

وبتقدير معادلات الاتجاه الزمني العام تبين أن سعر محصول البطاطس يأخذ اتجاه عام متزايد معنوي احصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ بمعدل نمو سنوي

ويتقدير معادلات الاتجاه الزمني العام تبين أن سعر الطماطم يأخذ اتجاه متزايد معنوي احصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ١١,٢% وبمقدار تغير سنوي بلغ حوالي ١٨٣,٧٨ جنيه/طن، بينما لم تثبت المعنوية الاحصائية للكمية المعروضة من الطماطم عند مستويات المعنوية المختلفة.

- محصول البطاطس: تراوحت الكمية المعروضة من محصول البطاطس بين حد أدنى بلغ حوالي

معنوى احصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ بمعدل تناقص سنوى بلغ نحو ٤,٣% بمقدار انخفاض سنوى بلغ حوالى ٢٢٦٤,١ طن. بينما تبين أن سعر محصول البصل يأخذ اتجاه عام متزايد معنوى احصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ بمعدل نمو سنوى بلغ نحو ١٠,٢% وبمقدار تغير سنوى بلغ حوالى ١٦٣,٨ جنيه/طن.

- **محصول الثوم:** تراوحت الكمية المعروضة من محصول الثوم بين حد أدنى بلغ حوالى ٣,٣٣ ألف طن عام ٢٠١٣ وحد أقصى بلغ حوالى ٥٥,٧٩ ألف طن عام ٢٠٠٧ بمتوسط سنوى بلغ حوالى ٢٨,٨٦ ألف طن، بينما تراوح سعر محصول الثوم بين حد أدنى بلغ حوالى ١٢٩٩ جنيه/طن عام ٢٠٠٤ وحد أقصى بلغ حوالى ١٠٤٥٥ جنيه/طن عام ٢٠١٧ بمتوسط سنوى بلغ حوالى ٥٧٨٦ جنيه/طن.

بلغ نحو ٨,٧% وبمقدار تغير سنوى بلغ حوالى ١٣١,٠٤ جنيه/طن، بينما لم تثبت المعنوية الاحصائية للكمية المعروضة من محصول البطاطس عند مستويات المعنوية المختلفة.

- **محصول البصل:** تراوحت الكمية المعروضة من محصول البصل بين حد أدنى بلغ حوالى ٢٣,٩٩ ألف طن عام ٢٠١٤ وحد أقصى بلغ حوالى ٩٩,٤٩ ألف طن عام ٢٠٠٤ بمتوسط سنوى بلغ حوالى ٥٢,٦٥ ألف طن، بينما تراوح سعر محصول البصل بين حد أدنى بلغ حوالى ٥١٠ جنيه/طن عام ٢٠٠٥ وحد أقصى بلغ حوالى ٣٢٢٥ جنيه/طن عام ٢٠١٧ بمتوسط سنوى بلغ حوالى ١٦٠٣ جنيه/طن.

وبتقدير معادلات الاتجاه الزمنى العام تبين أن الكمية المعروضة من محصول البصل تأخذ اتجاه عام متناقص

جدول رقم (٢): تطور كميات وأسعار أهم محاصيل الخضر بالمستوى الأول بسوق النزهة بالإسكندرية خلال الفترة (٢٠٠٤-٢٠١٨)

السنة	الطماطم		البطاطس		البصل		الثوم	
	الكمية	السعر	الكمية	سعر	الكمية	السعر	الكمية	السعر
٢٠٠٤	٣٨١٧٢	٧٢١	٤٣٠٢٠	٨٦٠	٩٩٤٩٤	٧٢٧	٤٠٣٤٨	١٢٩٩
٢٠٠٥	٤٠١٨١	٦٢١	٨٢٣٤٠	٧٦٩	٧١٣٩٦	٥١٠	٣١٨٢٨	٢٦٤٠
٢٠٠٦	٨٧٨٧٢	٩٤٨	٣٩٨٩١	١٠٨٤	٨١٨٩٤	١١٥٢	٣١٣٠٥	٤٥٨٤
٢٠٠٧	٦٧٣١٢	٨١٥	٣٦١٦٥	١٣٢٧	٦١٣٨٣	١٢٣٨	٥٥٧٩٣	٤٦٣٣
٢٠٠٨	٧٤٢٥٩	١١٧١	٣٩٦٧١	١٣٢١	٤١٤٣٣	١٠٥٢	٢١٤٨٣	٣٠٥٨
٢٠٠٩	٥٨٥٩٧	٨٩٤	٣٥٥٢٩	١٣٥٠	٤٠٦٨٣	٩٣٥	١٩٦١٢	٥١١٣
٢٠١٠	٦٢٦٧٢	١٣٤٢	٤٠١١١	٢٠٩٤	٤٢٣٥٠	١٣٣٣	٢٣٢٣٨	٤٩٩٨
٢٠١١	٦٠٦٥١	١٦٣٣	٤٣٥٣٩	٢٤٢٧	٤١٤١٤	١٦٧٣	٢٣٧٢٩	٤٠٣٣
٢٠١٢	٦٣٠٧٧	٢١١٣	٤٤١٩٣	١٧٦٧	٤٢٠٢٨	١٤٨٣	٢٥٠٩٠	٥٣٠٢
٢٠١٣	٦٨٤٦١	١٦٩٦	٤٥٩٣٤	٢٥٢٥	٤٣١٩٣	١٩٧٣	٣٣٢٧	٦٧٠٨
٢٠١٤	٥٠٥٧٢	١٨١٣	٣٦٣٣٦	١٩٩٦	٣٦٩٨٥	٢٠٧١	٢٢٦٨٧	٩٤٧٩
٢٠١٥	٥٦٣٦٥	٢١٤٤	٤٨٥٣١	١٤٥٠	٤٧٤٥١	١٧٢٧	٣٥٧٤٣	٧٣٧٧
٢٠١٦	٥٦٩٠٣	١٧١٥	٤٥٤٦٤	٢٤٦٥	٤٧٨٢٨	١٩٩٦	٣٦٣٤١	٨٢٣٨
٢٠١٧	٥١٦٧٢	٣٣٦٦	٤٠٥٨١	٢٦٤٨	٤٤٦١٠	٣٢٢٥	٣٠٤٣٩	١٠٤٥٥
٢٠١٨	٥٩٣١٧	٣٦٢٥	٤٢٧٠٩	٣٦٨٥	٤٧٦٤٤	٢٩٤٨	٣١٨٩٩	٨٨٧٥
المتوسط	٥٩٧٣٩	١٦٤١	٤٤٢٦٨	١٨٥١	٥٢٦٥٢	١٦٠٣	٢٨٨٥٧	٥٧٨٦

المصدر: الغرفة التجارية بالإسكندرية، سجلات سوق النزهة لتجارة الخضر والفاكهة، بيانات غير منشورة.

جدول رقم (٣): معادلات الاتجاه الزمني العام لمحاصيل الخضر بالمستوى الأول بسوق النزهة بالإسكندرية خلال الفترة (٢٠١٨-٢٠٠٤)

البيان	الوحدة	المعادلة	ر	ف	معدل النمو %
الطماطم	السعر	لوص ^أ = ٦,٣٨ + ٠,١١٢ س هـ ** (٩,٩٥)	٠,٨٨	** ٩٩,٠١	١١,٢
البطاطس	السعر	لوص ^أ = ٦,٧٤ + ٠,٠٨٧ س هـ ** (٦,٤٦)	٠,٧٦	** ٤١,٧٠	٨,٧
البصل	الكمية	لوص ^أ = ١١,١٧ - ٠,٠٤٣ س هـ ** (٣,١١-)	٠,٤٣	** ٩,٧٠	٤,٣-
	السعر	لوص ^أ = ٦,٤٥ + ٠,١٠٢ س هـ ** (٨,٣١)	٠,٨٤	** ٦٩,٠٤	١٠,٢
الثوم	السعر	لوص ^أ = ٧٣٦٧ + ٠,١٠٩ س هـ ** (٦,٦٨)	٠,٧٧	** ٤٤,٥٦	١٠,٩

** معنوية عند ٠,٠١

المصدر: جمعت وحسبت من الجدول رقم (٢)

- محصول الكوسة: تراوحت الكمية المعروضة

من محصول الكوسة بين حد أدنى بلغ حوالي ١٠,٥٩ ألف طن عام ٢٠٠٤ وحد أقصى بلغ حوالي ٤٥,٣٦ ألف طن عام ٢٠١٥ بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٢٦,٨٢ ألف طن، بينما تراوح سعر محصول الكوسة بين حد أدنى بلغ حوالي ٩٠٣ جنيه/طن عام ٢٠٠٥ وحد أقصى بلغ حوالي ٤٥٤٦ جنيه/طن عام ٢٠١٧ بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٢١٠٤ جنيه/طن.

وبتقدير معادلات الاتجاه الزمني العام تبين أن كلا

من الكمية المعروضة وسعر محصول الكوسة تأخذ اتجاه عام متزايد معنوي احصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٧,١%، ١٠,٥% وبمقدار تغير سنوي بلغ حوالي ١,٩ ألف طن، ٢٢٠,٩٢ جنيه/طن لكل منهما على الترتيب.

- محصول الباذنجان: تراوحت الكمية المعروضة

من محصول الباذنجان بين حد أدنى بلغ حوالي ١٨,٣٢ ألف طن عام ٢٠١٤ وحد أقصى بلغ حوالي ٣٩,٦٦ ألف طن عام ٢٠٠٩ بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٣٢,٢٥ ألف طن، بينما تراوح سعر محصول الباذنجان بين حد أدنى بلغ حوالي ٦٣١ جنيه/طن عام ٢٠٠٤ وحد أقصى بلغ حوالي ٢٨٤٨ جنيه/طن عام ٢٠١٧ بمتوسط سنوي بلغ حوالي ١٤٠١ جنيه/طن.

وبتقدير معادلات الاتجاه الزمني العام تبين أن

سعر محصول الثوم يأخذ اتجاه عام متزايد معنوي احصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ١٠,٩% وبمقدار تغير سنوي بلغ حوالي ٦٣٠,٧ جنيه/طن.

باستعراض تطور كميات وأسعار أهم محاصيل

الخضر بالمستوى الثاني بسوق النزهة بالإسكندرية خلال الفترة (٢٠١٨-٢٠٠٤) كما هو موضح بالجدول رقم (٤) وكذلك معادلات الاتجاه الزمني العام كما هو موضح بالجدول رقم (٥) فقد تبين أن:

- محصول الخيار: تراوحت الكمية المعروضة

من محصول الخيار بين حد أدنى بلغ حوالي ١٧,٦٨ ألف طن عام ٢٠٠٤ وحد أقصى بلغ حوالي ٥٥,٨٠ ألف طن عام ٢٠١٢ بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٣١,٩٨ ألف طن، بينما تراوح سعر محصول الخيار بين حد أدنى بلغ حوالي ٨٣٣ جنيه/طن عام ٢٠٠٥ وحد أقصى بلغ حوالي ٤٣٣١ جنيه/طن عام ٢٠١٨ بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٢٠١٨ جنيه/طن.

وبتقدير معادلات الاتجاه الزمني العام تبين أن كلا

من الكمية المعروضة وسعر محصول الخيار تأخذ اتجاه متزايد معنوي احصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٦,٤%، ١٠,٣% وبمقدار تغير سنوي بلغ حوالي ٢,٠٥ ألف طن، ٢٠٧,٨٥ جنيه/طن لكل منهما على الترتيب.

جدول رقم (٤): تطور كميات وأسعار أهم محاصيل الخضر بالمستوى الثانى بسوق النزهة بالإسكندرية خلال الفترة (٢٠٠٤-٢٠١٨) طن الكمية: طن السعر: جنيه/طن

السنة	خيار		كوسة		بادنجان		فلفل	
	الكمية	السعر	الكمية	السعر	الكمية	السعر	الكمية	السعر
٢٠٠٤	١٧٦٨٣	٨٧٥	١٠٥٩٢	٩٤٠	١٨٣١٩	٦٣١	٢٤٣٥٦	٧٠٨
٢٠٠٥	٢٠٠١٠	٨٣٣	١٦٨٠٤	٩٠٣	٢٧٩٣١	٦٨٩	٢٦٩٩٧	١٣٠٤
٢٠٠٦	١٧٩٤٠	١٣٥٧	١٧٠٩١	١٢٦٨	٢٩٣٨٣	٨١١	٢١٥٦٢	١٤٢٠
٢٠٠٧	٢٢٥٩٥	١١٥٨	١٦٩٨٧	١١٤٦	٣٠٧٢٣	٨٢٣	٢٠٤٦١	١٤٢٣
٢٠٠٨	٢٤٥٧٦	١٥٣٣	٢١٧٩١	١٤٣٦	٢٦١٥١	١٠٦٩	٣٧٦٠٤	٢١٢٧
٢٠٠٩	٢٣٨٩٠	١٣٤٢	٢٤٤٤٣	١٥٢٧	٣٩٦٥٥	١٠٨٣	٢٣٦٤٣	١٦٦٩
٢٠١٠	٣١٧٤٢	١٣١٤	٣٠٤٧٢	١٣٦٩	٣١٢٣٥	١٢٤٦	٣٢٣١٣	١٤٣٨
٢٠١١	٣٤٤٨٨	١٨٦٠	٢٩٠٢٥	٢٣٥٦	٣١٤١٤	١٢٤٠	٣٢١٠٠	٢٣٣٨
٢٠١٢	٥٥٧٩٨	٢٥٤٤	٣٢٠٨٥	٢١٥٦	٣١٧٢٨	١٧١٩	٣١٧٦٣	٣٢٢٧
٢٠١٣	٤٤٦٨٤	٢٣٢٩	٣٣٧١٦	٢٢٧٩	٣٢١٦٣	١٦٩٦	٢٢٠٥٤	٢٨٠٠
٢٠١٤	٣٣٣٤١	٢٦٤٠	٣١٥٢١	٢٤٧٩	٣٨٣٤٩	١٨٨١	١٩٧٤٣	٣٣٢٧
٢٠١٥	٣٧٠٤٩	٢١٨١	٤٥٣٦٤	٢٧٣٨	٣٧٦٢٣	١٥٦٥	٢٦٣٢٥	٢٥٤٠
٢٠١٦	٣٨٩١١	٢٣٨٣	٣١٨٥٥	٢٣٩٦	٣٧٦١٧	١٤٤٦	٢٩٠٦٦	٢٠٥٤
٢٠١٧	٣٧٧٤٣	٣٥٩١	٢٩٤٠٦	٤٥٤٦	٣٦٠٨٥	٢٨٤٨	٢٢٧٤٨	٣٩١٧
٢٠١٨	٣٩١٨١	٤٣٣١	٣١٠٩٤	٤٠٢١	٣٥٣٤٥	٢٢٧١	٣٦٢٢٨	٣٥٦٣
المتوسط	٣١٩٧٥	٢٠١٨	٢٦٨١٦	٢١٠٤	٣٢٢٤٨	١٤٠١	٢٧١٣١	٢٢٥٧

المصدر: الغرفة التجارية بالإسكندرية، سجلات سوق النزهة لتجارة الخضر والفاكهة، بيانات غير منشورة

جدول رقم (٥): معادلات الاتجاه الزمنى العام لمحاصيل الخضر بالمستوى الثانى بسوق النزهة بالإسكندرية خلال الفترة (٢٠٠٤ - ٢٠١٨)

البيان	الوحدة	المعادلة	ر ^٢	ف	معدل النمو %
الخيار	الكمية	$\text{لوص} = 9,81 + 0,064 \times \text{س} \text{ هـ}$ ** (٥,٢٦)	٠,٦٨	** ٢٧,٦٩	٦,٤
	السعر	$\text{لوص} = 6,68 + 0,103 \times \text{س} \text{ هـ}$ ** (١٠,٤٠)	٠,٨٩	** ١٠٨,٢٠	١٠,٣
الكوسة	الكمية	$\text{لوص} = 9,07 + 0,071 \times \text{س} \text{ هـ}$ ** (٥,٦٤)	٠,٧١	** ٣١,٧٦	٧,١
	السعر	$\text{لوص} = 6,70 + 0,105 \times \text{س} \text{ هـ}$ ** (١١,٩٣)	٠,٩٢	** ١٤٢,٢٧	١٠,٥
البادنجان	الكمية	$\text{لوص} = 10,11 + 0,032 \times \text{س} \text{ هـ}$ ** (٣,٨٥)	٠,٥٣	** ١٤,٨١	٣,٢
	السعر	$\text{لوص} = 6,42 + 0,092 \times \text{س} \text{ هـ}$ ** (١٠,١٧)	٠,٨٩	** ١٠٣,٥١	٩,٢
الفلفل	السعر	$\text{لوص} = 6,91 + 0,090 \times \text{س} \text{ هـ}$ ** (٦,٠١)	٠,٧٤	** ٣٦,١٥	٩

** معنوية عند ٠,٠١

المصدر: جمعت وحسبت من الجدول رقم (٤).

٣-الدليل الموسمي لكميات والاسعار لمحاصيل

الخضّر: بتقدير الدليل الموسمي لكميات وأسعار محاصيل المستوى الأول لسوق النزهة خلال متوسط الفترة (٢٠١٤-٢٠١٨) كما هو موضح بالجدول رقم (٦) والشكل البياني رقم (١) تبين أن:

- محصول الطماطم: يرتفع الدليل الموسمي

للكميات المعروضة من محصول الطماطم عن المتوسط خلال شهور يناير، فبراير، إبريل، يونيو، أغسطس، سبتمبر حيث بلغ نحو ١٠٦,٧%، ١٠٠,٦%، ١٠٢%، ١٠٤,٣%، ١٩٢,٣%، ١١٥,١% لكل منهم على الترتيب، في حين يكون منخفض عن المتوسط باقي شهور العام، وقد بلغ أقصاه خلال شهر أغسطس بنحو ١٩٢,٣% وبلغ أدناه خلال شهر أكتوبر بنحو ٥٠,٩%. وبتقدير دليل التغيرات الموسمية للأسعار الشهرية ل محصول الطماطم فقد تبين أنه يكون مرتفعاً عن المتوسط خلال شهور يناير، إبريل، سبتمبر، أكتوبر، نوفمبر حيث بلغ نحو ١٢٦%، ١٢٨%، ١٢٣,٧%، ١٢٥,٩%، ١٠٤,٥%

ويتقدير معادلات الاتجاه الزمني العام تبين أن

كلا من الكمية المعروضة وسعر محصول الباذنجان تأخذ اتجاه عام متزايد معنوي احصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٣,٢%، ٩,٢% بمقدار زيادة سنوية بلغ حوالي ١,٠٣ ألف طن، ١٢٨,٨٩ جنيه/طن لكل منهما على الترتيب.

- محصول الفلفل: تراوحت الكمية المعروضة من

محصول الفلفل بين حد أدنى بلغ حوالي ١٩,٧٤ ألف طن عام ٢٠١٤ وحد أقصى بلغ حوالي ٣٧,٦ ألف طن عام ٢٠٠٨ بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٢٧,١٣ ألف طن، بينما تراوح سعر محصول الفلفل بين حد أدنى بلغ حوالي ٧٠٨ جنيه/طن عام ٢٠٠٤ وحد أقصى بلغ حوالي ٣٩١٧ جنيه/طن عام ٢٠١٧ بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٢٢٥٧ جنيه/طن.

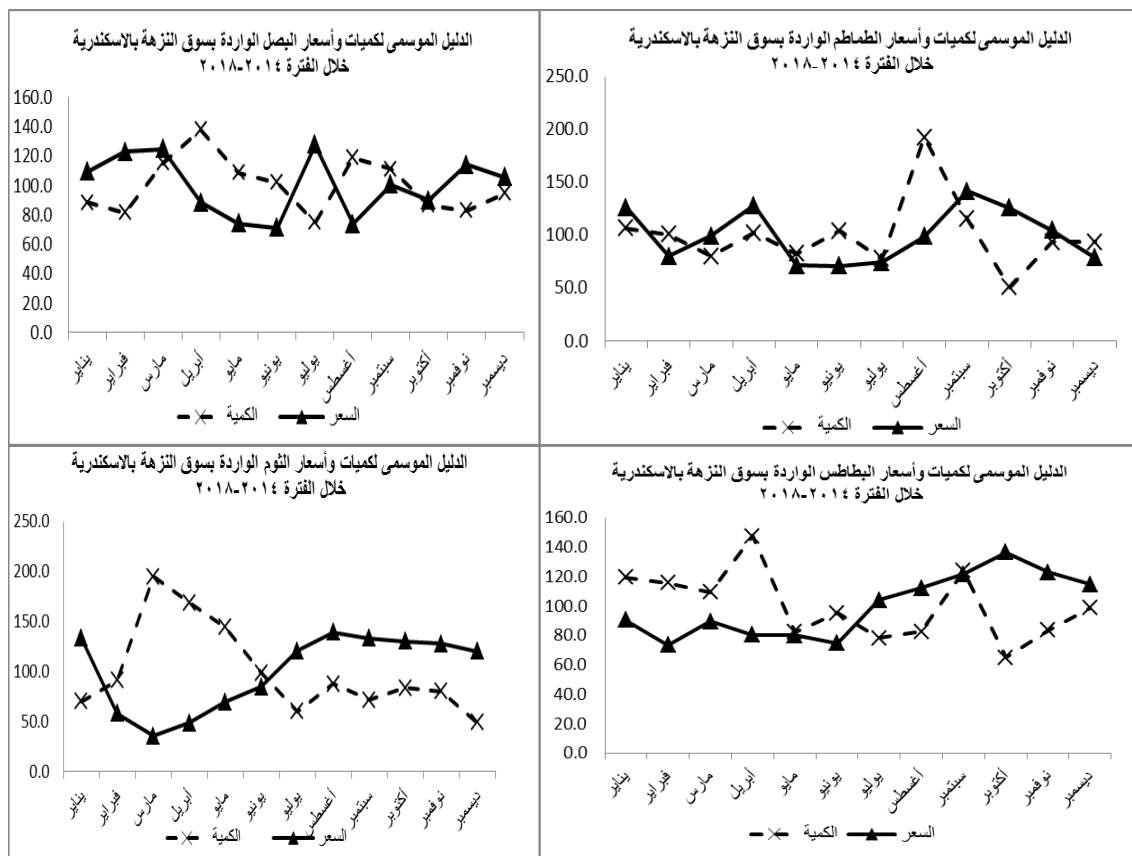
ويتقدير معادلات الاتجاه الزمني العام تبين أن

سعر محصول الفلفل يأخذ اتجاه عام متزايد معنوي احصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٩% وبمقدار تغير سنوي بلغ حوالي ٢٠٣,١٣ جنيه/طن.

جدول رقم (٦): الدليل الموسمي لكميات وأسعار محاصيل المستوى الأول بسوق النزهة خلال الفترة (٢٠١٤-٢٠١٨)

الشهر	الطماطم		البطاطس		البصل		الثوم	
	كمية	سعر	كمية	سعر	كمية	سعر	كمية	سعر
يناير	١٠٦,٧	١٢٦,٠	١١٩,٢	٩٠,٥	٨٨,١	١٠٩,٠	٧٠,٢	١٣٣,١
فبراير	١٠٠,٦	٨٠,٠	١١٥,٥	٧٣,٤	٨١,٢	١٢٢,٧	٩١,٠	٥٧,٩
مارس	٨٠,٢	٩٩,٢	١٠٩,٣	٨٩,٦	١١٤,٩	١٢٤,٧	١٩٤,٩	٣٥,٥
أبريل	١٠٢,٠	١٢٨,٠	١٤٧,٤	٨٠,٣	١٣٧,٧	٨٨,٢	١٦٨,٧	٤٨,٤
مايو	٨٢,٦	٧١,٤	٨٢,٣	٧٩,٨	١٠٨,٣	٧٣,٩	١٤٤,١	٦٩,٥
يونيو	١٠٤,٣	٧١,٢	٩٥,١	٧٤,٦	١٠١,٨	٧٠,٩	٩٨,٥	٨٤,٧
يوليو	٧٧,٧	٧٤,٥	٧٨,١	١٠٣,٩	٧٤,٧	١٢٧,٦	٦٠,١	١٢٠,٨
أغسطس	١٩٢,٣	٩٨,٩	٨٢,٦	١١٢,٠	١١٨,٧	٧٣,٧	٨٧,٧	١٣٩,٣
سبتمبر	١١٥,١	١٤١,٦	١٢٣,٧	١٢١,٧	١١٠,٩	١٠٠,٤	٧١,٥	١٣٣,١
أكتوبر	٥٠,٩	١٢٥,٩	٦٤,٧	١٣٦,٥	٨٦,٥	٨٩,٧	٨٣,٧	١٣٠,٠
نوفمبر	٩٣,٧	١٠٤,٥	٨٣,٤	١٢٣,٠	٨٢,٨	١١٣,٨	٧٩,٩	١٢٧,٥
ديسمبر	٩٣,٨	٧٨,٨	٩٨,٦	١١٤,٧	٩٤,٥	١٠٥,٣	٤٨,٧	١٢٠,٢

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات جدول رقم (٢) باستخدام طريقة Holt-Winters Seasonal Method



شكل رقم (١): الدليل الموسمي لكميات وأسعار محاصيل الخضر للمستوى الأول بسوق النزهة خلال الفترة (٢٠١٤-٢٠١٨)

على الترتيب، ومنخفض عن المتوسط باقي شهور العام وقد بلغ أقصاه خلال شهر أكتوبر بنحو ١٣٦,٥% وبلغ أدناه خلال شهر فبراير بنحو ٧٣,٤%.

- محصول البصل: يرتفع الدليل الموسمي للكميات المعروضة من محصول البصل عن المتوسط خلال شهور مارس، إبريل، مايو، يونيو، أغسطس، سبتمبر حيث بلغ نحو ١١٤,٩%، ١٣٧,٧%، ١٠٨,٣%، ١٠١,٨%، ١١٨,٧%، ١١٠,٩% لكل منهم على الترتيب، في حين يكون منخفض عن المتوسط باقي شهور العام، وقد بلغ أقصاه خلال شهر إبريل بنحو ١٣٧,٧% وبلغ أدناه خلال شهر يوليو بنحو ٧٤,٧%.

ويتقدير دليل التغيرات الموسمية للأسعار الشهرية لمحصول البصل فقد تبين أنه يكون مرتفعاً عن المتوسط شهور يناير، فبراير، مارس، يوليو، سبتمبر، نوفمبر، ديسمبر حيث بلغ نحو ١٠٩%، ١٢٢,٧%،

لكل منهم على الترتيب، ومنخفض عن المتوسط باقي شهور العام وقد بلغ أقصاه خلال شهر إبريل بنحو ١٢٨% وبلغ أدناه خلال شهر يونيو بنحو ٧١,٢%.

- محصول البطاطس: يرتفع الدليل الموسمي للكميات المعروضة من محصول البطاطس عن المتوسط خلال شهور يناير، فبراير، مارس، إبريل، سبتمبر حيث بلغ نحو ١١٩,٢%، ١١٥,٥%، ١٠٩,٣%، ١٤٧,٤%، ١٢٣,٧% لكل منهم على الترتيب، في حين يكون منخفض عن المتوسط باقي شهور العام، وقد بلغ أقصاه خلال شهر إبريل بنحو ١٤٧,٤% وبلغ أدناه خلال شهر أكتوبر بنحو ٦٤,٧%.

ويتقدير دليل التغيرات الموسمية للأسعار الشهرية لمحصول البطاطس فقد تبين أنه يكون مرتفعاً عن المتوسط خلال شهور يوليو، أغسطس، سبتمبر، أكتوبر، نوفمبر، ديسمبر حيث بلغ نحو ١٠٣,٩%، ١١٢%، ١٢١,٧%، ١٣٦,٥%، ١٢٣%، ١١٤,٧% لكل منهم

بتقدير الدليل الموسمي لكميات وأسعار محاصيل
المستوى الثاني لسوق النزهة خلال الفترة (٢٠١٤-
٢٠١٨) كما هو موضح بالجدول رقم (٧) والشكل
البياني رقم (٢) تبين أن:

- محصول الخيار: يرتفع الدليل الموسمي للكميات
المعرضة من محصول الخيار عن المتوسط خلال شهور
مارس، إبريل، مايو، يونيو، أغسطس، سبتمبر حيث بلغ
نحو ١٢٨,٣%، ١٢٦,٢%، ١٠٩,٩%، ١٣٩,٨%،
١٤٢,٦%، ١١٠,٤% لكل منهم على الترتيب، في حين
يكون منخفض عن المتوسط باقي شهور العام، وقد بلغ
أقصاه خلال شهر أغسطس بنحو ١٤٢,٦% وبلغ أدناه
خلال شهر فبراير بنحو ٦٨,٢%. وبتقدير دليل التغيرات
الموسمية للأسعار الشهرية لمحصول الخيار فقد تبين أنه
يكون مرتفعاً عن المتوسط خلال شهور يناير، فبراير،
يوليو، سبتمبر، نوفمبر، ديسمبر حيث بلغ نحو
١٥٢,٩%، ١١٦,٢%، ١٠٦,٢%، ١٠٩,٣%،
١٠٠%، ١٢٥,٩% لكل منهم على الترتيب،
ومنخفض عن المتوسط باقي شهور العام وقد بلغ أقصاه
خلال شهر يناير بنحو ١٥٢,٩% وبلغ أدناه خلال شهر
يونيو بنحو ٦٦,٢%.

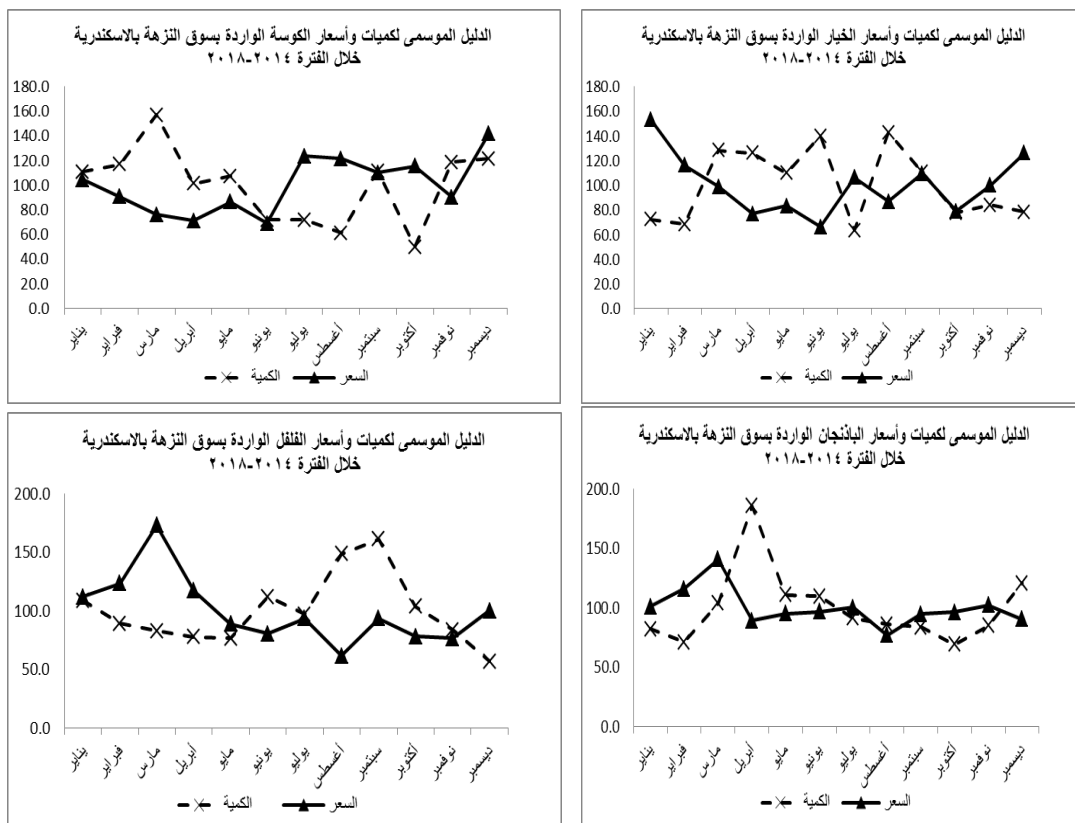
١٢٤,٧%، ١٢٧,٦%، ١٠٠,٤%، ١١٣,٨%،
١٠٥,٣% لكل منهم على الترتيب، في حين يكون
منخفض عن المتوسط باقي شهور العام، وقد بلغ أقصاه
خلال شهر يوليو بنحو ١٢٧,٦% وبلغ أدناه خلال
شهر يونيو بنحو ٧٠,٩%.

- محصول الثوم: يرتفع الدليل الموسمي للكميات
المعرضة من محصول الثوم عن المتوسط خلال
شهور مارس، إبريل، مايو حيث بلغ نحو ١٩٤,٩%،
١٦٨,٧%، ١٤٤,١% لكل منهم على الترتيب، في حين
يكون منخفض عن المتوسط باقي شهور العام، وقد بلغ
أقصاه خلال شهر مارس بنحو ١٩٤,٩% وبلغ أدناه
خلال شهر ديسمبر بنحو ٤٨,٧%. وبتقدير دليل
التغيرات الموسمية للأسعار الشهرية لمحصول الثوم فقد
تبين أنه يكون مرتفعاً عن المتوسط شهور يناير، يوليو،
أغسطس، سبتمبر، أكتوبر، نوفمبر، ديسمبر حيث بلغ
نحو ١٣٣,١%، ١٣٩,٣%، ١٢٠,٨%، ١٣٣,١%،
١٣٠%، ١٢٧,٥%، ١٢٠,٢% لكل منهم على
الترتيب، في حين يكون منخفض عن المتوسط باقي
شهور العام، وقد بلغ أقصاه خلال شهر يوليو بنحو
١٢٧,٦% وبلغ أدناه خلال شهر يونيو بنحو ٧٠,٩%.

جدول رقم (٧): الدليل الموسمي لكميات وأسعار محاصيل المستوى الثاني بسوق النزهة خلال الفترة
(٢٠١٤-٢٠١٨)

الشهر	الخيار		الكوسة		الباذنجان		الفلفل	
	كمية	سعر	كمية	سعر	كمية	سعر	كمية	سعر
يناير	٧٢,٠	١٥٢,٩	١١٠,٧	١٠٤,٦	٨٢,٢	١٠١,٠	١٠٩,٠	١١٢,١
فبراير	٦٨,٢	١١٦,٢	١١٧,٠	٩٠,٥	٧١,٣	١١٥,٩	٨٩,٢	١٢٣,٧
مارس	١٢٨,٣	٩٨,٧	١٥٦,٨	٧٥,٩	١٠٣,٩	١٤٠,٩	٨٢,٩	١٧٣,٢
أبريل	١٢٦,٢	٧٦,٨	١٠١,٤	٧١,٢	١٨٥,٧	٨٩,٣	٧٧,٩	١١٧,٢
مايو	١٠٩,٩	٨٣,٢	١٠٧,٤	٨٦,٥	١١٠,٩	٩٥,١	٧٦,٦	٨٩,٠
يونيو	١٣٩,٨	٦٦,٢	٧١,٩	٦٩,١	١٠٩,٧	٩٦,٧	١١٢,٣	٨٠,٧
يوليو	٦٣,٢	١٠٦,٢	٧١,٩	١٢٣,٥	٩١,١	١٠٠,١	٩٧,٢	٩٣,٦
أغسطس	١٤٢,٦	٨٦,٥	٦١,٣	١٢١,٥	٨٦,٣	٧٧,١	١٤٨,٨	٦١,٨
سبتمبر	١١٠,٤	١٠٩,٣	١١١,٧	١١٠,٠	٨٣,٨	٩٤,٦	١٦١,٤	٩٣,٥
أكتوبر	٧٧,٥	٧٩,٠	٥٠,٠	١١٥,٣	٦٩,٢	٩٦,٢	١٠٣,٩	٧٨,٤
نوفمبر	٨٣,٩	١٠٠,٠	١١٨,٦	٩٠,٢	٨٤,٩	١٠٢,٤	٨٣,٩	٧٦,٥
ديسمبر	٧٨,٢	١٢٥,٩	١٢١,٥	١٤١,٨	١٢٠,٩	٩٠,٥	٥٦,٨	١٠٠,٤

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات جدول رقم (٤) باستخدام طريقة Holt-Winters Seasonal Method .



شكل رقم (٢): الدليل الموسمي لكميات وأسعار محاصيل الخضر للمستوى الأول بسوق النزهة خلال الفترة (٢٠١٨-٢٠١٤)

- محصول الباذنجان: يرتفع الدليل الموسمي للكميات المعروضة من محصول الباذنجان عن المتوسط خلال شهور مارس، إبريل، مايو، يونيو، ديسمبر حيث بلغ نحو ١٠٣,٩%، ١٨٥,٧%، ١١٠,٩%، ١٠٩,٧%، ١٢٠,٩% لكل منهم على الترتيب، في حين يكون منخفض عن المتوسط باقي شهور العام، وقد بلغ أقصاه خلال شهر إبريل بنحو ١٨٥,٧% وبلغ أدناه خلال شهر أكتوبر بنحو ٦٩,٢%.

وبتقدير دليل التغيرات الموسمية للأسعار الشهرية الباذنجان فقد تبين أنه يكون مرتفعاً عن المتوسط شهور يناير، فبراير، مارس، يوليو، نوفمبر حيث بلغ نحو ١٠١%، ١١٥,٩%، ١٤٠,٩%، ١٠٠,١%، ١٠٢,٤% لكل منهم على الترتيب، في حين يكون منخفض عن المتوسط باقي شهور العام، وقد بلغ أقصاه خلال شهر مارس بنحو ١٤٠,٩% وبلغ أدناه خلال شهر أغسطس بنحو ٧٧,١%.

- محصول الكوسة: يرتفع الدليل الموسمي للكميات المعروضة من محصول الكوسة عن المتوسط خلال شهور يناير، فبراير، مارس، إبريل، مايو، سبتمبر، نوفمبر، ديسمبر حيث بلغ نحو ١١٠,٧%، ١١٧%، ١٠٦,٨%، ١٠١,٤%، ١٠٧,٤%، ١١١,٧%، ١١٨,٦%، ١٢١,٥% لكل منهم على الترتيب، في حين يكون منخفض عن المتوسط باقي شهور العام، وقد بلغ أقصاه خلال شهر مارس بنحو ١٥٦,٨% وبلغ أدناه خلال شهر أكتوبر بنحو ٥٠%.

وبتقدير دليل التغيرات الموسمية للأسعار الشهرية ل محصول الكوسة فقد تبين أنه يكون مرتفعاً عن المتوسط خلال شهور يناير، يوليو، أغسطس، سبتمبر، أكتوبر، ديسمبر حيث بلغ نحو ١٠٤,٦%، ١٢٣,٥%، ١٢١,٥%، ١١٠%، ١١٥,٣%، ١٤١,٨% لكل منهم على الترتيب، ومنخفض عن المتوسط باقي شهور العام وقد بلغ أقصاه خلال شهر يوليو بنحو ١٢٣,٥% وبلغ أدناه خلال شهر إبريل بنحو ٧١,٢%.

- **محصول الطماطم:** بتقدير المستويات السعرية لمحصول الطماطم خلال متوسط الفترة تبين أن السعر المزرعى بلغ حوالى ١٤٣٠,٣ جنيه/طن، وبلغ سعر الجملة حوالى ٢٥٣٢,٤ جنيه/طن، بينما بلغ سعر التجزئة حوالى ٤٨٣٦ جنيه/طن، كما تبين أن الهوامش التسويقية بين سعر الجملة- السعر المزرعى، سعر التجزئة- سعر الجملة، سعر التجزئة- السعر المزرعى قد بلغت حوالى ١١٠٢,١، ٢٣٠٣,٦، ٣٤٠٥,٧ جنيه/طن لكل منهم على الترتيب، وبتقدير نصيب كلا من المزارع، وتاجر الجملة، وتاجر التجزئة من توزيع جنيه المستهلك فقد بلغ نحو ٣٠%، ١٨,١%، ٤٨,٣% لكل منهم على الترتيب، وبذلك فقد بلغ نصيب الوسطاء نحو ٦٩,٦٨% من جنيه المستهلك.

- **محصول البطاطس:** بتقدير المستويات السعرية لمحصول البطاطس تبين أن السعر المزرعى بلغ حوالى ١٧٣٤ جنيه/طن، وبلغ سعر الجملة حوالى ٢٤٤٨,٧ جنيه/طن، بينما بلغ سعر التجزئة حوالى ٥٥٧٤ جنيه/طن، كما تبين أن الفروق التسويقية بين سعر الجملة- السعر المزرعى، سعر التجزئة- سعر الجملة، سعر التجزئة- السعر المزرعى قد بلغ حوالى ٧١٤,٧، ٣١٢٥,٣، ٣٨٤٠ جنيه/طن لكل منهم على الترتيب، وبتقدير نصيب كلا من المزارع، وتاجر الجملة، وتاجر التجزئة من توزيع جنيه المستهلك فقد بلغ نحو ٣٠,٨%، ٩,٢%، ٥٦,٤% لكل منهم على الترتيب، وبذلك فقد بلغ نصيب الوسطاء نحو ٦٨,٩٥% من جنيه المستهلك.

- **محصول البصل:** بتقدير المستويات السعرية لمحصول البصل تبين أن السعر المزرعى بلغ حوالى ١٤٦١,٧ جنيه/طن، وبلغ سعر الجملة حوالى ٢٣٩٣,٣ جنيه/طن، بينما بلغ سعر التجزئة حوالى ٥٠٥٢ جنيه/طن، كما تبين أن الهوامش التسويقية بين سعر الجملة- السعر المزرعى، سعر التجزئة- سعر الجملة، سعر التجزئة- السعر المزرعى قد بلغت حوالى ٩٣١,٦، ٢٦٥٨,٧، ٣٥٩٠,٣ جنيه/طن لكل منهم على الترتيب، وبتقدير نصيب كلا من المزارع، وتاجر الجملة، وتاجر التجزئة من توزيع جنيه المستهلك فقد بلغ نحو ٢٩%، ١٩%، ٤٩,٢% لكل منهم على الترتيب، وبذلك فقد بلغ نصيب الوسطاء نحو ٦٩,٥% من جنيه المستهلك.

- **محصول الفلفل:** يرتفع الدليل الموسمي للكميات المعروضة من محصول الفلفل عن المتوسط خلال شهور يناير، يونيو، أغسطس، سبتمبر، أكتوبر حيث بلغ نحو ١٠٩%، ١١٢,٣%، ١٤٨,٨%، ١٦١,٤%، ١٠٣,٩% لكل منهم على الترتيب، في حين يكون منخفض عن المتوسط باقي شهور العام، وقد بلغ أقصاه خلال شهر سبتمبر بنحو ١٦١,٤% وبلغ أدناه خلال شهر ديسمبر بنحو ٥٦,٨%.

وبتقدير دليل التغيرات الموسمية للأسعار الشهرية لمحصول الفلفل فقد تبين أنه يكون مرتفعاً عن المتوسط شهور يناير، فبراير، مارس، إبريل، ديسمبر حيث بلغ نحو ١١٢,١%، ١٢٣,٧%، ١٧٣,٢%، ١١٧,٢%، ١٠٠,٤% لكل منهم على الترتيب، في حين يكون منخفض عن المتوسط باقي شهور العام، وقد بلغ أقصاه خلال شهر مارس بنحو ١٧٣,٢% وبلغ أدناه خلال شهر أغسطس بنحو ٦١,٨%.

ثانياً: الهوامش التسويقية وتوزيع جنيه المستهلك لأهم محاصيل الخضار

تعتبر دراسة الهامش التسويقي أحد المعايير الرئيسية للتعرف على الفروق التسويقية والعوامل المؤثرة عليها لتحديد المشاكل التسويقية، وكذلك للحكم على كفاءة النشاط التسويقي، والهوامش التسويقي هو الفرق بين السعر الذى يدفعه المستهلك النهائى وبين السعر الذى يتقاضاه المنتج، أو بمعنى آخر هو الفرق بين سعر التجزئة والسعر المزرعى ومن ثم تتضمن كفاءة التكاليف التسويقية وأرباح الوسطاء، كما يعتبر توزيع جنيه المستهلك أحد الطرق التحليلية للتعرف على نصيب كل مرحلة من المراحل التسويقية من القيمة التى يدفعها المستهلك نظير حصوله على السلعة والذى يعبر عن نصيب المنتج من قيمة ما يدفعه المستهلك نظير حصوله على السلعة. ويعبر مفهوم جنيه المستهلك عن توزيع ما قيمته جنيه واحد دفعه المستهلك للمنتج والهيئات التسويقية المعنية بتسويق السلعة^(١).

بتقدير الهوامش التسويقية وتوزيع جنيه المستهلك لمحاصيل الخضار بالمستوى الأول والثانى خلال متوسط الفترة (٢٠١٤-٢٠١٨) كما هو مبين بالجدول رقم (٨) تبين أن:

جدول رقم (٨): الهوامش التسويقية وتوزيع جنيته المستهلك لأهم محاصيل الخضر خلال متوسط الفترة (الوحدة: جنية/الطن) (٢٠١٤-٢٠١٨)

البيان	الاسعار الجارية			الهوامش التسويقية			توزيع جنيته المستهلك (%)		
	السعر المزرعي	سعر الجملة	سعر التجزئة	جملة- مزارع	تجزئة- جملة	تجزئة- مزرعي	نصيب المزارع	نصيب تاجر الجملة	نصيب الوسطاء
الطماطم	١٤٣٠	٢٥٣٢	٤٨٣٦	١١٠٢	٢٣٠٤	٣٤٠٦	٣٠,٠	١٨,١	٤٨,٣
البطاطس	١٧٣٤	٢٤٤٩	٥٥٧٤	٧١٥	٣١٢٥	٣٨٤٠	٣٠,٨	٩,٢	٥٦,٤
البصل	١٤٦٢	٢٣٩٣	٥٠٥٢	٩٣٢	٢٦٥٩	٣٥٩٠	٢٩,٠	١٩,٠	٤٩,٢
الثوم	٢٥٤٢	٨٨٨٥	١٦٧١٠	٦٣٤٢	٧٨٢٥	١٤١٦٨	١٥,٢	٣٨,٩	٤٣,٨
الخيار	١٦٠٧	٣٠٢٥	٥٩٦٠	١٤١٨	٢٩٣٥	٤٣٥٣	٢٧,٢	٢١,٩	٤٨,٢
الكوسة	١٨٩٣	٣٢٣٦	٥١٧٨	١٣٤٣	١٩٤٢	٣٢٨٥	٣٧,١	٢٤,٨	٣٢,٣
الباذنجان	١٥٩١	٢١٦٢	٣٦٩٢	٥٧١	١٥٣٠	٢١٠١	٤٧,٧	١٥,٤	٢٢,١
الفلفل	١٩٣٦	٣٠٨٠	٧٠٢٢	١١٤٤	٣٩٤٢	٥٠٨٦	٢٨,٤	٩,٩	٤٣,١

(١) جملة-مزرعي = سعر الجملة - السعر المزرعي.

(٢) تجزئة- جملة = سعر التجزئة - سعر الجملة.

(٣) تجزئة- مزرعي = سعر التجزئة - السعر المزرعي.

(٤) نصيب المنتج = (سعر المنتج / سعر التجزئة) * ١٠٠.

(٥) نصيب تاجر الجملة = ((سعر الجملة - سعر المنتج) / سعر التجزئة) * ١٠٠.

(٦) نصيب تاجر التجزئة = ((سعر التجزئة - سعر الجملة) / سعر التجزئة) * ١٠٠.

(٧) نصيب الوسطاء = نصيب تاجر الجملة + نصيب تاجر التجزئة.

المصدر: جمعت وحسبت من :

(١): وزارة الزراعة واستصلاح الاراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، نشرة الأسعار الشتوى والصفى والنبلى أعداد مختلفة.

(٢): الجهاز المركزي للتعينة العامة والإحصاء ، النشرة السنوية لأسعار المواد الغذائية (تجزئة - جملة) ، أعداد مختلفة.

(٣): الغرفة التجارية بالإسكندرية ، سجلات سوق الزهرة لتجارة الخضر والفاكهة ، بيانات غير منشورة.

- محصول الثوم: بتقدير المستويات السعرية لمحصول الثوم تبين أن السعر المزرعي بلغ حوالي ٢٥٤٢,٤ جنية/طن، وبلغ سعر الجملة حوالي ٨٨٨٤,٧ جنية/طن، بينما بلغ سعر التجزئة حوالي ١٦٧١٠ جنية/طن، كما تبين أن الهوامش التسويقية بين سعر الجملة- السعر المزرعي، سعر التجزئة- سعر الجملة، سعر التجزئة- السعر المزرعي قد بلغت حوالي ١٤١٦٨,٧، ٢٩٣٤,٧، ٤٣٥٢,٧ جنية/طن لكل منهم على الترتيب، وبتقدير نصيب كلا من المزارع، وتاجر الجملة، وتاجر التجزئة من توزيع جنيته المستهلك فقد بلغ نحو ٢٧,٢%، ٢١,٩%، ٤٨,٢% لكل منهم على الترتيب، وبذلك فقد بلغ نصيب الوسطاء نحو ٧٢,٦% من جنيته المستهلك.

- محصول الكوسة: بتقدير المستويات السعرية لمحصول الكوسة تبين أن السعر المزرعي بلغ حوالي ١٨٩٢,٦ جنية/طن، وبلغ سعر الجملة حوالي ٣٢٣٥,٨ جنية/طن، بينما بلغ سعر التجزئة حوالي

يستجيب الجهاز التسويقي لرغبات المستهلك، ولذلك فإن الكفاءة التكنولوجية تعمل على خفض تكاليف المدخلات (التكاليف التسويقية) حيث أن ارتفاع أو انخفاض التكاليف التسويقية وحده ليس دليلاً على مدى الكفاءة التي يؤدي بها الجهاز التسويقي وظائفه، وارتفاع الكفاءة التسويقية قد يعنى انخفاض جملة التكاليف التسويقية مع الحفاظ على نفس مستوى أداء الوظائف التسويقية، ومن ثم خفض الفرق بين سعر المنتج وسعر المستهلك عن طريق تخفيض نصيب الوسطاء والعكس صحيح⁽³⁾.

وبتقدير الكفاءة التسويقية لأهم محاصيل الخضر **بالمستوى الأول والثاني** بسوق النزهة بالإسكندرية خلال متوسط الفترة (٢٠١٤-٢٠١٨) كما هو موضح بالجدول رقم (٩) يتبين ما يلي:

بتقدير تكاليف إنتاج الطن لمحاصيل المستوى الأول الطماطم، البطاطس، البصل، الثوم فقد بلغت حوالى ٤٢٤,٨، ١١٨٦,١، ٤٧٩، ٩٤٦,٥ جنيه لكل منهم على الترتيب، فى حين بلغت تكاليف تسويق الطن حوالى ٣٤٠,٥، ٣٨٤٠، ٣٥٩٠,٣، ١٤١٦٧,٦ جنيه لكل منهم على الترتيب. بينما بلغت الكفاءة التسويقية نحو ١١,١%، ٢٢,٨%، ١١,٧%، ٦,٣% لكل منهم على الترتيب.

وعزى انخفاض الكفاءة التسويقية لمحصول الطماطم، البطاطس، البصل، الثوم إلى ارتفاع التكاليف التسويقية للوسطاء نظراً لأن الطماطم من المحاصيل سريعة العطب بالإضافة إلي أن التقلبات السعرية لها متباينة بينما يعزى انخفاض الكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس، البصل، الثوم إلي تزايد التكاليف التسويقية لهم، إلى جانب قدرتهم العالية على التخزين حيث يتم تصنيفهم ضمن المحاصيل الحقلية، الأمر الذي يجعل الوسطاء يقومون بتخزينهم والتحكم في الكميات المعروضة منها في الأسواق، بالإضافة إلى ارتفاع نصيب الوسطاء التسويقيين، وانخفاض نصيب المزارعين.

وعزى الانخفاض الكبير والواضح فى الكفاءة التسويقية لمحصول الثوم بالنسبة لباقي محاصيل الخضر بالمستوى الأول إلى انخفاض الكميات المسوقة

٥١٧٨ جنيه/طن، كما تبين أن الهوامش التسويقية بين سعر الجملة- السعر المزارعى، سعر التجزئة- سعر الجملة، سعر التجزئة- السعر المزارعى قد بلغت حوالى ١٣٤٣,١، ١٩٤٢,٢، ٣٢٨٥,٤ جنيه/طن لكل منهم على الترتيب، وبتقدير نصيب كلا من المزارع، وتاجر الجملة، وتاجر التجزئة من توزيع جنيه المستهلك فقد بلغ نحو ٣٧,١%، ٢٤,٨%، ٣٢,٣% لكل منهم على الترتيب، وبذلك فقد بلغ نصيب الوسطاء نحو ٦١,٣٥% من جنيه المستهلك.

- **محصول البانجان:** بتقدير المستويات السعرية لمحصول البانجان تبين أن السعر المزارعى بلغ حوالى ١٥٩١,٢ جنيه/طن، وبلغ سعر الجملة حوالى ٢١٦٢,١ جنيه/طن، بينما بلغ سعر التجزئة حوالى ٣٦٩٢ جنيه/طن، كما تبين أن الهوامش التسويقية بين سعر الجملة- السعر المزارعى، سعر التجزئة- سعر الجملة، سعر التجزئة- السعر المزارعى قد بلغت حوالى ٥٧٠,٩، ١٥٢٩,٩، ٢١٠٠,٨ جنيه/طن لكل منهم على الترتيب، وبتقدير نصيب كلا من المزارع، وتاجر الجملة، وتاجر التجزئة من توزيع جنيه المستهلك فقد بلغ نحو ٤٧,٧%، ١٥,٤%، ٢٢,١% لكل منهم على الترتيب، وبذلك فقد بلغ نصيب الوسطاء نحو ٤٥,٨٩% من جنيه المستهلك.

- **محصول الفلفل:** بتقدير المستويات السعرية لمحصول الفلفل تبين أن السعر المزارعى بلغ حوالى ١٩٣٦,٤ جنيه/طن، وبلغ سعر الجملة حوالى ٣٠٨٠,١ جنيه/طن، بينما بلغ سعر التجزئة حوالى ٧٠٢٢ جنيه/طن، كما تبين أن الهوامش التسويقية بين سعر الجملة- السعر المزارعى، سعر التجزئة- سعر الجملة، سعر التجزئة- السعر المزارعى قد بلغت حوالى ١١٤٣,٧، ٣٩٤١,٩، ٥٠٨٥,٦ جنيه/طن لكل منهم على الترتيب، وبتقدير نصيب كلا من المزارع، وتاجر الجملة، وتاجر التجزئة من توزيع جنيه المستهلك فقد بلغ نحو ٢٨,٤%، ٩,٩%، ٤٣,١% لكل منهم على الترتيب، وبذلك فقد بلغ نصيب الوسطاء نحو ٧٠,٢٦% من جنيه المستهلك.

ثالثاً: الكفاءة التسويقية لأهم محاصيل الخضر:

تتعلق الكفاءة التسويقية بتحسين عمليات الشراء والبيع والنواحي السعرية فى العملية التسويقية بحيث

ويعزى انخفاض الكفاءة التسويقية لمحصول الخيار، الكوسة، الفلفل إلى ارتفاع التكاليف التسويقية للوسطاء نظراً لأنهم من المحاصيل سريعة العطب، و عدم قدرة تلك المحاصيل على التخزين، بالإضافة إلى انخفاض نصيب المزارعين، وتعاضم نصيب الوسطاء التسويقيين. كما يعزى انخفاض الكفاءة التسويقية لمحصول الباذنجان بدرجة أقل من محاصيل المستوى الثاني إلى قدرته المحصول على التحمل وعدم اجراء عمليات تسويقية متعددة عليه سوى الجمع وتحمل مصاريف النقل، وهوما يزيد من تعاضم نصيب المزارعين أو المنتجين، وانخفاض نصيب الوسطاء.

من هذا المحصول بالإضافة إلى أن التقلبات السعرية المتباينة التي يتعرض لها الثوم منذ الحصاد، بالإضافة إلى إلا أن الكميات المسوقة والمصدرة منه كبيرة .

بلغت متوسط تكاليف إنتاج الطن لمحاصيل المستوى الثاني الخيار، الكوسة، الباذنجان، الفلفل حوالي ٧٢٦,٤، ٩٣٨,٨، ٦٣٦,٥، ١٠٠٦,٣ جنيه لكل منهم على الترتيب، فى حين بلغت تكاليف تسويق الطن حوالي ٤٣٥٢,٧، ٣٢٨٥,٤، ٢١٠٠,٨، ٥٠٨٥,٦ جنيه لكل منهم على الترتيب. بينما بلغت متوسط الكفاءة التسويقية نحو ١٢,٣%، ٢٢%، ٢٧,٦%، ١٧,٢% لكل منهم على الترتيب.

جدول رقم (٩): الكفاءة التسويقية لأهم محاصيل الخضر بسوق النزهة بالإسكندرية خلال متوسط الفترة (٢٠١٤-٢٠١٨)

المحصول	الإنتاجية		تكاليف إنتاج		الكفاءة التسويقية**
	طن/فدان	طن/فدان	جنيه/طن	جنيه/طن	
طماطم	١٧,٤	٧٤٢٧,٩	٤٢٤,٨	٣٤٠٥,٧	١١,١
بطاطس	١٠,٨	١٢٨٧٦,٦	١١٨٦,١	٣٨٤٠,٠	٢٢,٨
بصل	١٤,٨	٧١١٢,٠	٤٧٩,٠	٣٥٩٠,٣	١١,٧
ثوم	٩,١	٨٥٢٤,٦	٩٤٦,٥	١٤١٦٧,٦	٦,٣
خيار	٨,٥	٦٢٥١,٢	٧٢٦,٤	٤٣٥٢,٧	١٢,٣
كوسة	٨,٠	٧٥٣٣,٤	٩٣٨,٨	٣٢٨٥,٤	٢٢,٠
باذنجان	١١,١	٧١٦٤,٤	٦٣٦,٥	٢١٠٠,٨	٢٧,٦
فلفل	٧,٠	٧١٤٦,٩	١٠٠٦,٣	٥٠٨٥,٦	١٧,٢

*تكاليف التسويق = سعر التجزئة - سعر المنتج

$$**الكفاءة التسويقية = 100 - \left(\frac{\text{التكاليف التسويقية}}{\text{التكاليف التسويقية} + \text{التكاليف الإنتاجية}} \right) \times 100$$

المصدر: جمعت وحسبت من :

(١): وزارة الزراعة واستصلاح الاراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، نشرة الإحصاءات الزراعية الشتوي والصيفي، أعداد مختلفة.

(٢) بيانات جدول رقم (٨).

السوق جاءت في المرتبة الأولى حيث تواجه عدد من تجار الجملة بالسوق تراوحت نسبتهم بين حد أدنى بلغ نحو ٨٧%، وحد أقصى بلغ نحو ٩٩%، وذلك نظراً لوجود السوق داخل الكتلة السكنية عالية الكثافة، مشكلة ضعف الطاقة الاستيعابية للسوق في المرتبة الثانية حيث تواجه عدد من تجار الجملة بالسوق تراوحت نسبتهم بين حد أدنى بلغ نحو ٨٥%، وحد أقصى بلغ

رابعاً: أهم المشاكل التسويقية التي تواجه تجار الجملة للخضر بسوق النزهة:

باستعراض نتائج التحليل الواردة بالجدول رقم (١٠) والتي توضح الأهمية النسبية للمشاكل التي تواجه تجار الجملة للخضر بسوق النزهة وتوزيعها الاحتمالي عند مستوى ثقة ٩٥%، تبين أن أهم ثلاثة مشاكل هي مشكلة الاحتقاق المروري وصعوبة الانتقال من وإلى

أدنى بلغ نحو ٦١%، وحد أقصى بلغ نحو ٨٣%، في حين واجهت مشكلة غياب التنسيق بين السوق وقطاع التصنيع الغذائي عدد من تجار الجملة بالسوق تراوحت نسبتهم بين حد أدنى بلغ نحو ٥٥%، وحد أقصى بلغ نحو ٧٩%، كما واجهت مشكلة عدم اهتمام المزارع بعمليات الفرز والتدريج عدد من تجار الجملة بالسوق تراوحت نسبتهم بين حد أدنى بلغ نحو ٥٣%، وحد أقصى بلغ نحو ٧٣%، فضلاً عن مشكلة استخدام عبوات رديئة من قبل المزارعين تؤدي لزيادة الفاقد والتي تواجه عدد من تجار الجملة بالسوق تراوحت نسبتهم بين حد أدنى بلغ نحو ٥٠%، وحد أقصى بلغ نحو ٧٤%، وأخيراً مشكلة رداءة أساليب الشحن والنقل مما يزيد الفاقد والتي تواجه عدد من تجار الجملة بالسوق تراوحت نسبتهم بين حد أدنى بلغ نحو ٤٠%، وحد أقصى بلغ نحو ٦٦%.

نحو ٩٩%، حيث تبلغ مساحة السوق منذ إنشائه حوالي ١٢ فدان فقط. مشكلة ضعف البنية الأساسية للسوق (شبكة الصرف، الثلجات، المخازن، الأمن) جاءت في المرتبة الثالثة حيث تواجه عدد من تجار الجملة بالسوق تراوحت نسبتهم بين حد أدنى بلغ نحو ٧٨%، وحد أقصى بلغ نحو ٩٦%.

يلي ذلك مشكلة عدم دقة الموازين وكثرة أعطالها والتي تواجه عدد من تجار الجملة بالسوق تراوحت نسبتهم بين حد أدنى بلغ نحو ٧٣%، وحد أقصى بلغ نحو ٩٣%، ثم مشكلة نقص المعلومات السوقية والتي تواجه عدد من تجار الجملة بالسوق تراوحت نسبتهم بين حد أدنى بلغ نحو ٦٨%، وحد أقصى بلغ نحو ٨٨%، ومشكلة صعوبة استخدام أساليب تكنولوجية حديثة في التخزين والتعبئة لضيق السوق والتي تواجه عدد من تجار الجملة بالسوق تراوحت نسبتهم بين حد

جدول رقم (١٠): الأهمية النسبية للمشاكل التسويقية التي تواجه تجار الجملة للخضر بسوق النزهة وتوزيعها الاحتمالي عام ٢٠١٩

فترة الثقة لاحتمال حدوث المشكلة عند مستوى ثقة ٩٥%		الخطأ المعياري مستوى ثقة ٩٥%	الاحتمال	النسبة %	التكرار عدد	المشكلة
الحد الأدنى	الحد الأعلى					
٠,٩٩	٠,٨٧	٠,٠٦	٠,٩٣	٩٣,٣	٥٦	الاحتكاك المروري وصعوبة الانتقال من وإلى السوق
٠,٩٩	٠,٨٥	٠,٠٧	٠,٩٢	٩١,٧	٥٥	ضعف الطاقة الاستيعابية للسوق
٠,٩٦	٠,٧٨	٠,٠٩	٠,٨٧	٨٦,٧	٥٢	ضعف البنية الأساسية للسوق (شبكة الصرف، الثلجات، المخازن، الأمن)
٠,٩٣	٠,٧٣	٠,١	٠,٨٣	٨٣,٣	٥٠	عدم دقة الموازين وكثرة أعطالها
٠,٨٨	٠,٦٨	٠,١	٠,٧٨	٧٨,٣	٤٧	نقص المعلومات السوقية
٠,٧٩	٠,٥٥	٠,١٢	٠,٦٧	٦٦,٧	٤٠	غياب التنسيق بين السوق وقطاع التصنيع الغذائي
٠,٨٣	٠,٦١	٠,١١	٠,٧٢	٧١,٧	٤٣	صعوبة استخدام أساليب تكنولوجية حديثة في التخزين والتعبئة لضيق السوق
٠,٧٧	٠,٥٣	٠,١٢	٠,٦٥	٦٥	٣٩	عدم اهتمام المزارع بعمليات الفرز والتدريج
٠,٧٤	٠,٥	٠,١٢	٠,٦٢	٦١,٧	٣٧	استخدام عبوات رديئة من المزارعين تؤدي لزيادة الفاقد
٠,٦٦	٠,٤	٠,١٢	٠,٥٣	٥٣,٣	٣٢	رداءة أساليب الشحن والنقل مما يزيد الفاقد

المصدر: جمعت وحسبت من استمارة استطلاع الرأي لتجار الجملة بسوق النزهة

تخطيطه وإنشائه حالياً كبديل لسوق النزهة، والذي سيغلق قريباً في إطار تنفيذ مشروع تطوير محور المحمودية بمحافظة الإسكندرية. التوصية

مما سبق يتضح أن تحسين أداء سوق الجملة للخضر يرتبط بإيجاد حلول لتلك المشاكل التي تواجه العاملين به، وأن تؤخذ بعين الاعتبار عند إنشاء سوق الجملة للخضر والفاكهة الجديد الذي يجري العمل على

- ٣- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، النشرة السنوية لأسعار المواد الغذائية (تجزئة- جملة).
- ٤- الغرفة التجارية بالإسكندرية ، سجلات سوق النزهة لتجارة الخضر والفاكهة ، بيانات غير منشورة
- ٥- محمود عبد الهادي شافعي، التنبؤ الإحصائي بتحليل السلاسل الزمنية، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة الإسكندرية (٢٠١٠).
- ٦- محمود محمد سليم صالح، مبادئ التحليل الإحصائي، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الطبعة الأولى، (٢٠١١)، ص ص ٣٢٤ : ٣٢٦.
- ٧- وحدة بحوث الاقتصاد الزراعي بالإسكندرية ، دراسة اقتصادية لتسويق أهم الحاصلات البستانية بعينة الدراسة بمحافظة الإسكندرية، قسم البحوث والدراسات الإقليمية، وحدة بحوث الاقتصاد الزراعي بالإسكندرية ، معهد بحوث الاقتصاد الزراعي (٢٠١٤ - ٢٠١٥).
- ٨- وحدة بحوث الاقتصاد الزراعي بالإسكندرية ، دراسة اقتصادية للكفاءة التسويقية لأهم محاصيل الخضر والفاكهة بمحافظة الإسكندرية (دراسة حالة لسوق الجملة للخضر والفاكهة بالنزهة) ، قسم البحوث والدراسات الإقليمية ، معهد بحوث الاقتصاد الزراعي (٢٠١٣ - ٢٠١٤).
- ٩- وزارة الزراعة واستصلاح الاراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، نشرة الأسعار الزراعية.
- ١٠- وزارة الزراعة واستصلاح الاراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، نشرة الأحصاءات الزراعية.

يوصى البحث بضرورة انشاء بورصة سلعية للحاصلات الزراعية يتوافر بها كافة المعلومات عن السوق والتي يتم بها تحديد الأسعار وفقا لأليات السوق وهو ما يتيح للمزارع معرفة السعر اليومي للسلعة في السوق قبل اتمام عمليات البيع والشراء دون غبن أي من الأطراف، كما أن تطبيق الزراعات التعاقدية هي أحد أهدافها هو خفض الهوامش والتكاليف التسويقية والتي تؤدي إلى تعاضم أنصبة الوسطاء التسويقيين على حساب المزارعين، بالإضافة إلى العمل على انشاء مناطق تجميع لوجستية للحاصلات الخضر والفاكهة وهي ما تؤدي إلى خفض الحلقات التسويقية وبالتالي خفض التكاليف التسويقية من ناحية ، بالإضافة القيام بعمليات تجميع وفرز بطريقة حديثة ومتطورة تؤدي إلى خفض أو تقليل نسب الفاقد، وإضافة منافع شكلية وزمنية إلى الحاصلات من الخضر.

المراجع

- ١- أشرف محمد علي الضالع (دكتور)، شيرين محمد الفار (دكتور)، تقدير الكفاءة الإنتاجية والتسويقية لمحصول البرتقال أبوسرة بمحافظة البحيرة، الجمعية المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الواحد وعشرون، العدد الثاني، يونيو ٢٠١١.
- ٢- أشرف محمد علي الضالع (دكتور)، أشرف السيد مصطفى (دكتور)، أثر التقلبات في التكاليف الإنتاجية والتسويقية على الكفاءة التسويقية لأهم محاصيل الخضر بسوق النزهة بمحافظة الإسكندرية، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الرابع والعشرون، العدد الثالث، سبتمبر ٢٠١٤.

Analytical Study of marketing the most important vegetable crops in the Nozha market in Alexandria Governorate

Dr. Ashraf E. M. Elemary

Dr. Safaa M. A. Elwakeel

Agricultural Economics Research Institute

ABSTRACT

Although the wholesale markets for agricultural commodities, including the Nozha market, play an important role in the marketing process, the marketing systems of these crops go according to the traditional methods, along with the high costs and marketing margins, and the occurrence of sharp price fluctuations in their prices, which reflected its impact on each of the product And the consumer, which necessitates studying the marketing position of the market and identifying the deficiencies in the marketing functions to work on raising the rates of marketing efficiency and improving the current marketing systems to reduce the costs and marketing margins that brokers get and reduce their profits.

The research aimed at identifying the marketing functions through the different stages and marketing paths of the most important vegetable crops in the Nozha market in Alexandria Governorate, and highlighting the efficiency of performing the marketing operations of the most important vegetable crops in this market, and the research relied on the use of both descriptive and quantitative analytical method and some mathematical operations to calculate the marketing margins, and the distribution of pounds Consumer, and estimate the marketing efficiency, in addition to the use of triple exponential smoothing to estimate the seasonal guide, and the research reached a set of results, the most important of which are:

- 1-The mediators' share for the first level crops was tomato, potato, onion, and garlic, about 69.68%, 68.95%, 69.5%, and 83.87% of the consumed pound. The share of middlemen for the second level crops, cucumbers, zucchini, eggplant, and pepper amounted to 72.6%, 61.35%, 45.89%, and 70.26% of the consumed pound.
- 2- By estimating the marketing efficiency of the most important vegetable crops in the first level, tomatoes, potatoes, onions, and garlic, the marketing efficiency has reached about 11.1%, 22.8%, 11.7%, 6.3% for each of them respectively, and the low marketing efficiency is attributed to them due to the high marketing costs of brokers, given that Tomato is a fast-growing crop in addition to its fluctuating price fluctuations, while the potato, onion, and garlic crop, along with their high storage capacity, is categorized as field crops, which makes the intermediaries store and control the quantities offered in the market, in addition to the fluctuations Price The garlic that is exposed to it since the harvest, in addition to the marketed and exported quantities are large
- 3-In estimating the marketing efficiency of the most important vegetable crops in the second level, cucumbers, zucchini, eggplant, and pepper, the average marketing efficiency reached 12.3%, 22%, 27.6%, 17.2% for each of them, respectively, and the lower marketing efficiency is attributed to the inability of those crops to be stored, in addition The decrease in the share of farmers, and the increase in the share of marketing brokers.
- 4-Shows the relative importance of the problems facing wholesale wholesalers of vegetables in the Nozha market and their probability distribution at the 95% confidence level. It turned out that the three most important problems are the traffic congestion problem and the difficulty of moving to and from the market came in the first place where a number of wholesalers deal in the market, their percentage ranged between a minimum of about 87%, and a maximum of about 99%, due to the presence of the market within the high-density residential cluster, the problem of weak absorptive capacity for the market in the second place, as a number of wholesalers deal in the market, whose percentage ranged between a minimum of about 85%, and a maximum It reached about 99%, the problem of weak market infrastructure (Sewer network, refrigerators, warehouses, security) The first is where a number of wholesalers in the market face a percentage ranging between a minimum of about 78%, a maximum of about 96%, and the problem of the difficulty of using modern technological methods in storage and packaging due to the tightness of the market, which faces a number of wholesalers in the market whose percentage ranged between a minimum of about 61%, and a maximum of about 83%.