

مجلة الاقتصاد الزراعي والعلوم الاجتماعية

موقع المجلة: www.jaess.mans.edu.eg
 متاح على: www.jaess.journals.ekb.eg



Cross Mark

انتاج وتسويق محصول الموز في مصر

مها محمد بسطاوى احمد*

معهد بحوث الاقتصاد الزراعي - مركز البحوث الزراعيه.

المخلص

يتسم الإنتاج الزراعي بصفة أساسية بموسمية الإنتاج ، مما أدى إلى موسمية التوريدات للأسواق على مستوى الجملة ، وعلى مستوى التجزئة أيضاً. ويقصد بالتقلبات الموسمية التغيرات التي تطرأ على قيم الظاهرة وتتصف بالانتظام في فترات زمنية متعاقبة يقل مداها عن اثني عشر شهراً ، إلا أن الواقع الإنتاجي والتسويقي له يتناوب بعض المشاكل والمعوقات من حيث تحقيق الكفاءة التسويقية، هذا بجانب حدوث تقلبات سعرية كبيرة في أسعاره مما انعكس أثره على كلاً من المنتج والمستهلك حيث يؤدي ذلك إلى وقوع آثار سلبية على السياسات الإنتاجية والتسويقية بالإضافة إلى الآثار السلبية على دخول المزارعين الأمر الذي يترتب عليه ضرورة الكشف عن بعض الحقائق الاقتصادية والتسويقية المتعلقة بإنتاجه وتسويقه والتي تحول دون تحقيق الكفاءة التسويقية له على المستوى المحلي والتصديرى ، ويهدف البحث إلى إلقاء الضوء على الوضع الراهن لإنتاج وتسويق محصول الموز في مصر ودراسة أهم المتغيرات الاقتصادية المؤثرة على كل من المساحة المزروعة والإنتاجية الغدانية والإنتاج الكلي للمحصول ، وباستخدام النموذج تبين أن هناك علاقة عكسية بين الكمية المطلوبة من الموز وسعرها في سوق العبور خلال فترة الدراسة أي أن كلما زادت الكمية المطلوبة من الموز بمقدار 1% فإن السعر ينخفض بمقدار 0.09% وقد ثبتت المعنوية الإحصائية عند مستوى معنوية 0.05 وقد بلغت مرونة الطلب السعرية 0.09 حيث يعد الطلب على الموز وفقاً لهذا النموذج طلب غير مرن.

الكلمات الدالة : دوال الطلب ، تسويق الموز ، المتغيرات الانتقالية ، الموسمية



المقدمة

يتسم إنتاج محصول الموز بموسمية الإنتاج ، مما أدى إلى موسمية التوريدات للأسواق على مستوى الجملة ، وعلى مستوى التجزئة أيضاً. ويقصد بالتقلبات الموسمية التغيرات بمحصول الموز التي تطرأ على قيم الظاهرة وتتصف بالانتظام في فترات زمنية متعاقبة يقل مداها عن اثني عشر شهراً ، فقد يكون مداها شهر معين أو عدة شهور من أشهر السنة ، أو أسبوع معين من كل شهر ، أو يوم معين من كل شهر وكل أسبوع ، أو حتى ساعات معينة في كل يوم ، وترجع أهمية دراسة موسمية التوريد من بعض الحاصلات الزراعية إلى أسواق الجملة لورها المؤثر في تخطيط السياسات الإنتاجية والسوقية والسعرية لتلك المحاصيل فضلاً عن تأثيرها على عوامل أخرى بنفس الدرجة من الأهمية كموسمية العمل في مجال الإنتاج والتسويق، الأمر الذي ينعكس على موسمية الدخل والتقلبات السعرية والكمية الموردة من محصول ماء وتظهر التقلبات السعرية في الكمية المسوقة من الموز بصفة أساسية عن موسمية الإنتاج بين الشهور المختلفة، وتنتشر هذه التغيرات بعده عوامل منها: حجم الإنتاج الموز والتقلبات الحادثة به، ومقدرة السلعة على التخزين للسلعة، وامكانيات عملية النقل الخاصة بها .

مشكلة البحث

نتيجة للتقلبات الواسعة النطاق في الطلب خلال المواسم للمحاصيل المختلفة ، ومشكلة تباين الأسعار التي قد ظهرت في الأونة الأخيرة . حيث الارتفاع غير المبرر في أسعار أغلب الحاصلات الزراعية وبالأخص في محصول الموز في أسواق التجزئة ، وتزايد العبء على كاهل المستهلك المصري وذلك من جانب الطلب على الموز، وعلى الجانب الآخر لا يستفيد المزارع من هذه التقلبات السعريه التي تتخذ في الأونة الأخيرة اتجاهها عاماً متزايداً ، مما أثر بالسلب على المجتمع المصري ، إلا أن الواقع الإنتاجي والتسويقي للموز يتناوب بعض المشاكل والمعوقات من حيث تحقيق الكفاءة التسويقية له، هذا بجانب حدوث تقلبات سعرية كبيرة في أسعار الموز مما انعكس أثره على كلاً من المنتج والمستهلك حيث يؤدي ذلك إلى وقوع آثار سلبية على السياسات الإنتاجية والتسويقية بالإضافة إلى الآثار السلبية على دخول المزارعين الأمر الذي يترتب عليه ضرورة الكشف عن بعض الحقائق الاقتصادية والتسويقية المتعلقة بإنتاجه وتسويقه والتي تحول دون تحقيق الكفاءة التسويقية له على المستوى المحلي والتصديرى .

هدف البحث

ويهدف البحث إلى إلقاء الضوء على الوضع الراهن لإنتاج وتسويق محصول الموز في مصر ودراسة أهم المتغيرات الاقتصادية المؤثرة على كل من المساحة المزروعة والإنتاجية الغدانية والإنتاج الكلي للمحصول ودراسة موسمية الكميات والأسعار المصرية الشهرية في سوق العبور. ودراسة الكفاءة الاقتصادية لإنتاج وتسويق محصول الموز بمنطقة النوبارية من خلال التعرف

على أهم العوامل المؤثرة على إنتاج وتسويق محصول الموز بعينة البحث ، والتعرف على أهم المشاكل التي تواجه منتجي محصول الموز بمنطقة النوبارية ومقترحات مواجهتها والتغلب عليها . بالإضافة إلى دراسة التقلبات التوريديّة في أسواق الحاصلات الزراعية بصفة عامة والفاكهة بصفة خاصة دراسة التقلبات الموسمية لمحصول الموز بسوق العبور لتجارة الجملة والذي يغذى محافظة القاهرة ، وتقدير دوال الطلب الشهرية للموز، وذلك للتعرف على توجهات الطلب لبعض هذه الأصناف وتحليل الأسعار ومدى تباينها .

الطريقة البحثية

اعتمد البحث على أساليب التحليل الإحصائية الوصفية والكمية، كتقدير بعض معادلات الاتجاه الزمني العام والأهمية النسبية ، بالإضافة إلى استخدام أسلوب المتغيرات الانتقالية بجانب المتغيرات الكمية في تقدير الموسمية والطلب على محصول الموز بالإضافة إلى تقدير التقلبات الموسمية في كميات وأسعار الموز في سوق العبور . كما تم دراسة حالة في بمنطقة النوبارية حيث أن لها ميزة نسبية عالية في إنتاج محصول الموز وتحتل المرتبة الأولى من بين محافظات الجمهورية . واعتمد البحث على البيانات الثانوية المنشورة من عدة جهات لتحقيق هدف البحث مثل قطاع الشؤون الاقتصادية بوزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، علاوة على بعض البيانات الأولية الخاصة بعينة الدراسة بمنطقة النوبارية وتم تجميعها بواسطة مجموعة استمارات استبيان للمنتجين وتم تجميع هذه الاستمارات بالمقابلة الشخصية للمبحوثين خلال شهري (فبراير - مارس) عام 2019 ، وتم اختيار عينة الدراسة من منطقة النوبارية ومراكزها وفقاً للأهمية النسبية لمساحة وإنتاج الموز، وتم اختيار مفردات العينة من المزارعين بعينة الدراسة داخل القرى باستخدام المعاينة العمدية.

إختيار عينة الدراسة الميدانية

يراعى عند اختيار عينة من إطار مجتمع بحثي تحقيق عدة مبادئ هامة حتى تكون ممثلة أفضل تمثيلاً للمجتمع ومن ثم فقد ركزت الدراسة على خطوات رئيسية هي :

1. اختيار منطقة الدراسة طبقاً للأهمية النسبية للمساحة المزروعة من المحصول .
 2. اختيار المراكز التابعة لمنطقة الدراسة طبقاً للأهمية النسبية للمساحة المزروعة من المحصول .
 3. اختيار قرى المراكز ومزارعي العينة بكل قرية وفقاً لعدة اعتبارات :
 أ- مساحة المحصول بها. ب- عدد الحائزين بالنوبارية .
 اختيار عينة الدراسة :
- تم اختيار عينة طبقية عمدية على مستوى المحافظات، ثم على مستوى المراكز، ثم على مستوى الحيابة داخل القرى وذلك كما يلي:

* الباحث المسنون عن التواصل

البريد الإلكتروني: Maha_bastawy@yahoo.com

DOI: 10.21608/jaess.2021.220236

جدول 1. تطور المساحة والإنتاجية الفدانية والإنتاج الكلي لمحصول الموز في مصر (2005-2019).

السنة	المساحة الكلية الف فدان	المساحة المثمرة الف فدان	الإنتاجية طن/فدان	الإنتاج الف طن
2005	55.17	51.30	17.98	922.60
2006	54.27	47.34	18.06	855.09
2007	54.27	47.34	18.06	855.09
2008	60.05	56.51	18.80	1062.45
2009	62.92	57.01	19.66	1120.52
2010	58.80	53.96	19.07	1028.95
2011	62.32	55.94	18.85	1054.24
2012	67.88	59.70	18.93	1129.78
2013	72.95	60.09	19.28	1158.22
2014	74.62	65.51	19.59	1283.64
2015	79.86	65.50	20.07	1314.18
2016	81.05	66.76	18.19	1214.08
2017	82.00	72.04	18.95	1365.55
2018	82.02	69.77	18.53	1292.81
2019	78.31	72.60	18.33	1330.47
المتوسط	68.43	60.09	18.82	1132.51
الحد الأدنى	54.27	47.34	17.98	855.09
الحد الأقصى	82.02	72.60	20.07	1365.55

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات نشرات الإحصاءات الزراعية - قطاع الشؤون الاقتصادية وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي.

جدول 2. الاتجاهات الزمنية العامة لتطور المساحة المزروعة والإنتاجية الفدانية والإنتاج الكلي لمحصول الموز في مصر خلال الفترة من (2005-2019)

م	المتغير	المعادلة المقدره	R	R ²	F	معدل النمو
1	المساحة الكلية الموز	$Y_1 = 50.03X + 2.3 - 27.99(X - 11.70)^2$	0.96	0.91	136.96*	3.4
1	المساحة المثمرة الموز	$Y_2 = 45.78X + 1.79 - 34.03(X - 12.09)^2$	0.96	0.92	146.15*	3.0
2	انتاجية الموز	$Y_3 = 17.4X - 0.45X^2 + 3.7 - 41.6(X - 3.5)^2$	0.74	0.54	7.10*	0.2
3	الإنتاج الكلي للموز	$Y = 851.4X + 52 - 23.70(X - 8.89)^2$	0.93	0.86	79.03*	3.1

حيث:

Y_1 = مساحة الموز الكلية (الف فدان)

Y_2 = مساحة الموز المثمرة (الف فدان)

Y_3 = الإنتاجية للموز (طن/فدان)

Y_4 = الإنتاج الكلي للموز (ألف طن)

X_i = عامل الزمن حيث $i = 1, 2, 3$ ،

القيمة الموجودة بين الأقواس تشير إلى قيمة (T) المحسوبة

(R²) معامل التحديد (F) معنوية نموذج الانحدار

(*) تشير إلى معنوية معامل الانحدار عند مستوي 0.05.

() تشير إلى عدم معنوية معامل الانحدار عند مستوي 0.05 .

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الجدول (1)

0.03 طن /فدان وبمعدل نمو بلغ حوالي 0.2% حيث ثبتت المعنوية الاحصائية، كما ثبتت معنوية النموذج ككل كما أوضحت النتائج أن حوالي 54% من التغيرات في إنتاجية الموز ترجع الي المتغيرات التي يعكس أثرها عامل الزمن.

4- تطور الإنتاج الكلي لمحصول الموز في مصر.

يبين من دراسة مؤشرات الجدول (1) أن الانتاج الكلي من الموز خلال فترة الدراسة قد تراوح بين حد أدنى بلغ نحو 855.09 الف طن عام 2006 وحد أقصى بلغ نحو 1365.55 الف طن عام 2017 بمتوسط سنوي بلغ حوالي 1132.51 الف طن خلال الفترة (2005-2019).

وبدراسة الاتجاهات الزمنية العامة لتطور إنتاج محصول الموز في مصر يتضح من المعادلة رقم (4) بالجدول (2) أن إنتاج الموز أخذ اتجاهها عاماً متزايداً بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ حوالي 35.12 ألف طن هذا، وبمعدل نمو بلغ حوالي 3.1 %، وبلغ معامل التحديد (R²) نحو 0.86 مما يعني أن 86% من اجمالي التغيرات في إنتاج الموز يرجع الي التغيرات التي يعكس أثرها عامل الزمن .

ثانياً: تطور المساحة الكلية والمثمرة والإنتاجية الفدانية والإنتاج الكلي لمحصول الموز في منطقة النوبارية :

1- تطور المساحة المزروعة لمحصول الموز في منطقة النوبارية .

يبين من دراسة مؤشرات الجدول (3) أن مساحة الموز المزروعة خلال فترة الدراسة قد تراوحت بين حد أدنى بلغ نحو 14.46 الف فدان عام 2005 وحد أقصى بلغ نحو 20.11 الف فدان عام 2012 للمساحة الكلية من

اختيار منطقة النوبارية بمحافظة النوبارية :

اتضح من بيانات عام 2019 أن منطقة النوبارية بمحافظة البحيرة من أكبر المحافظات المنتجة للموز حيث بلغت المساحة المثمرة بالموز نحو 99.19 الف فدان تمثل حوالي 27.53% من اجمالي مساحة الجمهورية خلال هذا العام ، وبلغت الإنتاج بالموز نحو 99.405.36 الف طن تمثل حوالي 30.47% من اجمالي انتاج الموز الجمهورية خلال هذا العام ، تم اختيار المزارعين بطريقة طبقية عمدية .، وتم تحديد عدد عينه الدراسة بنحو 55 مفرده .

النتائج والمناقشات

نتائج الدراسة

أولاً : تطور المساحة الكلية والمثمرة والإنتاجية الفدانية والإنتاج الكلي لمحصول الموز في مصر:

1- تطور المساحة المزروعة لمحصول الموز في مصر.

يبين من دراسة مؤشرات الجدول (1) أن مساحة الموز المزروعة خلال فترة الدراسة قد تراوحت بين حد أدنى بلغ نحو 54.27 الف فدان عام 2006 وحد أقصى بلغ نحو 82.02 الف فدان عام 2018 بمتوسط سنوي بلغ حوالي 68.43 الف فدان خلال الفترة (2005-2019).

وبدراسة الاتجاهات الزمنية العامة لتطور المساحة المزروعة لمحصول الموز فإن الجدول (2) يوضح نتائج التقدير الاحصائي خلال الفترة (2005-2019) ومنه يتبين أن مساحة الموز أخذت اتجاهها عاماً متزايداً بلغ حوالي 2.3 الف فدان، وبمعدل نمو بلغ حوالي 3.4 %، حيث ثبتت المعنوية الاحصائية، كما ثبتت معنوية النموذج ككل كما أوضحت النتائج إن حوالي 91% من التغيرات في مساحة الموز ترجع الي المتغيرات التي يعكس أثرها عامل الزمن.

2.1 %، حيث ثبتت المعنوية الاحصائية، كما ثبتت معنوية النموذج ككل كما أوضحت النتائج إن حوالي 53% من التغيرات في مساحة الموز ترجع الي المتغيرات التي يعكس أثرها عامل الزمن.

2- تطور المساحة المثمرة لمحصول الموز في منطقة النوبارية .

يبين من دراسة مؤشرات الجدول (3) أن مساحة الموز المثمرة خلال فترة الدراسة قد تراوحت بين حد أدنى بلغ نحو 10.46 الف فدان عام 2006 وحد أقصى بلغ نحو 20.11 الف فدان عام 2014 ويلاحظ الثبات النسبي للمساحة المثمرة من عام 2014 الي عام 2018 بمتوسط سنوي بلغ حوالي 17.34 الف فدان خلال الفترة (2005-2019).

وبدراسة الاتجاهات الزمنية العامة لتطور المساحة المثمرة لمحصول يتضح من المعادلة رقم (2) بالجدول (4) أن مساحة الموز المثمرة أخذت اتجاهها عاما متزايدا بلغ حوالي 0.58 الف فدان، وبمعدل نمو بلغ حوالي 3.3%، حيث ثبتت المعنوية الاحصائية عند مستوي المعنوية 0.05 ، كما ثبتت معنوية النموذج ككل ، كما أوضحت النتائج إن حوالي 54% من التغيرات في مساحة الموز المثمرة ترجع الي المتغيرات التي يعكس أثرها عامل الزمن.

3- تطور الإنتاجية الفدانية لمحصول الموز في منطقة النوبارية .

يوضح من دراسة مؤشرات الجدول (3) أن الإنتاجية الفدانية من الموز خلال فترة الدراسة قد تراوحت بين حد أدنى بلغ نحو 19.00 طن / فدان عام 2016 وحد أقصى بلغ نحو 25.85 طن / فدان عام 2015 بمتوسط سنوي بلغ حوالي 23.50 طن / فدان خلال الفترة (2005-2019) .

وبدراسة الاتجاهات الزمنية العامة لتطور الإنتاجية الفدانية لمحصول الموز في النوبارية يتضح من المعادلة رقم (3) بالجدول (4) أن انتاجية الموز معادلة (3) أخذت اتجاهها عاما متزايدا بلغ حوالي 1.15 طن/ فدان في المرحلة الاولى ، ثم اخذت الانتاجية في التناقص لنهاية الدالة بنحو 0.09 طن /فدان وبمعدل نمو بلغ حوالي 1.1% حيث ثبتت المعنوية الاحصائية، كما ثبتت معنوية النموذج ككل كما أوضحت النتائج أن حوالي 63% من التغيرات في انتاجية الموز ترجع الي المتغيرات التي يعكس أثرها عامل الزمن.

جدول 4. الاتجاهات الزمنية العامة لتطور المساحة المزروعة والإنتاجية الفدانية والإنتاج الكلي لمحصول الموز في منطقة النوبارية خلال الفترة من (2005-2019)

م	المتغير	المعادلة المقترنة	R	R ²	F	معدل النمو
1	المساحة الكلية الموز	$X0.39 + 15.37Y_1 = 3.79)(16.49)($	0.72	0.53	14.43*	2.1
1	المساحة المثمرة الموز	$X0.58 + 12.73Y_2 = 3.88)(9.44)($	0.73	0.54	15.04*	3.3
2	انتاجية الموز	$X^20.095 X - 1.1 + 21.6Y_3 = 2.8)((-3.5)(15.2)$	0.79	0.63	*10.06	-1.1
3	الإنتاج الكلي للموز	$X^22.46 X - 47.6 + 226.4 = 4Y 2.9)((-2.4)(3.9)$	0.68	0.47	5.27*	2.1

حيث :

Y_1 = مساحة الموز الكلية (الف فدان) = Y_2 = مساحة الموز المثمرة (الف فدان)

Y_3 = الإنتاجية للموز (طن/فدان) Y_4 = الإنتاج الكلي للموز (الف طن)

X_i = عامل الزمن حيث $i = 1, 2, 3, \dots, 15$ القيمة الموجودة بين الأقواس تشير إلى قيمة (T) المحسوبة

(R²) معامل التحديد (F) معنوية نموذج الاحترار

(*) تشير إلى معنوية معامل الاحترار عند مستوي 0.05. () تشير إلى عدم معنوية معامل الاحترار عند مستوي 0.05 .

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الجدول (3)

4- تطور الإنتاج الكلي لمحصول الموز في منطقة النوبارية .

يبين من دراسة مؤشرات الجدول (3) أن الإنتاج الكلي للموز خلال فترة الدراسة قد تراوحت بين حد أدنى بلغ نحو 247.57 الف طن عام 2006 وحد أقصى بلغ نحو 519.98 الف طن عام 2015 بمتوسط سنوي بلغ حوالي 405.00 الف طن خلال الفترة (2005-2019).

وبدراسة الاتجاهات الزمنية العامة لتطور إنتاج محصول الموز في منطقة النوبارية يتضح من المعادلة رقم (4) بالجدول (4) أن الإنتاج الكلي من الموز أخذ اتجاهها عاما متزايدا بلغ حوالي 47.7 الف طن في المرحلة الاولى ، ثم اخذت الانتاجية في التناقص لنهاية الدالة بنحو 2.46 الف طن وبمعدل نمو بلغ حوالي 2.1% حيث ثبتت المعنوية الاحصائية، كما ثبتت معنوية النموذج ككل كما أوضحت النتائج أن حوالي 47% من التغيرات في الإنتاج الكلي من الموز ترجع الي المتغيرات التي يعكس أثرها عامل الزمن.

ثالثاً: تقدير الهوامش التسويقية وتوزيع جنيته والمستهلك والأسعار لمحصول الموز :

بدراسة المصروفات التسويقية للموز خلال الانسياب التسويقي من المنتجين إلى المستهلكين عن طريق حساب الفرق بين أسعار التجزئة والأسعار

التي يتقاضاها المنتجون، وتقدير نصيب المزارع من مدفوعات المستهلكين بالإضافة لتقدير أنصبة الوسيط (تجار الجملة، التجزئة).

حيث يوضح الجدول (5) تطور الفروق التسويقية المطلقة للموز خلال الفترة (2005-2019) والهوامش التسويقية النسبية بالإضافة لتوزيع جنيته المستهلك بين كل من المزارع والوسطاء خلال تلك الفترة، حيث تبين أن الفرق التسويقي بين تاجر الجملة والمزارع قد بلغ في المتوسط نحو 2149.47 جنيه للطن تراجع هذا الفرق بين حد أدنى بلغ نحو 127.0 جنيه للطن وتمثل حوالي 7.93% من سعر الجملة عام 2005 وحد أعلى بلغ حوالي 7036.0 جنيه للطن ويمثل نحو 54.97% من سعر الجملة عام 2019، ويوضح بيانات الجدول المشار اليه إلى أن الفرق التسويقي بين تاجر الجملة والتجزئة قد تزايد من حوالي 313 جنيه للطن عام 2005 إلى حوالي 530 جنيه للطن عام 2019 وقد بلغ متوسط الفرق التسويقي لهذه المرحلة نحو 859.53 جنيه للطن خلال الفترة (2005-2019)، وقد تراوحت الحد الأدنى لهذه الفترة والحد الأقصى لها نحو 313 جنيه للطن، 1400 جنيه للطن يمثل حوالي 16.34%، 16.87% من سعر التجزئة عامي 2005، 2015 على التوالي. في حين يشير الجدول إلى أن الفرق التسويقي بين المزارع وتاجر التجزئة قد تزايد من حوالي 440 جنيه للطن عام 2005 إلى حوالي 7566 جنيه للطن عام 2019 وقد بلغ متوسط الفرق

التسويقي لهذه المرحلة نحو 3009.0 جنيه للطن خلال الفترة (2005-2019)، وقد تراوح الحد الأدنى لهذه الفترة والحد الأقصى لها نحو 440 جنيه للطن، 7566.0 جنيه للطن يمثل حوالي 22.98%، 56.76% من سعر التجزئة عامي 2005، 2019 على التوالي.

وبدراسة توزيع جنيه المستهلك بين كل من المزارع والوسطاء تبين أن متوسط نصيب المزارع بلغ حوالي 55.95% من سعر التجزئة خلال الفترة المدروسة وقد تراجع هذا المتوسط بين حد أدنى بلغ حوالي 40.69% من سعر التجزئة عام 2015 وحد أقصى بلغ حوالي 77.02% من سعر التجزئة عام 2005. بينما بلغ متوسط نصيب تاجر الجملة نحو 21.36% من سعر التجزئة وقد تراوح أيضا هذا المتوسط بين حد أدنى بلغ قرابة 6.63% عام 2005 وحد

جدول 5. الهوامش التسويقية وتوزيع جنيه المستهلك لمحصول الموز بالجنيه للطن خلال الفترة (2005-2019)

السنوات	سعر المنتج	سعر الجملة	سعر التجزئة	الفروق التسويقية المطلقة			الفروق التسويقية النسبية			النسبة المئوية لتوزيع جنيه المستهلك %		
				جملة - منتج	تجزئة - جملة	تجزئة - منتج	جملة - منتج	تجزئة - جملة	تجزئة - منتج	نصيب تاجر الجملة	نصيب تاجر التجزئة	
2005	1475	1602	1915	127.00	313.00	440.00	7.93	16.34	22.98	6.63	16.34	22.98
2006	1557	1719	2058	162.00	339.00	501.00	9.42	16.47	24.34	7.87	16.47	24.34
2007	1778	2042	2463	264.00	421.00	685.00	12.93	17.09	27.81	10.72	17.09	27.81
2008	1894	2310	3150	416.00	840.00	1256.00	18.01	26.67	39.87	13.21	26.67	39.87
2009	2080	2560	3360	480.00	800.00	1280.00	18.75	23.81	38.10	14.29	23.81	38.10
2010	2302	2830	3870	528.00	1040.00	1568.00	18.66	26.87	40.52	13.64	26.87	40.52
2011	3243	4070	5430	827.00	1360.00	2187.00	20.32	25.05	40.28	15.23	25.05	40.28
2012	3322	4740	5620	1418.00	880.00	2298.00	29.92	15.66	40.89	25.23	15.66	40.89
2013	3344	5090	6020	1746.00	930.00	2676.00	34.30	15.45	44.45	29.00	15.45	44.45
2014	3349	4930	5860	1581.00	930.00	2511.00	32.07	15.87	42.85	26.98	15.87	42.85
2015	3377	6900	8300	3523.00	1400.00	4923.00	51.06	16.87	59.31	42.45	16.87	59.31
2016	3817	7850	9060	4033.00	1210.00	5243.00	51.38	13.36	57.87	44.51	13.36	57.87
2017	5092	10730	11380	5638.00	650.00	6288.00	52.54	5.71	55.25	49.54	5.71	55.25
2018	5187	9650	10900	4463.00	1250.00	5713.00	46.25	11.47	52.41	40.94	11.47	52.41
2019	5764	12800	13330	7036.00	530.00	7566.00	54.97	3.98	56.76	52.78	3.98	56.76
المتوسط	3172.07	5321.53	6181.07	2149.47	859.53	3009.00	25.72	15.01	41.24	21.36	15.01	41.24
الحد الأدنى	1475.00	1602.00	1915.00	127.00	313.00	440.00	7.93	3.98	22.98	6.63	3.98	22.98
الحد الأعلى	5764.00	12800.00	13330.00	7036.00	1400.00	7566.00	54.97	26.87	59.31	52.78	26.87	59.31

المصدر: جمع وتحرير من :

وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي، نشرة الإحصاءات الزراعية، أعداد متفرقة. الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار المواد الغذائية (سعر المنتج - الجملة)، أعداد متفرقة.

رابعاً: تطور السعر المزرعي والجملة والتجزئة للموز :

وبدراسة العلاقة الاتجاهية لسعر الجملة بالجنيه للطن خلال الفترة (2005-2019) تبين من المعادلة رقم (2) بالجدول رقم (6) أن سعر الجملة يتزايد بنحو 749.33 جنيه للطن سنوياً، وبمعدل نمو بلغ نحو 14.1%، خلال فترة الدراسة حيث ثبتت المعنوية، كما ثبتت معنوية النموذج ككل. كما أوضحت النتائج أن حوالي 90% من التغيرات الحادثة في سعر الجملة لمحصول الموز ترجع إلي مجموعة من العوامل التي يعكس أثرها متغير الزمن.

يوضح الجدول (5) تطور السعر المزرعي والجملة والتجزئة للموز بالجنيه للطن خلال الفترة (2005-2019)، حيث بلغ الحد الأدنى للسعر المزرعي والجملة والتجزئة اتجاهها عاماً بحوالي 1475، 1602، 1915 جنيه/الطن علي الترتيب حتى بلغ نهايته القصوى بنحو 5764، 12800، 13330 جنيه/الطن علي الترتيب وبمتوسط عام قدره بنحو 3172.07، 5321.53، 6181.07 جنيه/الطن علي الترتيب.

وبدراسة العلاقة الاتجاهية لسعر التجزئة بالجنيه للطن خلال الفترة (2005-2019) تبين من المعادلة رقم (3) بالجدول رقم (6) أن سعر التجزئة يتزايد بنحو 787.76 جنيه للطن سنوياً، وبمعدل نمو بلغ نحو 12.7%، خلال فترة الدراسة حيث ثبتت المعنوية، كما ثبتت معنوية النموذج ككل. كما أوضحت النتائج أن حوالي 94% من التغيرات الحادثة في سعر التجزئة لمحصول الموز ترجع إلي مجموعة من العوامل التي يعكس أثرها متغير الزمن.

وبدراسة العلاقة الاتجاهية للسعر المزرعي بالجنيه للطن خلال الفترة (2005-2019) تبين من المعادلة رقم (1) بالجدول رقم (6) أن السعر المزرعي يتزايد بنحو 293.39 جنيه للطن سنوياً، وبمعدل نمو بلغ نحو 2.9%، خلال فترة الدراسة حيث ثبتت المعنوية، كما ثبتت معنوية النموذج ككل. كما أوضحت النتائج أن حوالي 93% من التغيرات الحادثة في السعر المزرعي لمحصول الموز ترجع إلي مجموعة من العوامل التي يعكس أثرها متغير الزمن.

جدول 6. معادلات الاتجاه الزمني العام لتطور سعر الموز بالجنيه للطن خلال الفترة (2005-2019)

م	المتغير	النموذج المقدر	R	R ²	F	معدل النمو
1	سعر المزارع لمحصول الموز	Y = 824.89 + 293.39 X (12.77)* (3.95)	0.96	0.93	162.97*	9.2
2	سعر الجملة لمحصول الموز	Y = 673.09 + 749.33 X (10.61)* (1.05)	0.95	0.90	112.52*	14.1
3	سعر التجزئة لمحصول الموز	Y = 120.99 + 787.76 X (13.75)* (0.23)	0.97	0.94	189.13*	12.7

حيث: Y = القيمة التقديرية للأسعار المنتج والجملة والتجزئة للموز . .

Xi = متغير الزمن حيث (1، 2، 3،، 15).

القيمة الموجودة بين الأقواس تشير إلى قيمة (T) المحسوبة، (R²) معامل التحديد، (F) معنوية النموذج ككل.

(*) تشير إلى معنوية معامل الانحدار عند مستوي 0.05.

() تشير إلى عدم معنوية معامل الانحدار .

المصدر: حسب من بيانات جدول (5) بالدراسة .

872.3 ، 343.5 ، 768.9 ، 101.8 ، 874.9 ، 844.9 جنيه/كجم على الترتيب في حين نجد وجود علاقة طردية لأثر شهر ديسمبر على الكمية المورد من الموز خلال فترة الدراسة حيث تزيد الكمية المورد للسوق في شهر ديسمبر بمقدار 4563.2 جنيه/كجم وهو ما أوضحته قيمة الثابت (a).

حيث أن الإشارة السالبة نتيجة التغيرات السعرية للموز فنجد أن هناك بالفعل اثر على الكمية المورد للسوق وسعرها فانخفاض الكمية المورد تزيد سعرها في السوق وهو ما يتفق مع المنطق الاقتصادي. وتشير قيمة F إلى صلاحية النموذج وملائمته لطبيعة البيانات .

هذا وقد بلغ معامل التحديد R^2 حوالي 0.63 ، أي أن حوالي 63% من التقلبات الحادثة في الكميات الواردة لسوق العبور من الموز شهرياً ترجع إلى التأثير الموسمي لأشهر السنة وكذلك السعر الشهري والباقي لعوامل أخرى لم تأخذ في الاعتبار .

سابعاً: مؤشرات الكفاءة الإنتاجية والاقتصادية لمحصول الموز بعينة الدراسة الميدانية:

يوضح الجدول (8) مؤشرات الكفاءة الاقتصادية لإنتاج محصول الموز بعينة الدراسة الميدانية بمنطقة النوبارية لموسم 2019-2020 حيث يتبين أن متوسط العائد الكلي لمحصول الموز بلغ حوالي 108.7 ألف جنيه ، بينما يبلغ صافي العائد الفداني حوالي 77.4 ألف جنيه ، يقدر متوسط الفائض الحدي بحوالي 82.7 ألف جنيه، في حين يقدر متوسط إجمالي العائد إلى إجمالي التكاليف بحوالي 3.47 جنيهاً، يبلغ متوسط نسبة إجمالي العائد إلى إجمالي التكاليف الإنتاجية نحو 347.37% ، يقدر متوسط العائد على الجنيه المنفق بحوالي 2.47 جنيهاً ، حيث يبلغ متوسط أرباحية الجنيه المنفق نحو 247.37% ، في حين يبلغ متوسط نسبة هامش الربح للمنتج نحو 71.21% مما يدل على إنخفاض أرباحية المشروع الإنتاجي وجنواه الاقتصادية.

جدول 8. مؤشرات كفاءة الأداء الاقتصادي لإنتاج محصول الموز بعينة الدراسة الميدانية بمنطقة النوبارية موسم 2019-2020

م	البيان	متوسط العينة
1	متوسط إنتاجية الفدان (طن/فدان)	19.07
2	التكاليف المتغيرة (جنيه/فدان)	25949.24
3	التكاليف الثابتة (جنيه/فدان)	5343
4	التكاليف الكلية (جنيه/فدان)	31292.24
5	متوسط تكلفة الطن (جنيه/طن)	1640.91
6	متوسط السعر (جنيه/طن)	5700
7	العائد الكلي للفدان (جنيه)	108699.00
8	صافي العائد للفدان (جنيه/طن)	77406.76
9	صافي العائد للطن (جنيه/طن)	4059.09
10	الفائض الحدي	82749.76
11	إجمالي العائد إلى إجمالي التكاليف	3.47
12	نسبة إجمالي العائد إلى إجمالي التكاليف %	347.37
13	العائد على الجنيه المنفق	2.47
14	أرباحية الجنيه المنفق %	247.37
15	نسبة هامش الربح للمنتج %	71.21

حيث أن :

متوسط تكلفة الطن (جنيه/طن) = التكاليف الكلية / متوسط الإنتاجية
العائد الكلي للفدان (جنيه) = الإنتاجية * متوسط سعر الطن
صافي العائد للفدان (جنيه/طن) = الإيراد الكلي - التكاليف الكلية
صافي العائد للطن (جنيه/طن) = صافي العائد / الإنتاجية
الفائض الحدي = إجمالي العائد - إجمالي التكاليف المتغيرة
إجمالي العائد إلى إجمالي التكاليف = إجمالي العائد / إجمالي التكاليف
نسبة إجمالي العائد إلى إجمالي التكاليف % = إجمالي العائد / إجمالي التكاليف * 100
العائد على الجنيه المنفق = صافي العائد / إجمالي التكاليف
أرباحية الجنيه المنفق % = صافي العائد / إجمالي التكاليف * 100
نسبة هامش الربح للمنتج % = صافي العائد / إجمالي العائد * 100
المصدر : جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان الخاصة بالمزارعين في عينة الدراسة للموسم الزراعي 2019-2020

ثامناً: المسالك التسويقية لمحصول الموز بمنطقة النوبارية:

تتعدد المسالك التسويقية للموز نظراً لتعدد استخداماته فهو إما أن يوزل طازجاً أو في صورة عصائر، كما تتعدد المسالك التسويقية باختلاف الغرض من التسويق فهو إما أن يسوق لتاجر الجملة ولأصحاب المصانع أو للمصدرين أو للمستهلكين مباشرة.

المسلك التسويقي لمحصول الموز بعينة الدراسة الميدانية:-

المسلك التسويقي الأول:

يقوم التجار المحليون بالشراء لحسابهم الخاص والبيع لتاجر الجملة عن طريق المسامرة نظير عمولة يحصلون عليها، كما يمكن لتاجر الجملة بالتعاقد مع المنتج لشراء محصول الحديقة (كلالة) بحيث يقوم بالتعاقد قبل ظهور الإنتاج

خامساً: التقدير الإحصائي للطلب الموسمي على محصول الموز بسوق العبور بالقاهرة.

تبين من جدول رقم (7) نتائج تقدير دوال الطلب للموز في سوق العبور خلال الفترة (2017-2019) حيث بدراسة النموذج رقم (1) تبين وجود علاقة عكسية بين سعر الموز والكمية المطلوبة منها في سوق العبور خلال فترة الدراسة أي أنه بزيادة السعر بنسبة 1% فإن الكمية المطلوبة من الموز تقل بمقدار 3.6% وقد ثبتت المعنوية الإحصائية عند مستوى معنوية 0.05 وقد بلغت مرونة الطلب السعرية 3.6 حيث يعد الطلب على الموز في سوق العبور خلال فترة الدراسة طلب مرن مما جعل هناك حاجة لحساب دالة الطلب في الصورة العكسية لإثبات أنها سلعة ضرورية وذات طلب غير مرن حيث أن الطلب في الصورة العكسية للمحاصيل الزراعية هو أكثر منطقية.

وباستخدام النموذج رقم (2) تبين وجود علاقة عكسية بين الكمية المطلوبة من الموز وسعرها في سوق العبور خلال فترة الدراسة أي أن كلما زادت الكمية المطلوبة من الموز بمقدار 1% فإن السعر ينخفض بمقدار 0.09% وقد ثبتت المعنوية الإحصائية عند مستوى معنوية 0.05 وقد بلغت مرونة الطلب السعرية 0.09 حيث يعد الطلب على الموز وفقاً لهذا النموذج طلب غير مرن.

جدول 7. نتائج تقدير دوال الطلب للموز في سوق العبور خلال الفترة (2017-2019)

م	المتغير التابع	النموذج	R ²	F
1	الكمية المورد من الموز في سوق العبور	$\ln Q = 12.6 - 3.6 \ln P$ (-4.2)* (2.6)*	0.65	17.64
2	سعر الجملة للموز في سوق العبور	$\ln P = 12.6 - 0.09 \ln Q$ (-5.1)* (1.2)*	0.81	26.01

حيث

Q: متوسط الكمية المورد الشهرية بالكم لسوق العبور من الموز (موز ولیم ، موز بلدي ، موز مغربي ، موز بيكو ، موز مستورد ، موز صعيدي) شهرياً/كجم خلال الفترة (2017-2019)

P: السعر التوريدي الشهرية بالجنيه/كجم من الموز في سوق العبور خلال الفترة (2017-2019)

(* مستوى المعنوية 0.05 ، عدد المشاهدات 36 مشاهد

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات غير منشورة بسوق العبور للفترة (2017-2019)

سادساً: الطلب المحلي الشهري على الموز باستخدام المتغيرات الانتقالية
دالة الطلب الشهرية لمحصول الموز بسوق العبور خلال الفترة (2017-2019)

لاستخراج الدالة الطلبية الشهرية للموز كعامل تابع لكل من التأثير الموسمي الشهري والسعر الشهري لتلك الكمية من خلال الفترة (2017-2019) وكانت النتائج (d1,d2,d3,.....,d11) علي النحو التالي:
 $Q = 4563.2 - 545.1 P_1 - 473.2 d_1 - 143.5 d_2 - 788.9 d_3 - 651.8 d_4 - 344.9 d_5 - 872.3 d_6 - 343.5 d_7 - 768.9 d_8 - 101.8 d_9 - 874.9 d_{10} - 844.9 d_{11}$
(1.8) (-3.7) (-1.8) (-2.1) (-4.9) (-2.1) (-3.2) (-3.2)
(-1.2) (-1.7) (-1.2) (-5.1) (-4.9) (-3.2)
R²=0.66 R²=0.63 F=54.3

حيث

Q: متوسط الكمية المورد الشهرية بالكم لسوق العبور من الموز (موز ولیم ، موز بلدي ، موز مغربي ، موز بيكو ، موز مستورد ، موز صعيدي) شهرياً/كجم خلال الفترة (2017-2019)

P: السعر الشهري بالجنيه/كجم من الموز في سوق العبور خلال الفترة (2017-2019)

(* مستوى المعنوية 0.05 ، عدد المشاهدات 36 مشاهد

Di = يشير إلى شهور السنة .

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات غير منشورة بسوق العبور للفترة (2017-2019)

وتشير النتائج المتحصل عليها إلى وجود علاقات سالبة تعكس تأثير الموسمية الشهرية للأسعار علي الكميات المورد للسوق، هذا وقد ثبتت المعنوية الإحصائية لكل من شهر فبراير ، مارس ، أبريل ، مايو ، سبتمبر ، أكتوبر ، نوفمبر بالإضافة إلي التأثير العكسي للأسعار التي لم تثبت معنويته إحصائياً علي الكميات المورد للسوق من الموز .

وتشير النتائج الخاصة بالسعر الشهري للموز إلي وجود علاقة عكسية بين هذا المتغير وبين الكمية المورد للسوق من الموز شهرياً، أي أن السعر يؤثر علي انخفاض الكمية الواردة للسوق من الموز بمقدار 545.1 كجم.

أما التقدير الخاص بالتأثير الموسمي لكافة الشهور وهي يناير وفبراير ومارس وإبريل ومايو ويونيو ويوليو وأغسطس وسبتمبر وأكتوبر ونوفمبر على الترتيب فكانت العلاقة عكسية بين الكمية الواردة للسوق من الموز شهرياً، أي أن التأثير الموسمي لتلك الشهور سابقة الذكر يؤثر علي انخفاض الكمية الواردة للسوق من الموز في هذا الشهر بمقدار ، 473.2 ، 143.5 ، 788.9 ، 651.8 ، 344.9

ذلك المحصول. ولذلك لا بد أن يكون هناك حافز للمزارعين وليس لأصحاب محطات التصدير ، وذلك لتشجيع المزارع واعطائه حافزا للزراعة والاهتمام بها بدلا من الخسارة المتلاحقة عليه، والتي تجعله يهمل في الزراعة وقد يقوم بتبوير الأرض لجعلها أرض مبان، لأنه أكسب وأريح له.

٢-احتكار التجار:

يواجه زراع محصول الموز احتكار القلة من التجار المتخصصين في شراء الموز مما يدفع هؤلاء التجار بفرض سعر قد لا يكون في كثير من الأحيان سعر مرضي للمنتجين ليغطي تكاليف إنتاجهم ويحقق لهم عائد يجعلهم يستمرون في العملية الإنتاجية، حيث بلغ المتوسط العام للمقربين بوجود الأثر السلبي لاحتكار التجار 82% .

٣-تحكم محطات التصدير في الأسعار:

بين حوالي 72% من المنتجين تحكم محطات التصدير في الأسعار نتيجة الزيادة في العرض وعدم

استيعاب السوق الداخلي لهذه الكميات ، فاعتماد الرقابة علي المصدرين هي السبب الرئيسي لتدهور الأسعار،فمحطات التصدير تستغل حاجة الفلاح لبيع محصوله وتعرض عليه اسعار بخسة.

٤-ارتفاع تكاليف النقل:

كما بين عدد ليس بقليل من منتجي الموز بلغ متوسطهم العام حوالي 64% بان نقل محصولهم إلى الأسواق لبيعه بسعر م ناسب يواجه بارتفاع تكاليف النقل وبالتالي انخفاض العائد وذلك كان لا بد من انشاء أسواق جملة قريبة من المزارعين.

جدول 9. التكرار النسبي لاهم المشاكل الإنتاجية والتسويقية التي تواجه منتجي محصول الموز بمنطقة النوبارية لموسم 2019-2020

البيان	متوسط العينة	التكرار	المشاكل الإنتاجية
أسعار مستلزمات الإنتاج مع انخفاض جودتها	44	88	العمالة الزراعية قليلة بالمنطقة مما أدى لارتفاع أجورهم وبالتالي ارتفاع تكاليف أداء العمليات الزراعية
ارتفاع الفاقد ما بين برتقال مصاب وآخر يتساقط	32	64	انتشار الحشرات والافات الزراعية
نقص العمالة المدربة	23	46	
إجمالي العينة	50	100	
المشاكل التسويقية			
انخفاض السعر	45	90	
احتكار التجار	41	82	
تحكم محطات التصدير في الأسعار	36	72	
ارتفاع تكاليف النقل	32	64	
التأخير في الحصول على السعر	27	54	
عدم توافر أسواق جملة قريبة من المزارعين	25	50	
ارتفاع الفاقد نتيجة التعرض للتلوث	20	40	
قصور المعلومات التسويقية لدى المزارعين	16	32	
إجمالي العينة	50	100	

المصدر : جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان الخاصة بالمزارعين في عينة الدراسة للموسم الزراعي 2019-2020

٥-التأخر في الحصول على السعر:

كما أشار المبحوثين إلى أنهم يتعرضون لمشكلة التأخر في الحصول على السعر الخاص ببيع محصولهم، والذي قد يرجع لاحتكار التجار الذين يشترون المحصول، حيث بلغ المتوسط العام لتلك المشكلة نحو 54% .

٦-ارتفاع نسبة الفاقد نتيجة تعرض المحصول للتلف

كما أقر نحو 40% من المنتجين إلى وجود مشكلة تتمثل في تعرض الموز للتلف نتيجة تركه مدة طويلة بعد الجني نتيجة ارتفاع تكاليف النقل من جهة واحتكار التجار والسيطرة على الأسعار مما يدفع عدد من المنتجين على التوقف عن البيع وتخزين المحصول حتى تتحسن الأسعار فيعرض المحصول للتلف وبالتالي انخفاض العائد . وقد يرجع ارتفاع نسبة الفاقد أيضا الى وجود أكثر من وسيط في المسلك التسويقي بين المنتج والمستهلك ، الامر الذي يزيد من الوقت الذي تظل السلعة في أماكن غير مجهزة لحمايتها من الاحوال الجوية وتعرضها للتلف.

٧-عدم توافر أسواق جملة قريبة من المزارعين

وتتمثل هذه المشكلة في عدم وجود أسواق جملة قريبة من المزارعين لتصريف المحصول مما يعمل على ارتفاع تكلفة النقل للمحصول وقد أقر بذلك نحو 50% من المنتجين. وكانت أهم المقترحات من وجه نظر المزارعين لحل هذه المشكلة أن يتم تشجيع عملية التصنيع الزراعي وذلك بزيادة عدد المصانع بالمنطقة وزيادة المنفذ التسويقية المحلية بالمنطقة وأن يتم انشاء أسواق جملة قريبة من المزارعين.

٨-قصور المعلومات التسويقية

أقر عدد من المبحوثين بلغ متوسطهم العام نحو 32% بعدم وجود قاعدة بيانات نتيج للمنتجين والتجار معلومات عن الكميات المطلوبة محليا أو للتصدير ،

وتقديم سلفة مقدمة، كما يتحمل التاجر تكاليف الحراسة وجميع التكاليف التسويقية الأخرى، كما يمكن للتاجر الشراء مباشرة من المنتج عند ظهور الإنتاج وفي هذه الحالة يتحمل تكاليف التعبئة والنقل، أو يقوم تاجر الجملة بتسويق المحصول لحساب المنتج نظير عمولة تتراوح ما بين 6-9 % من سعر البيع السائد وفي هذه الحالة يقوم المنتج بجميع العمليات التسويقية وجاء هذا المسلك بنسبة بلغ متوسطها العام نحو 33% من متوسط العينة.

المسلك التسويقي الثاني:

يقوم الجالون بتسويق الموز من المنتج الى المصدر بمحطات التصدير نظير عمولة محددة، او تقوم محطات التصدير بشراء الحديقة بنظام (الكلالة) وتتولى هي كافة العمليات التسويقية حيث ينقل المحصول الى محطات الفرز والتجهيز لاعداد المحصول للتصدير، كما يمكن للمصدر الشراء من المنتج عند ظهور المحصول او الشراء من اسواق الجملة. وجاء هذا المسلك بنسبة بلغ متوسطها العام نحو 17% كما جاءت بعينة الدراسة الميدانية .

المسلك التسويقي الثالث:

يقوم اصحاب المصانع بالتعاقد مع المنتج وفقا لنظام الكلالة، او الشراء من المنتج بعد ظهور المحصول او الشراء من اسواق الجملة لتصنيع الموز اما في صورة عصائر ثم البيع لتاجر التجزئة فالمستهلك المحلي بنسبة بلغ متوسطها العام نحو 11%

المسلك التسويقي الرابع:

التسويق من المنتج الى المستهلك المحلي مباشرة بنسبة بلغ متوسطها العام نحو 9%

تاسعا: المشاكل الإنتاجية والتسويقية التي تواجه منتجي الموز بمنطقة النوبارية:

المشاكل الإنتاجية التي تواجه منتجي الموز :

يوضح جدول(9) أهم المشاكل الإنتاجية التي تواجه منتجي الموز وهي:

١ -ارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج مع انخفاض جودتها

أوضح عدد كبير من المبحوثين بلغ متوسطهم في العينة نحو 88% بارتفاع أسعار الأسمدة والمبيدات مع انخفاض جودتها ،فالأسمدة تباع في السوق السوداء ب أكثر من 400 جنيهاً وسعرها الرسمي 250 جنيهاً بالإضافة لارتفاع أسعار الأسمدة البلدية والمبيدات والادوية من جانب ، ومن جانب اخر انخفاض جودتها ووجود غش وتلاعب بها وبالتالي لاتفيد الأرض ويؤثر ذلك على إنتاجية فدان الموز.

٢ -ارتفاع أجور العمالة الزراعية:

تأتى هذه المشكلة في المرتبة الثانية لدى أفراد العينة تمثل حوالي 68 % تقريبا من إجمالي مفردات العينة والبالغه حوالي 50 مفردة فالعمالة الزراعية قليلة وغالية فالعامل الذي كان يأخذ يومية 70 -80 جنيها أصبح لا يكفيه 120 يومية فالأسعار في زيارة مستمرة.

٣-ارتفاع الفاقد ما بين موز مصاب وآخر يتساقط

وأشار عدد من المبحوثين بلغ متوسطهم العام نحو 64% إلى ارتفاع الفاقد أثناء عملية الإنتاج والذي يرجع لانتشار الحشرات والافات الزراعية ويحدث أيضاً أثناء عملية القطف أو جنى الثمار، فالمزارع ليس لديه العمالة المدربة ذات الدراية والخبرة العلمية للتعامل مع المحصول سواء في الرش أو الجمع فلو تم التعامل بطريقة سليمة في القطف والتجميع سيقل من نسبة الهالك أو الفاقد.

٤ -انتشار الحشرات والافات الزراعية

كما أوضح عدد من المبحوثين بلغ متوسطهم العام نحو 58% بانتشار الحشرات والافات الزراعية حيث أن الأراضي الزراعية تتفقد للتخطيط الزراعي مما يؤدي إلي تهاك المحاصيل بمعنى أن هناك بعض المحاصيل والفاكهة يجب ألا يزرع بجوارها أنواع معينة من الزروع فشجر الموز لايجب أن يجاوره في نفس المنطقة النخل والبلح والوخ لأن هذه الانواع توجد النبا ب خاصة ذبابة الفاكهة التي تنتقل بسهولة للمنطقة المجاورة وتسبب محصول الموز ويصعب القضاء عليها، ولذلك لا بد من نشر الوعي الزراعي لدي الفلاحين والعاملين في هذا المجال.

٥ -نقص الأيدي العمالة المدربة

أشار عدد من المبحوثين بلغ متوسطهم العام نحو 46% بمشكلة نقص الأيدي العمالة المدربة خاصة في الآونة الاخيرة فلا يجد المنتج عمالة مدربة أو حتي غير مدربة،فالعمالة الزراعية قليلة وغالية.

المشاكل التسويقية التي تواجه منتجي الموز :

يشير جدول(9) ومن خلال استطلاع آراء منتجي محصول الموز أن أهم المشاكل التي تواجههم في تسويق وتصريف منتجاتهم قد جاءت موزعة على ثماني بنود مرتبة وفقاً لدرجة أهميتها وتأثيرها

١-انخفاض السعر:

أوضح عدد كبير من المبحوثين بلغ متوسطهم العام نحو 90% أنهم يواجهون بانخفاض في سعر إنتاجهم من الموز مما يؤثر سلبياً على الدخل من

إيمان فخري يوسف احمد (دكتور) اثر موسمية بعض المحاصيل الخضرا والفاكهة على التقلبات السعرية في مصر، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد السابع والعشرون، العدد الرابع، ديسمبر (ب)، 2017
الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات (منتج - جملة - مستهلك)، أعداد مختلفة.

الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة الشهرية لمتوسط أسعار المستهلك لأهم السلع الغذائية، أعداد مختلفة.
شوقي عبد العزيز أمين، دراسة اقتصادية لسوق العبور، رسالة دكتوراه، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة القاهرة، 2000
غاده علي محمد الدمراوي (دكتورانتاج وتسويق الرمان في مصر، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الثامن والعشرون، العدد الرابع، ديسمبر، 2018

منال محمد سامي (دكتور)، دراسة اقتصادية لانتاج وتسويق محصول البرتقال (دراسة حالة بمحافظة القليوبية)، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد السابع والعشرون، العدد الرابع، ديسمبر، 2017
وزارة الزراعة واستصلاح الاراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي، نشرة الاحصاءات الزراعية، أعداد متفرقة.

وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي، نشرة الاقتصاد الزراعي.
وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، مديرية الزراعة بالنوبارية، إدارة الإحصاء، وإدارة البساتين.

ففي أحيان كثيرة يحدث فائض في الإنتاج مما يؤدي إلى انخفاض سعر البيع على المزارع ويمثل خسارة كبيرة له ولهذا لا بد من وجود قاعدة بيانات تتيح للمنتجين والتجار معلومات عن الكميات المطلوبة محليا أو للتصدير.

التوصيات :

- العمل على دعم المنتج كتوفير الشتلات والاسمدة بأسعار مناسبة
- محاولة دعم المستهلكين في توفير السلعة وفي المكان و الزمان المناسبين مع توفير المنتجات في وحدات تسويقية بأسعار مناسبة.
- العمل على زيادة إنتاجية الموز من خلال إنشاء ثلاجات لتخزين الموز بحيث تكون قريبة من مناطق الإنتاج.
- إنشاء جمعية لمنتجي ومصدري الموز لتسهيل التعاقد بين الطرفين.
- توفير مستلزمات إنتاج من أسمدة ومبيدات جيدة بالجمعيات الزراعية.
- توفير عمالة مدربة للتعامل بطريقة سليمة في القطف وتجميع الموز بما يقلل من نسبة الهالك أو الفاقد.
- وجود قاعدة بيانات تتيح للمنتجين والتجار معلومات عن الكميات المطلوبة محليا أو للتصدير.
- توجيه الإنتاج خلال الشهور المنخفض فيها السعر إلى التصنيع، أو التصدير للأسواق الخارجية.
- لا بد أن يكون هناك رقابة دورية علي محطات التصدير وتفتيش ومتابعة حتى يحتفظ الموز المصري بسمعة في الخارج ويحقق أسعار عالية.

المراجع

أحمد أحمد جويلي دكتور ، مبادئ التسويق الزراعي ، دار الهنا للطباعة، الطبعة الأولى، 1971

Production and Marketing of the Banana Crop in Egypt

Maha M. B. Ahmed

Agricultural Economics Research Institute - Agricultural Research Center.

ABSTRACT

Agricultural production is characterized mainly by the seasonality of production, which led to the seasonality of supplies to markets at the wholesale level, and at the retail level as well. Seasonal fluctuations mean the changes that occur in the values of the phenomenon and are characterized by regularity in successive periods of time less than twelve months. Both the producer and the consumer, as this leads to negative effects on production and marketing policies in addition to negative effects on farmers' incomes, which entails the necessity of revealing some economic and marketing facts related to its production and marketing, which prevent achieving its marketing efficiency at the local and export levels, and the research aims To shed light on the current situation of the production and marketing of the banana crop in Egypt and to study the most important economic variables affecting each of the cultivated area, feddan productivity and the total production of the crop. The quantity demanded of bananas increases by 1%, the price decreases by 0.09% A statistic at a significant level of 0.05, and the price elasticity of demand reached 0.09, as the demand for bananas, according to this model, is considered inelastic.

Keywords: demand functions, banana marketing, transitional variables, seasonality