

اقتصاديات إنتاج وتسويق محصول الفاصوليا الجافة بمحافظة الغربية

محمد جابر عامر¹ – عبد الباقي موسى الشايب² – رانيا احمد محمد² – لمياء ابراهيم الرفاعي²

1 - قسم الاقتصاد الزراعي- كلية الزراعة – جامعة الزقازيق

2 - قسم الاقتصاد الزراعي- كلية الزراعة – جامعة طنطا



J.Sust.Agri.Env.Sci. (JSAES)

"مجلة العلوم الزراعية والبيئية المستدامة"

الكلمات الاسترشادية: الفاصوليا الجافة، نموذج تحليل الميزانية المزرعية، الكفاءة التسويقية.

الملخص:

استهدفت الدراسة عرض تعريفي لتطور مساحة محصول الفاصوليا الجافة وتجارته الخارجية وإقتصادياته سواء الإنتاج أو التسويق مع افتراض أنه سلعة تتسم بسمات مميزة من حيث سهولة التخزين والنقل وصعوبة التلف عن محاصيل الخضر الأخرى، واعتمدت الدراسة علي بيانات ثانوية منشورة وبيانات أولية من عينة ميدانية حجمها 50 مزارع من قريتي منشية سليمان، ومشلة مركز كفر الزيات بمحافظة الغربية تم جمعها في شهري فبراير ومارس 2021 لتغطي الموسم الصيفي 2020. هذا إلي جانب عشرة تجار جملة ومثلهم تاجر تجزئة. واستخدمت الدراسة نموذج تحليل الميزانية المزرعية في قياس ربحية الإنتاج ولكل مرحلة من مراحل التسويق وتم تقدير معامل الكفاءة التسويقية. وكانت أهم النتائج أن محصول الفاصوليا الجافة من المحاصيل الرئيسية كمحصول خضر صيفي حيث إحتل أهمية نسبية عالية من حيث المساحة المزروعة والتي قدرت بحوالي 74.357 ألف فدان في عام 2020 بأهمية نسبية حوالي 4.37% من مساحة الخضر في العروات الثلاث علي مستوى الجمهورية. وعلي مستوي محافظة الغربية يختلف الحال حيث تحتل الفاصوليا الجافة المرتبة الثانية بمساحة 9.463 تمثل أهمية نسبية حوالي 15.22%، ومساحة 3.8 ألف فدان بأهمية نسبية للمساحات المزروعة حوالي 11.68% من مساحة الخضر للموسم الصيفي بالمحافظة عام 2020. وتبين أثر المساحة المزروعة علي تكاليف وحدة الإنتاج حيث تقل بزيادة المساحة، وأهم بنود التكاليف هي قيمة إيجار المثل (حيث أن الحيازة كلها ملك) وهي تكاليف ثابتة ضمنية ويمثل حوالي 27.23% من إجمالي التكاليف، يليه تكاليف العمالة بشرية يليه الأسمدة ثم العمالة الألية ثم التقاوي، ثم المبيدات وقد معامل الكفاءة التسويقية بحوالي 49.95 ويدل ذلك علي انخفاض الكفاءة التسويقية للفاصوليا الجافة. ويتبين من ذلك عدم صحة مبررات انخفاض الكفاءة التسويقية بسبب سرعة التلف وصعوبة النقل والتخزين لمحاصيل الخضر التي أشارت إليها الدراسات السابقة، بل هناك قصور في النظام التسويقي بصفة عامة لا يرتبط بطبيعة السلعة المسوقة، بدليل انخفاض الكفاءة التسويقية لهذه السلعة والتي تتسم بسهولة النقل والتخزين وصعوبة التلف.

والربحية لوحدة المساحة ووحدة الإنتاج. وحيث أن التسويق يعتبر الهدف النهائي لأي نشاط إنتاجي ولا قيمة للإنتاج بدون تسويقه (سليمان وجابر 2008) ، فهدفت الدراسة أيضا إلى توصيف النظام التسويقي للفاصوليا الجافة مع بيان قنوات التسويق ومراحله والكفاءة التسويقية، هذا إلى جانب حصر المشاكل والمعوقات التسويقية إن وجدت وسبل علاجها. بلوغا لهدف عام وهو ما هي محفزات تطور زراعته في الزراعة المصرية.

مصادر البيانات والطريقة البحثية

اعتمدت الدراسة علي نوعين من البيانات أولهما بيانات ثانوية منشورة وغير منشورة من مصادر عدة منها: إحصاءات مديرية الزراعة بالغربية، نشرة الإحصاءات الزراعية لقطاع الشؤون الاقتصادية بوزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، وقاعدة بيانات الجهاز المركزي للتعينة العامة والإحصاء (http://capmas.gov.eg) وثانيهما: بيانات ميدانية قوامها 50 للفاصوليا الجافة من قريتي منشية سليمان، ومشلة مركز كفر الزيات بمحافظة الغربية تم إختيارها وفقا للأهمية النسبية لمساحة الفاصوليا الجافة المزروعة بها جدول (1)، وتم إختيار الزراع عشوائيا من قوائم زراعي الفاصوليا الجافة بكل قرية. وغطي الإستبيان الموسم الصيفي لعام 2020 . وتم جمع البيانات في شهري فبراير ومارس 2021. هذا الي جانب عشرة تجار جملة يشترون الفاصوليا الجافة من منطقة الدراسة أما تجار التجزئة فعددهم أيضا عشرة تجار تجزئة عمدت الدراسة إختيارهم من المتعاملين مع نفس تجار الجملة بالعينة بمحافظة الغربية. واتبعت الدراسة المنهج السلوكي في دراسة تسويق الفاصوليا الجافة حيث يربط بين النموذج الوظيفي والمؤسسي (سليمان وجابر 2008). واستخدمت الدراسة نموذج تحليل الميزانية المزرعية في قياس ربحية الإنتاج، وفي التسويق لكل مرحلة من مراحل التسويق في التحليل (Maxwel 1979) حيث يتضمن قيم مدخلات كل مرحلة كتكاليف للمرحلة، واعتبار مخرج كل مرحلة مدخلا للمرحلة التالية وتقاس الربحية بالهامش بالجنيه للوحدة من مخرجات كل مرحلة، وأيضا كنسبة من سعر البيع لمخرجات كل مرحلة.

وتم تقدير او قياس الكفاءة التسويقية باستخدام المعادلة رقم

(1)

(Gultinan and Paul,1983)

$$\text{ME} = 100 - \left(\frac{\text{Pdw}}{\text{Cw} + \text{Pdw}} * 100 \right) \quad (1) \text{ معادلة رقم (1)}$$

المقدمة والمشكلة البحثية وهدف الدراسة:

أصبح محصول الفاصوليا الجافة من المحاصيل الرئيسية كمحصول خضر صيفي حيث إحتل أهمية نسبية عالية من حيث المساحة المزروعة والتي قدرت بحوالي 74.357 ألف فدان في عام 2020 بأهمية نسبية حوالي 4.37% من مساحة الخضر في العروات الثلاث على مستوى الجمهورية. وعلي مستوى محافظة الغربية يختلف الحال حيث تحتل الفاصوليا الجافة المرتبة الثانية بمساحة 9.463 تمثل أهمية نسبية حوالي 15.22%، ومساحة 3.805 ألف فدان بأهمية نسبية للمساحات المزروعة حوالي 11.68% من مساحة الخضر للموسم الصيفي بالمحافظة عام 2020، وتعتبر الفاصوليا الجافة من أهم محاصيل العائلة البقولية وهي تتميز بنموها الجيد في المناطق المعتدلة وتزرع بغرض إستهلاك القرون الخضراء أو البذور الجافة سواء للتصدير المحلي أو التصدير. وتعتبر الفاصوليا ذات قيمة غذائية حيث أنه غني بالدهون والبروتين والكاربوهيدرات والالياف والحديد والكالسيوم والفوسفور وفيتامين أ. وتتعدد أصناف الفاصوليا الجافة ومنها، جيزة 3 – جيزة 6 – نبراسكا، تنمو الفاصوليا الجافة تحت ظروف درجات الحرارة المعتدلة إذ أنها لا تتحمل الانخفاض في درجات الحرارة، وتزرع العروة الصيفي من أوائل فبراير إلي الأسبوع الأول من مارس، تبعالمنطقة الزراعة، أما العروة الشتوي تبدأ من آخر أغسطس إلي الأسبوع الأول من سبتمبر، تصبح الثمار ناضجة بعد تصلب قشرة الثمرة وتلونها باللون الأصفر أو البرتقالي، ويتم جمع الثمار وذلك بقطعها بجزء من عنق الثمرة بواسطة سكين حاد ونظرا لوجود قشرة صلبة للثمرة تظل بحالة جيدة لعدة شهور بعد الجمع تحت الظروف الطبيعية، يعطي الفدان حوالي 1200 الي 1800 كيلو (حبشي، 2011).

من كل ماسبق يتضح توافر الأهمية الإقتصادية لهذا المحصول سواء من حيث المساحة المزروعة، والأهمية التصديرية، كما يتميز عن محاصيل الخضر الأخرى من حيث الجزء الإقتصادي ، أي يتسم المحصول بسهولة التخزين والنقل. مع تلك الأهمية تندر توافر الدراسات الإقتصادية عن هذا المحصول سواء إقتصاديات إنتاجه أو تسويقه. وعلي ذلك فهناك فجوة معرفية، لذا كانت هذه الدراسة والتي تهدف إلي عرض تعريفي لتطور مساحة هذا المحصول، وتجارته الخارجية، ومن عينة ميدانية دراسة إقتصاديات إنتاجه متضمنا هيكل التكاليف الإنتاجية

14.215 ألف فدان عام 2019 وحد أقصى بلغ 66.469 ألف فدان عام 2015 بمتوسط 42.841 ألف فدان وإنحراف معياري 13.591. أما بالنسبة تطور المساحة من الفاصوليا الجافة بمحافظة الغربية خلال الفترة (2005-2020) ومنه تبين أنها أخذت في التذبذب خلال تلك الفترة وتراوحت بين حد أدنى بلغ 1.092 ألف فدان عام 2006 وحد أقصى بلغ 7.991 ألف فدان عام 2015 بمتوسط 3.971 ألف فدان وإنحراف معياري 0.198.

التجارة الخارجية للفاصوليا الجافة

تشير بيانات الجدول رقم (3) الي أن المتوسط السنوي لكمية الصادرات من الفاصوليا الجافة للفترة 2016-2020 قدرت بحوالي 62032 طنا في حين أن متوسط كمية الواردات السنوية منه لنفس الفترة قدرت بحوالي 29856 طنا .

كما يتضح من الجدول اتجاه الصادرات للزيادة والواردات للانخفاض وكانت المساحة المزروعة 32.992 ألف فدان عام 2016 او 27.496 ألف فدان 2020.

جدول رقم (1): التوزيع الجغرافي لمساحات الفاصوليا الجافة بمحافظة الغربية كمتوسط للفترة 2016 – 2020

م	المركز	المساحة بالفدان	%
1	طنطا	183.8	3.93
2	قطور	37.2	0.79
3	السنطة	-	-
4	زفتي	5.8	13
5	كفر الزيات	4341.6	92.8
6	بسيون	-	-
7	المحلة الكبرى	-	-
8	سمنود	10.2	0.22
	اجمالي	4678.2	100

المصدر: جمعت وحسبت من مديرية الزراعة بالغربية، سجلات إدارة الاحصاء، بيانات غير منشورة، 2020 .

حيث $ME =$ الكفاءة التسويقية
 $Pdw =$ الفرق السعري (مستهلك – منتج) بالجنيه للكيلو جرام لب

$Cw =$ إجمالي التكاليف (إنتاجية + تسويقية)
 (كلما اقترب المعامل من 100% دل ذلك علي ارتفاع الكفاءة التسويقية)

كما تم تقدير الكفاءة التسويقية من خلال انتشار جنيه المستهلك وفقا للفئات التسويقية والذي يعني التوزيع النسبي لكل جنيه أنفقه المستهلك عبر مراحل السوق في نظام تسويقي معين (سليمان وجابر 2008). كما تم تقدير الهوامش والتكاليف التسويقية كمقياس للكفاءة الاقتصادية لنظم التسويق لبيان مدى تناسب حجم التكاليف مع الوظائف التي تقدمها كل مرحلة.

النتائج والمناقشة

يزرع محصول الفاصوليا في ثلاث عروات هي العروة الصيفية والنيلية والشتوية وتعتبر العروة الصيفية العروة الرئيسية لإنتاج الفاصوليا الجافة وتتركز زراعة الفاصوليا الجافة في محافظات البحيرة، المنوفية والغربية، تبدأ زراعة العروة الصيفية من أوائل فبراير إلي الإيسوع الأول من مارس، أما العروة الشتوية تبدأ من أواخر أغسطس إلي الإيسوع الأول من سبتمبر، وهو من محاصيل العائلة البقولية، وتتميز بنموها الجيد في المناطق المعتدلة.

الأهمية النسبية لمساحة الفاصوليا الجافة في العروة الصيفي علي مستوي الجمهورية ومحافظة الغربية

توضح بيانات جدول رقم (2) أن تطور المساحة من الفاصوليا الجافة صيفي بجمهورية مصر العربية، ومحافظة الغربية خلال الفترة (2005-2020) ومنه تبين أن المساحة المزروعة علي مستوي الجمهورية أخذت في التذبذب خلال تلك الفترة وتراوحت بين حد أدنى بلغ

جدول رقم (2) : تطور المساحة بالألف فدان والإنتاج بالألف طن من الفاصوليا الجافة في الموسم الصيفي بجمهورية مصر العربية ومحافظة الغربية.

الغربية		الجمهورية		السنوات	
الإنتاج	الإنتاجية	المساحة	الإنتاج	الإنتاجية	المساحة
2.165	0.84	2.579	44.466	1.14	39.049
0.985	0.9	1.092	39.571	1.14	34.661
2.128	0.9	2.364	47.752	1.13	42.134
3.599	0.9	3.997	56.507	1.12	47.081
3.426	0.906	3.783	42.233	1.146	36.881
2.205	0.925	2.383	50.129	1.133	44.273
2.36	0.925	2.55	40.624	1.096	37.081
3.618	0.93	3.891	45.677	1.122	40.677
3.688	0.942	3.915	46.79	1.079	43.394
5.223	0.933	5.598	68.417	1.184	57.79
7.368	0.922	7.991	75.016	1.129	66.469
2.615	0.938	2.789	35.42	1.074	32.992
5.794	0.941	6.151	74.516	1.16	64.41
6.878	0.926	7.421	57.759	1.02	56.849
3.225	0.975	3.225	12.949	0.911	14.215
3.5	0.9202	3.805	27.348	0.99	27.50
3.674	0.920	3.971	47.823	1.103	42.841
1.789	0.029	0.198	16.356	0.074	13.5
					المتوسط
					الانحراف المعياري

المصدر: جمعت وحسبت من: وزارة الزراعة، واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، الإداره المركزيه للإقتصاد الزراعي، نشرة الإحصاءات الزراعية، أعداد مختلفة وزارة الزراعة، واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، الإداره المركزيه للإقتصاد الزراعي، سجلات ادارة الاحصاء، بيانات غير منشورة

أقل، يفسر المغالاه في حجمها للفدان، كما يتضح أن الفاصوليا الجافة تحتاج إلي العمالة البشرية وكذلك النسبة التي تزرع من الفاصوليا الجافة بالنسبة لإجمالي الحيازة فتكون حوالي 30.36% من حجم الحيازة في الفئة الحيازية فدان فأكثر، وحوالي 46% في المساحات الصغيرة أقل من فدان

جدول رقم (3) : صادرات الفاصوليا الجافة وصافي تجارته الخارجية للفترة 2016 – 2020

السنة	كمية الصادرات بالطن	كمية الواردات بالطن
2016	25326.7	6634.6
2017	57122.9	27807
2018	81601.6	3236
2019	63395.7	109910
2020	82717.7	1696
المتوسط	62032.92	29856.72

المصدر: جمعت وحسبت وقاعدة بيانات الجهاز المركزي للتعبيث العامة والاحصاء (<http://capmas.gov.eg>) مدخلات الإنتاج المستخدمة للفدان وفقا للفئات الحيازية المزروعة بالفاصوليا الجافة من عينة الدراسة

توضح بيانات الجدول (4) متوسط كميات عناصر الإنتاج المستخدمة للفدان وفقا للفئات الحيازية المزروعة فاصوليا جافة ومنها تبين أنه لا توجد فروق واضحة في استخدام الأسمدة والمبيدات والعمل الآلي والتقاوي والعمالة البشرية بين الفئتين بينما يتضح الزيادة في استخدام السماد البلدي كلما كانت المساحة

جدول رقم (4) : معدلات استخدام مدخلات الإنتاج للفدان وفقا للفئات الحيازية المزروعة بالفاصوليا الجافة من عينة الدراسة 2020

عناصر الانتاج											
الفئة	عدد	متوسط	التقاوي	السما	سوبر	سلفات	مييد	مييد	حيوا	عمالة	حصان
ية فدان	ع	ة فدان	كيلوجرا م	د البلدي	كجم	م كجم	سم	سم	ن /ساع	بشرية	ساعة
اقل من فدان	27	0.62	61.8	16	153.0	50	303.1	506	1.9	33	997.7
فدان فأكثر	23	1.7	60.17	15.9	148.9	51	308.8	454	2	29	1012.6

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان للموسم الصيفي 2020

هيكل التكاليف الإنتاجية لفدان فاصوليا جافة من عينة الدراسة وفقا للفئات الحيازية تشير بيانات جدول (5) إلى بنود التكاليف الفدانية لمحصول الفاصوليا الجافة بعينة الدراسة بمحافظة الغربية ومنه يتضح أن التكاليف المتغيرة للفدان قدرت بنحو 10933.5 جنيه تمثل نحو 72% من التكاليف الفدانية الكلية، وبلغت نسبة إيجار المثل نحو 4078.2 جنيه تمثل

نحو 27% من التكاليف الفدانية الكلية، وكانت أجور العمالة النسبية في مقدمة بنود التكاليف المتغيرة حيث تمثل نحو 30%، 23% من التكاليف المتغيرة، والكلية علي الترتيب، وجاءت الأسمدة، والعمالة الآلية، والتقاوي في المراكز الثالث والرابع والخامس بنسب قدرت بنحو 19%، 15%، 10% علي الترتيب.

جدول رقم (5): هيكل التكاليف للفدان وفقا للفئة الحيازية والاهمية النسبية لبنود التكاليف

البيان /الفئة فدان	اقل من فدان	%	فدان فأكثر	%
متوسط حجم الحيازة فدان	1.32		5.6	-
متوسط مساحة فاصوليا جافة	0.62		1.7	-
عدد المشاهدات	27		23	-
بنود التكاليف بالجنيه التقاوي	1617.4	10.8	1504.7	10.27
الأسمدة	2838.7	19.1	2926.4	19.35
المبيدات	443.5	2.97	451.7	3.02
العمالة البشرية	3343.5	22.4	3525.8	23.16
العمالة الآلية	2291.9	15.3	2232.3	15.02
حيوان	272.5	1.8	200.5	1.48
نثرات	40.3	0.33	82.94	0.47
إجمالي التكاليف المتغيرة	10833.8	72.3	10933.5	72.77
تكاليف ثابتة	4087.1	27.3	4078.2	27.23
الإجمالي	14920.9	100	15011.7	100

المصدر : جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان لعام 2020

الإنتاج والإنتاجية :

جرام باب المزرعة . تنخفض تلك الربحية كلما إزدادت المساحة المزروعة بالمحصول حيث قدرت بحوالي 6.29 جنيه للفئة فدان فأكثر ،وتحقق هامش منتج حوالي 41.93% .
ومما سبق يتبين أن المزارع الصغيرة تحقق كفاءة إنتاجية تتمثل في زيادة الإنتاجية وانخفاض التكاليف تسويق الفاصوليا الجافة.

تشير بيانات الجدول رقم (6) الي تراوح ربحية الفدان من الفاصوليا الجافة بين 10832.34 جنيه في الفئة الحيازية الأول تزداد الي 15925.78 جنيه في الفئة الحيازية أقل من فدان ،وتأخذ نفس الوضع ربحية الكيلو جرام فاصوليا جافة حيث أعلاها في الفئة الثانية أقل من فدان حيث بلغت ربحية الكيلو جرام 7.74 جنيه تحقق هامش ربح للمنتج قدر بحوالي 51.6% من سعر بيع الكيلو

جدول رقم (6) : متوسط الإيرادات والربحية للفدان المزروع فاصوليا جافة والكيلو جرام وفقا للفئات الحيازية من عينة الدراسة

2020				م
فدان فأكثر	اقل من فدان	البيان /الفئة فدان		
1.7	0.62	متوسط المساحة	فدان	1
25520	9251	إجمالي التكاليف	جنيه	2
15011.76	14920.97	متوسط تكاليف الفدان (1÷2)	جنيه	3
2929	1275	إجمالي الإنتاج	كيلو جرام	4
1722.94	2056.45	متوسط إنتاج الفدان (1÷4)	كيلو جرام	5
8.71	7.26	تكاليف إنتاج الكيلو جرام (4÷2)	جنيه	6
15	15	سعر كيلو جرام باب مزرعة	جنيه	7
25844.1	30846.75	إيراد الفدان (7*5)	جنيه	8
6.29	7.74	ربحية كيلو جرام (7 - 6)	جنيه	9
10832.34	15925.78	ربحية الفدان (8 - 3)	جنيه	10
41.93	51.6	هامش المنتج (9÷7) %		11

المصدر: جمعت وحسبت من إستمارة الإستهبان لعام 2020 لعينة الدراسة بمحافظة الغربية 2020

تسويق الفاصوليا الجافة :

أو ارتفاع نسبة التلف والفاقد من السلعة أثناء تسويقها دل ذلك علي تخلف النظام التسويقي .
ويختلف محصول الفاصوليا الجافة عن منتجات الخضر الأخرى من حيث سرعة التلف وصعوبة النقل والتخزين فهو سلعة يسهل تخزينها ونقلها وإحتمالات التلف منخفضة وحيث أن سمات سرعة التلف وصعوبة النقل والتخزين مازالت من مبررات انخفاض الكفاءة التسويقية للسلع التي تتسم بتلك الحساسية (سليمان وجابر 2014) فإن الدراسة تفترض عكس ذلك لتسويق الفاصوليا الجافة أي تفترض كفاءة تسويقية عالية في تسويقه.

التسويق هو مجموعة من الأنشطة الاقتصادية تهدف لإشباع إحتياجات الإنسان بجلب المنتجات للمستهلكين الطالبين لها في هيئة او شكل ملائم وفي الوقت المناسب والمكان المحدد، وبذلك يضيف التسويق للسلع قيمة إقتصادية من خلال إضفاء منافع شكلية وزمنية ومكانية لتلك المنتجات (سليمان وجابر 2008) وكلما تحققت تلك المنافع بأقل تكاليف ممكنة زادت الكفاءة التسويقية، بينما إرتفاع المصروفات التسويقية مع تواضع الخدمات المقدمة

النظام التسويقي للفاصوليا الجافة :

السلعة (فاصوليا جافة) من المنتج إلي تاجر الجملة ومنه الي تاجر التجزئة فالمستهلك .أو من تاجر الجملة إلي المصدر.

وتؤدي كل مرحلة عدة وظائف تسويقيه بالإضافة إلي الوظائف التبادلية (البيع والشراء) أهمها التجميع والنقل والتخزين والفرز والتعبئة

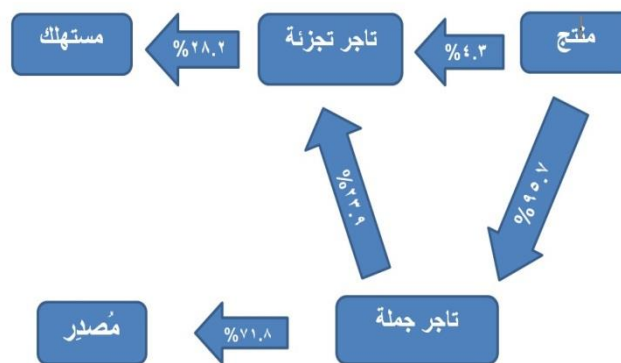
تبين محدودية المراحل التسويقية للفاصوليا الجافة حيث إنحصر الوكلاء التسويقيين الممارسين في تجار الجملة والتجزئة والمصدرين وإتضح بيع كميات محدودة تباع مباشرة من المنتجين الي تاجر التجزئة ثم المستهلك وهي الكميات الناتجة من صغار الزراع ذوي الفنة الحيازية أقل من فدان حوالي 14% فقط من المنتجين. أما النظام الأكثر شيوعا والذي إتبعه المنتجين ذوي المساحات أكبر من فدان وما يقرب من 86% من المساحات الأقل من فدان ويتضمن عدة مراحل بين المنتج والمستهلك حيث تباع

جدول رقم (7): يوضح القنوات التسويقية لتسويق الفاصوليا الجافة من عينة الدراسة

القناة التسويقية	عدد المنتجين	%	عدد تجار الجملة	%	إجمالي الكمية المسوقة طن	%
المنتج - التجزئة - مستهلك	7	0.14	--	--	178.5	4.25
المنتج - جملة - تجزئة - مستهلك	43	0.86	3	30	1006.375	23.94
المنتج - جملة - مصدر	43	0.86	7	70	3019.125	71.81
إجمالي	50	100	10	100	4204	100

المصدر: جمعت وحسبت من إستمارة الإستبيان لعام 2020 لعينة الدراسة بمحافظة الغربية 2020

شكل (1) المسلك التسويقي للفاصوليا الجافة في عينة الدراسة



أي ان جنيه يدفعه المستهلك يتوزع بين المراحل التسويقية. وتحليل نسبة ما تحققه كل من تكاليف المدخلات وتكاليف التسويق والهوامش الربحية يعتبر تقييما لمدي توافر الكفاءة التسويقية في ظل أليات السوق.

إنتشار جنيه المستهلك للكيلو جرام فاصوليا جافة: من مقاييس الكفاءة التسويقية الإقتصادية الهامة وهو عبارة عن التوزيع النسبي لجنيه المستهلك عبر مراحل السوق لنظم التسويق ، حيث ينتشر السعر علي مستوي التجزئة بين مراحل السوق المختلفة حتي الإنتاج . ويمتد حتي الطلب علي المدخلات اللازمة لإنتاج السلعة النهائية .

وبوضح جدول رقم (8) توزيع جنيه المستهلك لكيلو جرامفاصوليا جافة وفقا للقنوات التسويقية.

القناة التسويقية	المنتج	الجملة	التجزئة	سعر المستهلك
القناة الأولى القيمة	15	-	9	24
%	62.5		37.5	100
القناة الثانية القيمة	15	3	6	24
%	62.5	12.5	25	100

المصدر: جمعت وحسبت: من إستمارة الإستهيبان لعام 2020 لعينة الدراسة بمحافظة الغربية 2020

وفيما يلي تقدير الهوامش والتكاليف التسويقية لكل مرحلة من مراحل التسويق وفقا للقناة التسويقية. مرحلة الجملة : تبين بيانات الجدول رقم (9) الهوامش التسويقية والتكاليف وربحية مرحلة الجملة للكيلو جرام فاصوليا جافة المسوق ومنه يتضح أن إرتفاع هامش الربح لدي تجار التجزئة إلي حوالي 24.79% من جنيه المستهلك.

الهوامش والتكاليف التسويقية:

تعتبر الهوامش التسويقية مقياس للكفاءة الإقتصادية لنظم التسويق وتبين مدي تناسب حجم التكاليف التسويقية مع الوظائف التي تقدمها كل مرحلة. ودراسة التكاليف التسويقية هامة لتأثيرها علي السعر الذي يدفعه المستهلك النهائي، كما تحدد نصيب المنتج من هذا السعر، فضلا عن أهميتها في تحديد أرباح الوسطاء علي مختلف مستوياتهم وبالتالي الكفاءة التسويقية.

جدول رقم (9) : الهوامش والتكاليف التسويقية لمراحل الجملة والتجزئة لكيلو جرام فاصوليا جافة

تكاليف المراحل التسويقية بالجنيه	الجملة	التجزئة
1 سعر الشراء	15	18
2 تكاليف نقل	0.04	0.05
3 تكاليف تخزين	0.05	-
4 فرز وتدرج	0.16	-
5 تعبئة	0.2	-
6 تالف	0.0015	-
7 جملة التكاليف التسويقية	0.45	0.05
8 إجمالي تكاليف الجملة	15.45	18.05
9 سعر البيع	18.4	24
10 الربح (9 - 8)	2.95	5.95
11 الربح % من سعر المستهلك	12.29	24.79

المصدر: جمعت وحسبت من إستمارة الإستهيبان لعام 2020 لعينة الدراسة بمحافظة الغربية

ويتبين من ذلك عدم صحة مبررات انخفاض الكفاءة التسويقية بسبب سرعة التلف وصعوبة النقل والتخزين لمحاصيل الخضر التي أشارت إليها الدراسات السابقة، بل هناك قصور في النظام التسويقي بصفة عامة لا يرتبط بطبيعة السلعة المسوقة، بدليل انخفاض الكفاءة التسويقية لهذه السلعة أيضا والتي تنسم بسهولة النقل والتخزين وصعوبة التلف.

● مرحلة الجملة 10% وتباع بمبلغ 3 ج للكيلو كعلف للطيور. ويوضح الجدول رقم (10) إجمالي التكاليف الإنتاجية والتسويقية والهامش التسويقي الإجمالي ومنه فإن الهامش التجميعي للكفاءة التسويقية لكيلو الفاصوليا الجافة يقدر بحوالي 49.95 ويدل ذلك علي انخفاض الكفاءة التسويقية للفاصوليا الجافة.

جدول رقم (10) : إجمالي التكاليف الإنتاجية والتسويقية وسعر البيع للمستهلك لكيلو فاصوليا جافة

القيمة بالجنيه	متوسط إجمالي التكاليف الإنتاجية لكل مرحلة تسويقية	
8.48	تكاليف الإنتاج للمزرعة	1
15	سعر بيع المنتج (باب المزرعة)	2
0.5	التكاليف التسويقية	3
8.98	جملة التكاليف (3 + 1)	4
24	متوسط سعر بيع المستهلك	5
9	الفرق السعري (الهامش التسويقي الإجمالي) (5 - 2)	6
8.5	إجمالي الأرباح التسويقية (6 - 3)	7
49.95	معامل الكفاءة التسويقية	8

المصدر: جمعت وحسبت: من إستمارة الإستبيان لعام 2020 لعينة الدراسة بمحافظة الغربية

سواء من حيث فترة الإنتاج والتكاليف وسهولة تسويقه باب المزرعة، ومربحة مقارنة بالخضار المشابه وأشار إجابات الزراع إلي وجود مشاكل تسويقية كما يوضحها جدول (12) وهي عدم وجود سياسة تسويقية، تعرض السعر للعرض والطلب، استغلال تجار التجزئة، وكانت أهم المقترحات وضع سياسة تسويقية واضحة في بداية الموسم لتحديد السعر.

المسلك التسويقي الشائع والذي غطي 86% من مزارعي العينة.

معوقات ومحفزات زراعة وتسويق الفاصوليا الجافة:

بدراسة البيانات بالجدول (11) يتضح أن أهم محفزات زراعة الفاصوليا الجافة سهولة وقلة المعاملات الزراعية، كما أن إحتياجاتها المائية منخفضة، هذا إلي جانب انخفاض إحتياجاتها للعمالة البشرية، وأفضل من المحاصيل المنافسة

جدول(11): الأهمية النسبية لمحفزات زراعة الفاصوليا الجافة من عينة الدراسة

م	المحفزات	التكرار	% من إجمالي العينة
1	سهولة وقلة المعاملات الزراعية	48	96
2	إحتياجاتها المائية منخفضة	48	96
3	انخفاض إحتياجاتها للعمالة البشرية	49	98
4	أفضل من المحاصيل المنافسة سواء من حيث فترة الإنتاج والتكاليف وسهولة تسويقه باب المزرعة	49	98
5	ومربحة مقارنة بالخضار المشابه	49	98

المصدر: إستمارة إستبيان العينة الميدانية الخاصة بالدراس

جدول(12): الأهمية النسبية لمعوقات زراعة الفاصوليا الجافة من عينة الدراسة			
م	المعوقات	التكرار	% من إجمالي العينة
1	عدم وجود سياسة تسويقية	30	60
2	التقلبات في الأسعار	30	60
3	استغلال تجار التجزئة	35	70

المصدر: إستمارة إستبيان العينة الميدانية الخاصة بالدراسة

أولا : المراجع باللغة العربية :

ابراهيم سليمان , محمد جابر (2008) – نظم التسويق الزراعي ، الطبعة الأولى ، دار الفكر العربي – القاهرة .

ابراهيم سليمان , محمد جابر(2014) إقتصاديات أسواق الطماطم المصرية ، المجلة المصرية للإقتصاد الزراعي ، المجلد 24، العدد 2، يونيو .

عبد الحميد حبشي عامر- (خدمة ونتاج الفاصوليا واللوبياء)، معهد بحوث البساتين (النشرات الفنية الزراعية)، نشرة فنية رقم 18 لسنة 2011.

وزارة الزراعة واستصلاح الاراضى , قطاع الشؤون الإقتصادية ، نشرة الإحصاءات الزراعية أعداد متفرقة .

قاعدة بيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء (htt:capmas.gov.eg)

ثانيا : المراجع باللغة الإنجليزية :

1- Maxwe((,L.B.(1979)Farm Budget From Farm En-come Analysis To Agricultural Projet Analy-sis,World Bank Stoff Occasional Paper Namber Twenty Nine,the Johns Hopkins,Mniversity-Press,Boltimore and London.

2- Guiltinan J . P . and G . W . Paul (1983) , Marketing Management Starategies and Programs , Second Edi-tion , McGraw . Hill Book Company ,Japan .

Economics of production and marketing of dry bean crop in Gharbia Governorate

Mohmed G. Amer¹, A. M. Elshaib², R. Ahmed² and L. Elrefay²

¹ Econ.Dept.,Fac. Agric., Zagazig Univ., Egypt

² Econ.Dept.,Fac. Agric., TantaUniv., Egypt



J.Sust.Agri.Env.Sci. (JSAES)

Keywords:

Dry beans, the farm budget analysis model, marketing efficiency

ABSTRACT

The study aimed to present an introductory presentation of the development of Dry beans Crops, its foreign trade and its economics, whether production or marketing, assuming that it is a commodity with distinctive features in terms of ease of storage and transportation and difficulty of spoilage compared to other vegetable crops. The study relied on published secondary data and primary data from a field sample of 50 farmers from my village called. Mansheya Suliman, and Mishla, Kafr Elzayat District in Gharbia Governorate, were collected in February and March 2021 to cover the summer season 2020. This is in addition to ten wholesalers and an intermediary trader like them and other retailers dealing with the same retailers. The study used the farm budget analysis model to measure the profitability of production and for each stage of marketing, and the marketing efficiency factor was estimated.