تسويق القمح المحلي في ظل التحرر الاقتصادي في مصر

مقدمة:

يمثل محصول القمح أهم نشاط مزرعي سواء من حيث المساحة المزروعة أو من حيث أهميته في النمط الغذائي المصري سواء كсыر أو كمية برتقال كلية، كما أنه يلعب دورًا هامًا في التجارة الخارجية الزراعية، فالفحم من أهم السلع الغذائية والزراعية في الصادرات المصرية.

لئن هذا فحسب بل إن السياسات الاقتصادية بأبعادها المالية والتقنية بل وحتى الاجتماعية ذات علاقة قوية بسياسات إنتاج وتسويق هذا المحصول. وبعد إتباع سياسات الصناعة الاقتصادية والتفرّد، أدى التحرير السريع للصرف صاحب ذلك التحرر أسرع هذا المحصول وترك للمزارع حرية اتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق له. على علاوة على تشجيع التوسع للمانع الشهيرة بأسعار تزيد عن السوق العالمى، وما زالت الدولة تقدم القمح في صورة خيبر للمستهلك المصري بأسعار مدعمة.

ومنذ عام 1991 تغيرت معالم السوق المألوفة لهذا المحصول، بحيث أصبح من الضروري التعرف على النمط التسويقي لقب ظل الآليات السوقى، وذلك بحجة من المعرفة بمساهمة سياسات التي تحافظ على سلامة العلاقات السوقية والكتابة التسويقية في ضوء تقييم ما هو قائم بلوغه.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أنماط التصرف في الإنتاج المزرعي من هذا المحصول، وأهمية النسبية لكل منافذ بيع القمح، وأيضاً أنماط استهلاك القمح للأسرة المزرعية سواء من إنتاج المزرعة أو المشترى من خارجها. كما تهدف إلى تحليق كل من القائم التسويقي وأسعار البيع، مع مقارنة تلك الأسعار بأسعار المستورد من القمح. وهو ما تضمنه الجزء الأول من هذه الدراسة، بينما يضمن الجزء الثاني بالعملية الموجبة على القائم التسويقي للقمح المنتج بالمزرعة، وأيضاً العوامل المؤثرة على الاختلافات السعرية للكميات الباعة.

قاعدة البيانات وطرق التحليل:

اعتمدت الدراسة على بيانات عينة عريقة من القرية المصرية لإنتاج الموسم الزراعي 91/92، الذي يتم التصرف فيه. وقد وضعنا استبياناً لهذا الغرض. وشملت العينة ثلاث أقسام من القرية المصرية أولهما يمثل قرية صغيرة في وسط الدلتا بمحافظة الغربية مركز السفكة، مثبًةً من القرية المصرية أولاً بسياقة صغيرة في وسط الدلتا بمحافظة الغربية مركز السفكة،
تسويق القمح الداخلي في ظل التحرر الاقتصادي في مصر

حيث أن قرى وسط الدلتا تتميز بصغر حجم الحبوب وتآكل القرو المناظر لضيق المساحة بيني، فرعى الدلتا مع كثافة سكانية عالية وهي سمات محافظات الغربية ومنوفة والقليوبية.

والثانية تمثل نموذج قرية كبيرة، نسبا، في شرق الدلتا، بمحافظة الشرقية مركز كفر صقر، حيث تختلف أساليبهم كثيرا عن نموذج الأول، حيث تحاكي نمط القرية الكبيرة بالوجه البحري في كثا من محافظات الشرقية والدقهلية والبحيرة، وأيضا كفر الشيخ.

والثالثة تجاوز قرى الوجه القبلي، حيث اختبرت قرية من مركز ملوى بمحافظة المنيا، وعلي ذلك بلغ الحجم الكلي للعينة 113 مزرعة، مقسمة إلى أربع فئات هي: أقل من 5 فدان، فدان، أكبر من 2 فدان حتى 5 فدان، أكبر من 5 فدان، كمساحة المحصول من القمح. وبين الجدول رقم (1) حجم وتركيب عينة الدراسة، وفقا للمنطقة.

ولتشخيص نظام نظام التسويق للقمح في مرحلة جزء من الدراسة، تُجرى استبانا مبادئ عدد من تجار الغلال في مناطق الدراسة بالمقابلة الشخصية. وبلغ عدد تجارهم 14 تجارا، توزعهم كالتالي: عدد 3 تجار من محافظة الغربية، وعدد 8 تجار من محافظة الشرقية، وعدد 3 تجار في محافظة المنيا.

وقد اعتمدت هذه الدراسة في جزءها الأول على اقتصاد التحلي الإحصائي الوصفى، وتحليل السلاسل الزمنية (الموسمية). أما في الجزء الثاني فقد استخدمت أساليب التحلي الإقتصادى القياسي "Recursive Model" وشملت الأحاديات المتعددة، ونماذج محاكاة ارتباطية " .

النتائج والمناقشة:

معالم نماذج مناطق الدراسة:

في نموذج القرية الصغيرة بالوجه البحري، يوجد في الدلتا بلغ متوسط المساحة المزرعة بمحصول القمح حوالي 0,82 فدان، وبلغ متوسط حجم الأرض حوالي سبع أفد، أي أن نصيب الفرد من مساحة محصول القمح حوالي 0,11 فدان، أما في جنوب القاهرة، فقد بلغت 1,85 مرتين قمح، وأهم صنف من القمح المزرعة هو سما 19. ولذا فإن النموذج هدف من تчкиف فئات الحبوب (مساحة المحصول) فكان من الصعوبة بمكان الحصول على مزارع مساحة القمح فيها أكبر من 2 فدان، حيث أن 25% من مزارع مركز المنطقة حبوبهم أقل من 5 فدان، وجعلة المساحة لهذه الفئة 20 فقط من حيوانات المركز البالغة حوالي 500,000 فدان، بينما باقي الحيوانات لا تعدل خمسة أفد (بولا أملاها حول 2 فدان) يملكون 54% من المساحة. ولذا فقد ظهر في هذه المنهج ضمان التركيب المحصولو حوالي 1,5% من المساحة مباني في أراض المزرعة. ويوحي أن صغر حجم الحبوب وزيد الكثافة السكانية على وحدة المساحة دفعت المزارعين إلى توزع رأسيا وتوزع في أنظمة الإنتاج الزراعي للمزرعة، حيث بلغ معايير الكيف المحصولو 25%، أي أن هناك أكثر من عروتين في السنة، ليس هذا فحسب بل اختفت عن عينة الشرقية بوجود مساحات من الفاكهة بلغت حوالي 2% من التركيب.
تسويق القمح المحلي في ظل التحرر الاقتصادي في مصر

حيث أن قرى وسط الدلتا تميزت بصغر حجم الحيازة وتألقت القرى نظراً لضيق المساحة بين فرعى الدلتا مع كثافة سكانية عالية وهي صنات محافezات الغربية والمنوفية والقليوبية.

والأثنان تتم توفيز قرية كبيرة نسبياً في شرق الدلتا بمحافظة الشرقية مركز كفر صفر، حيث تختلف سماتها كثيرا عن النموذج الأول، حيث تواكب نجت القرية الكبيرة بالوجه البحرى في كل من محافظات الشرقية والدلمى والبحيرة، وأيضاً كفر الشيخ.

والأثنين تعاون قرى الوجه القبلي، حيث اختلفت سمات قرى من مركز ملوى بمحافظة المنية. وعلى ذلك بلغ الحجم الكلي للعينة 113 مزرعة، متسعة إلى أربع فئات هي: أقل من فدان، 1-2 فدان، أكبر من 2 فدان حتى 5 فدان، أكبر من 5 فدان، كمساحة المحصول من القمح. وبينين الجدول رقم (1) حجم وتركيب عينة الدراسة وفقاً للمنطقة.

أوضع معالي نظام التسويق للقمح في مرحلة تجارة الجملة من الإنتاج المحلي، تم إجراء استبان ميداني لعدد من تجار الغلال في مناطق الدراسة بالمقابلة الشخصية، وبلغ عددهم 14 تاجر، توزيعهم كالتالي: 2 تاجر من محافظة الغربية، وعدد 8 تجار من محافظة الشرقية، وعدد 4 تجار في محافظة المنية.

وقد أعدمت هذه الدراسة في جزئها الأول على منهجية التحليل الإحصائي الوصفى، وتحليل السلسلة الزمنية (الموسمية). أما في الجزء الثاني فقد استخدمت أساليب التحليل الاقتصادي القياسي Recursive Model وشملت الدراسة المتعددة، ونماذج محاكاة ارتجاعية

النتائج والمناقشة:

معالم نماذج مناطق الدراسة:

في نموذج القرية الصغيرة بالوجه البحرى بوسط الدلتا بلغ متوسط المساحة المزروعة بمحصول القمح حوالي 0.87 فدان، بلغ متوسط حجم الأسرة حوالي سبعة أفراد، تأثر نصيب الفرد من مساحة المحصول القمح حوالي 1.14 فدان، أما من حيث إنتاجية الفدان فقد بلغت 1,85 طن قمح، وأهم صنف من القمح المزروع هو سلخ 29. ولهذا تقدم أن الدراسة تهدف إلى تمثيل فئات الحيازة (مساحة المحصول)، فكان من الصعبية يمكن الحصول على مزارع مساحة القمح فيها أكبر من 2 فدان، حيث أن 10% من مزارع مركز المنطقة حيازتهم أقل من فدان، وجملة المساحة لهذه الفئة 35% فقط من حيازات المركز البالغة حوالي 4,000 فدان، بينما باقي الحيازات لا تتعادل خمسة أفدنة (بل أغلبها ك 2 فدان) يمثلون 65% من المساحة. ولهذا فقد ظهر في هذه العينة ضم التركيب المحصولي حوالي 15% من المساحة مبانى في أرض المزرعة. وثبت أن صغر حجم الحيازة وزيادة الكثافة السكنية على وحدة المساحة نقعت المزارعين إلى توسع رأسى ونوعى في أنشطة الإنتاج الزراعى للمراعى، حيث بلغ معدل التكثيف المحصولي 20 %، أي أن هناك أكثر من عروتين في السنة، ليس هذا فحسب بل اختلافات عن عينة الشرقية بوجود مساحات من الفاكهة بلغت حوالي 2% من التركيب
تسويق القمح الأحلى في ظل التحرر الاقتصادي في مصر

الفائض التسويقي للبيع:

بين الجدول رقم (2) أنه قد تم بيع حوالي 42% فقط من إنتاج القمح في نموذج المزرعة الصغيرة بالوجه البحرى بينما تم بيع حوالي 72% من إنتاج نموذج المزرعة الكبيرة بالوجه البحرى (لاشمل المخزون القابل للبيع)، وحوالي 9% من إنتاج القمح بنموذج قرى الوجه القبلي.

ومع الأهمية بمكان الإشارة إلى أن الأهمية النسبية للكميات المباعة للجهات المختلفة تختلف عن التوزيع التكرازى النسبي لعدد عمليات البيع لهذه الجهات على مدار السنة، وهو ما سيرد عليه فيما بعد. ولكن يستطيع من هذا الجزء أنه كتب حجم المزرعة وحجم الإنتاج، أحجام المزارع عن البيع للجهات الرسمية، وهذه الفئات (أقل من فدانين حجم المزرعة) هي الأغلب الأعم في الزراعة المصرية.

نموذج المزرعة الصغيرة بالوجه البحرى:

وبين الجدول رقم (3) أنه لم يتم البيع لتجار محليين بينما بلغ المباع لتجار متخصصين حوالي 41,2% من إنتاج القمح، وللتجار من أهل القرية حوالي 22% من إنتاج القمح، وتم بيع حوالي 61% لأهالي من قرى أخرى، وتم البيع حوالي 1,7% في سوق القرية، وهذا دليل على أن السوق في القرى الصغيرة بالوجه البحرى لمحتصول القمح يتم في إطار محلى في الغالب بعكس الحال في القرى الكبيرة بالوجه البحرى، وبالنسبة في حدود القرية والقرى المجاورة يكون استهلاك سكان الريف غير الزراعي وهذا البيع لنتلك الجهات يتم الحصول على أسعار أعلى للكميات صغيرة على مدار السنة، كما سرد فيما بعد.

نموذج المزرعة الكبيرة بالوجه البحرى:

تم توريق حوالي 64,1% من الإنتاج لهذه الجهات الرسمية في نموذج المزرعة الكبيرة بالوجه البحرى بالشرقية، بينما لم يتم توريق نموذج المزرعة الصغيرة بالوجه البحرى مع هذا النظام مباشرة، وهذا يدل على أن حجم الإنتاج ومن ثم حجم المزرعة مما الفيصل في ذلك، والمتوسط المرجح حوالي 20% إذا كان المحتاج للبيع صغير الحجم لا يجد المزارع الصغير مبتعدا من قلاب المزارع للبنك إذا كانت صغيرة وتحمل عقب النقل والوزن والفرز والمعاملة في هذه الجهات.

وهذا يعني أن أهم جهة اشترت القمح من إنتاج المزارع الكبيرة بالوجه البحرى هي الجهات الرسمية (بنك التنمية والائتمان الزراعي والملاحة) بليا إنتاج المتخصصين (13,1% من الإنتاج)، ثم المزارعون المحليين (7% من الإنتاج)، كما أن هناك جهة لم تظهر في نموذج المزرعة الصغيرة بالوجه البحرى هو التعاقد بفرض الإكثار لتفارق مع بنك التنمية الزراعية، ومن هذا النمط يتم فقط في المزارع الكبيرة بالوجه البحرى.

نموذج الوجه القبلي:

تم توريق حوالي 96,1% من الكميات الموردة للجهات الرسمية سواء بطرق مباشر (بنك التنمية والملاحة، 82% من الإنتاج) أو عن طريق غير مباشر (المزارع المتخصصين، 28% من الإنتاج). ولم يتم الالتزام المحلي (تاجر محلى، وتبادل داخل القرية) سوى 600,1%، جدول رقم (3).
وهذا يؤكّد الاستنتاج السابق في الوجه البصري، أن حجم الإنتاج هو المحدد الرئيسي في كل من الفائض التسوقي وجهة البيع، وحجم الإنتاج بحكمه بصفة رئيسيّة حجم المزرعة، وبالتالي فإن حجم المزرعة هو الفيصل في تحديد جهة البيع.

تجارة الجملة لمحصول القمح:

يُخصص هذا الجزء لتحليل مصادر الشراء ومنافذ البيع في مرحلة الجملة (تجار علال). حيث يُعرض هذا الجزء نمط التصرف في القمح المباع للتجار من الإنتاج المحلي، وهو حوالي 4% في نموذج القرية الصغيرة بالوجه البحري، وحوالي 21% في نموذج القرية الكبيرة بالوجه البحري، وحوالي 30% في نموذج الوجه القبلي من إنتاج هذه المناطق.

مصادر شراء القمح بواسطة تجار الغلال:

يشترى تاجر الغلال القمح من خلال 3 مصادر هي: (1) ساسرة تعمل بتمويل من التاجر، ويحصل التاجر من هذا المصدر على حوالي 6% من حجم تعاوناته، (2) من تجار محلليين اشتروا القمح من الزراعة لحسابهم، ويساهم هذا المصدر بحوالي 59.5%. (3) أما المصدر الثالث فهو المنتجون مباشرة (الزراع)، وتم ذلك بطريقة: أولهم هي الأهم حيث تمت حوالي 41% من تعاونات تجار الغلال، وفيها يتم الشراء مباشرة من مناطق الإنتاج، ثانياً منهم وتتم حوالي 18.5%، وفيها يقوم المنتج بتوصيل القمح إلى مخازن التاجر.

منافذ بيع القمح بواسطة تجار الغلال:

بيع تاجر الغلال القمح الذي اشترى إلى 3 جهات هي: البيع للأفراد ويلغ هذا القمح حوالي 7% من الكميات التي يُعرضها هؤلاء التجار، بينما يمثل التوريث للجهات الرسمية الأهمية الكبرى في تصنيف المعود، وهم جهات: الأولى بنك التنمية حيث بلغت نسبة الموردة إليها حوالي 38% من الموردين بصورة تجار الغلال، والثانية المطاحن حيث بلغت نسبة الموردة إليها حوالي 23% من الموردين بصورة تجار الغلال. وهذا يترجح أن حوالي 62% من مبيعات تجار الغلال للجهات الرسمية. وعلى ذلك فإن إضافة هذه الكميات إلى نظيرتها الموردة مباشرة بواسطة المزارعين لبناك التنمية والمطاحن. ومن ثم تتم توريث حوالي 23.7% من إنتاج المزرعة للجهات الرسمية بالطريق المباشر من خلال تجار الغلال في نموذج القرية الصغيرة بالوجه البحري (حاصل ضرب 3% في 69%)، بينما في نموذج شرق وغرب الدلتا يورد بالطريق غير المباشر حوالي 19.5% من إنتاج المزرعة (حاصل ضرب 9% في 31%)، بالإضافة إلى 43% من إنتاج المزرعة بالطريق المباشر، أي أن حوالي 30.7% من إنتاج نموذج المزرعة الكبيرة بالوجه البحري، يورد للمانافذ الرسمية. أما في الوجه القبلي يتم توريث 28% من الإنتاج بالطريق غير المباشر (حاصل ضرب 12% في 94%)، هذا بالإضافة إلى 28.7% من إنتاج المزرعة بالطريق المباشر.
الخلاصة أن هذه النتيجة تشير إلى أن الفائض التوسعي (1) في نموذج المزرعة الصغيرة بالوجه البحرى، والمقدر بحوالي 24،2% من إنتاج، يتوزع بين 11% للجهات الرسمية 89% للأماكن الريفية، بينما، (2) في نموذج المزرعة الكبيرة بالوجه البحرى، والمقدر بحوالي 17،6% من الإنتاج يتوزع بين 84،1% للجهات الرسمية، وحوالي 15،8% للأماكن الريفية، (3) ففي نموذج الوجه القبلي المقدر بحوالي 69% من الإنتاج يتوزع بين 51،7% للجهات الرسمية، وحوالي 2،3% للأماكن الريفية.

أعمال استهلاك الحليب لمنتجي الحليب:

تشمل أعمال الاستهلاك الكمية المستهلكة بواسطة الأسرة المزرعية سواء من إنتاجها أو المشتراها، ويجدر الإشارة أن دراسة النطاق الاستهلاكي للقهوة، تقترح تغني استهلاك الأسرة من الحليب البديلة (الأرز والذرة) من بيانات الاستبيان الميداني لنفس الدراسة. لا يمكن الباحثين من الحصول على بيانات استهلاك الحليب البديلة (الأرز والذرة) في عينة الوجه القبلي.

الاستهلاك من إنتاج المزرعة:

بين الجدول رقم (4) الأهمية النسبية لبناء التصرف في إنتاج حليب القمح داخل المزرعة وهي تتعدى نمط الاستهلاك الغذائي للأسرة المزرعية لأفضل أطراف أخرى وهو ما لا يظهر بحوث ميزانية الأسرة حيث تقترح على عرض الاستهلاك من إنتاج الأسرة، مثلا الاستهلاك المشتراها. يبينا في هذه الدراسة هناك بنود هامة أخرى تشمل الهدايا والمجملات ومعدات الحيوانات والطيور. فقد أظهر تحليل بيانات عينة الدراسة إنتاج نصيب الغذاء الأسرة إلى حوالي 42% من الإنتاج في نموذج المزرعة الصغيرة بالوجه البحرى، بينما تتضمن هذه النسبة إلى حوالي 9% في نموذج المزرعة الكبيرة بالوجه البحرى، وحوالي 33% في نموذج الوجه القبلي، ولا يرجى ذلك فقط إلى صغر حجم الإنتاج في النموذج الأول، أو ارتفاع كثافة أفراد الأسرة على وحدة المساحة المزرعت. بل يرجى أيضا إلى أن المزارعين في النموذج الثاني (شرق وغرب الدلتا) يبيتون بالإضافة نسبة عالية من النزين إلى القمح في صناعة الخبز بعكس النموذج الأول (وسط الدلتا) الذي تتضمن فيه هذه النسبة حيث تستهلك الأسرة في شرق وغرب الدلتا حوالي 27% من إنتاج النزين لديها (إنتاج كبير) بينما تستهلك الأسرة في وسط الدلتا حوالي 21% فقط من إنتاج المزرعة كغذاء للأسرة (إنتاج صغير نسبيا) وسوف يتضاعف ذلك من عرض مستويات الاستهلاك من هذه الأنواع من الحليب من إنتاج الأسرة، حيث تبين في نموذج المزرعة الصغيرة بالوجه البحرى في وسط الدلتا أن الأسرة تعتني على استهلاك كبر من الأرز ولا تقبل على استهلاك النزين في خليفة النزين مقارنة بالأسرة بنموذج المزرعة الكبيرة بالوجه البحرى (شرق وغرب الدلتا) مما سيأتي في تحليل أعمال الاستهلاك.

وعلى الجانب الآخر، ففي الإشارة أن حوالي 14% من إنتاج القمح في نموذج المزرعة الصغيرة بالوجه البحرى يوجد لغذاء الماشية والطيور بينما حوالي 13،6% فقط تستخدم لهذا الغرض في نموذج المزرعة الكبيرة بالوجه البحرى، وحوالي 12،9% في نموذج الوجه القبلي. ومن المعلوم أن
نسبة النخلة الناعمة 5%، والخشنة 8% من وزن الحبوب، وهي غالباً توجه لاستهلاك الباشية والطير.

كما يوجد حوالي 42% من إنتاج الذرة في المزرعة الصغيرة بالوجه البحرى لغذاء الحيوان والدواجن.

يقع حوالي 17% من إنتاج المزرعة الكبيرة بالوجه البحرى. ويبين جدول رقم (4) أيضا أن هناك نسبة مرتفعة نسبا تتراوح بين 33% إلى 12% من إنتاج الحبوب تقدم كهدايا ومجملات للأقارب والأصدقاء.

وأخيرا فإن نموذج المزرعة الصغيرة بالوجه البحرى يستهلك ثلث إنتاجه من الأرز كغذاء للأسرة.

بينما 11% فقط من إنتاج المزرعة الكبيرة بالوجه البحرى يوجد لهذا الغرض.

كما يوضح الجدول رقم (4) بعض المؤشرات الهامة في شأن الكميات التي يستهلكها الفرد من الحبوب الثلاثة من إنتاج المزرعة في الأسر المنتجة لها وليس متوسط للفرد / سنة. وأن الأرز قدر كأرز أبيض وليس كأرز شعير.

ورغم الدراسات أن هناك اتجاه قوي لزيادة استهلاك الأرز من الأرز فقد بلغ حوالي 23 كيلو جرام وحوالى 27 كيلو جرام أرز أبيض الفرد في السنة في كل من نموذج المزرعة الصغيرة بالوجه البحرى والكبيرة بالوجه البحرى على الترتيب. ولكن هذا الارتفاع في استهلاك الأرز كان على حساب استهلاك القمح والذرة، حيث بلغ استهلاك القمح حوالي 90 كيلوجرام للفرد في السنة، في عينة المزرعة الصغيرة بالوجه البحرى، وحوالي 50 كيلوجرام للفرد في السنة في عينة المزرعة الكبيرة بالوجه البحرى.

كما انخفض استهلاك الذرة إلى حوالي 27، وحوالي 44 كيلوجرام للفرد في السنة في عينتين المزرعة الصغيرة بالوجه البحرى والكبيرة بالوجه البحرى على الترتيب. ويعتبر من ذلك أن نسبة خلف القمح بالذرة في الغربية 1:3 بينما هي 1:1 في الشرقية.

ولكن الأهم أن مجموع استهلاك الحبوب للفرد في السنة في حدود 180 كيلو جرام، وهذا إرجاع واستباد بين المحاصيل الثلاثة داخل هذا النطاق، وارتفاع استهلاك الأرز كان على حساب الذرة بشكل أساسي، ثم القمح. وارتفاع استهلاك الأرز يرجع إلى أنه أصبح غذاء في الوجبات الثلاث طالما توفر لمنتجيه من إنتاج مزارعهم.

ويجدر الإشارة إلى ارتفاع متوسط استهلاك الفرد من إنتاج المزرعة في الوجه البحرى، حتى حوالي 120 كيلوجرام للفرد في السنة، وهذا يرجع لحذ الأرز في الوجه البحرى مما ساهم في الحد من استهلاكه في هذه المناطق، علاوة على ذوق المستهلك في الصعيد.

ويجدر الإشارة أن بند الهايا والمجملات يشمل الزكاة، "المستويات" وهي أجر عينى مقابل أعمال أو خدمات للأسرة من أنشطة غير الزراعية مثل الحلاقة أو مقرى القرآن في المنازل، مع توزيع جزء من الإنتاج على الأبناء والناطلين المتزوجين بعد حصاد المحصول، خاصة لو كانوا يعيشون خارج الأسرة، علاوة على المساعدات الاجتماعية للأهل والجيران. وبدو أن اصطفاء الأسرة هنا يشمل
تسويق الفم الخلّي في ظل التحول الاقتصادي في مصر

الأسرة الممتدة من أنباء ونبات يترددون بصفة شبه منتظمة على بيت العائلة، أما استهلاك الحيوانات
والدجاج فيشمل الحبوب ونواعات الطحن من نخالة وغيرها.

شراء منتجات الحبوب لاستهلاك الأسرة:

بتبين من الجدول رقم (5)، أن متوسط شراء الخبز البلدي بلغ أعلى مستوى له في الوجه القبلي،
أي حوالي 244 رغيف بلدي للفرد في السنة، علاوة على 45 رغيف خبز شامي أو إفريقي، بينما
ينخفض في نموذج القرية الكبيرة بالوجه البحرى، أي يبلغ حوالي 41 رغيف للفرد في السنة، علاوة
على حوالي 7 رغيف شامي أو إفريقي. وربما أدى انتشار شراء الدقيق 82% لصناعة الخبز المنزليًا
في أفراح غاز صغيرة في عينات القرية الصغيرة بالوجه البحرى إلى قلة استهلاك الخبز البلدي، حيث
بلغ حوالي 8 رغيف في السنة للفرد. أما انتشار شراء هذا النوع من الدقيق في الوجه القبلي فيرجع
إلى الاعتماد على الفم والقدرة بصفة أساسية دون الأرز في الغذاء من الحبوب في الصعيد. وهناك
شراء حبوب قمح وأرز وذرة، ودقيق ذرة بكميات صغيرة في عينات القرية الصغيرة بالوجه البحرى ولكن
هذا أمر نادر في عينات القرية الكبيرة بالوجه البحرى وعينات الوجه القبلي، بل يفضلون شراء الخبز
البلدي.

ولم يستدل على أن أي نوع من زراعة الفم في نموذج القرية الكبيرة بالوجه البحرى قد أشترى
دقيق بلدي (استخلاص 77%)، وهذا قد يرجع إلى أن هذا النوع من الدقيق غير متاح للزراعة وهو
الاحتمال الأكبر من كونه لا يلقى قبولًا لديهم، ولم يذكر أحد أن هناك دقيق ذرة متاح لشراء في قرى
عينة الدراسة.

وأوضح أن الدقيق الفاخر (استخلاص 77%) يتم شرائه أساساً ليصنع منه الكعك والبسكويت في
الموانئ المعروفة كل عام، ويستخدم ما تبقى من الدقيق في صناعة الكيك والفطائر والحلوى،
والمكبات المستهلكة من هذا النوع من الدقيق للأغراض المصاحبة لا تتوقف فقط على أفراد الأسرة
بل أيضاً أحياناً على عدد أبناء وبنات وأحفاد المزارع (هدايا ومجملات في الأسر الممتدة).

أوضح أن العدد الأكبر من الزراع في عينات الدراسة يشتري الخبز المدعم على الأقل مرة واحدة
كل أسابيع من السوق الأسبوعي في المدينة القريبة لارتباطه غالبًا بأنماط في الاستهلاك عند الذهاب لأسواق
القرية، واعتادت بعض الأسر أن تشتري ولو كميات ولو قليلة منه يوميًا خلال شهر رمضان ناهيك عن
أن أسر بعض صغار الزراع تجد فيه اللذة والمال إذا ارتفعت أسعار الفم فمن المتوقع أن يصبح
متوسط استهلاك الأسرة من الخبز المدعم غير مرتفع، وفي مناطق القرية الصغيرة بالوجه البحرى,
والوجه القبلي، ربما يكون فيها الدقيق البلدي متاحًا لإعداده كخبز في المنازل أما الخبز الذي يعد في
المخازن من الدقيق الفاخر - استخلاص 77% - فلم يستهلك إلا حوالي 3% من عدد الزراع في عينات
القرية الكبيرة بالوجه البحرى وكميات قليلة ويشترى الزراع بلدي مقدمة لدى مطعم أو
تاجر قرية قريبة والذي يحصل أيضًا على هامش يبلغ 10% من الثمن الرسمي مقابل النقل وخدمة البيع
وبعض الزراع يقوم بشراء ٢٠٠ رغيف شهرياً من هذه المنتجات عند العودة من العمل (ويوضح في
الديب فريزر).

وبيعت الدراسة أن متوسط شراء الفرد لمنتجات القمح في صورة معادل قمح يبلغ حوالي ٨٫٧٥
كيلوجرام للفرد في السنة في نموذج القرية الكبيرة بالوجه البحرى، وحوالي ٥ كيلوجرام للفرد في
السنة في نموذج القرية الصغيرة بالوجه البحرى، أما في الوجه القبلي فإن كمية معادل حبوب القمح
المشتردة تبلغ حوالي ٤٧٫٨ كيلوجرام للفرد في السنة.

وعادة تشتري الأسر المزرعة الحبوب بعد شهر مارس، حيث يكون إنتاجها الخزن لاستهلاك
الأسرة من القمح قد قارن النفاد لسبب أو آخر أى أنه شراء غير منتظم وفي شهر نوفمبر حيث يكسب
مخزون الأسرة من الذرة قد نفد.

والخلاصة أن ارتفاع إنتاجية الحبوب في السنوات الأخيرة زاد مع الإنتاج للحد الذي أدى إلی
أن يحقق كل المنتج تقليداً اكتفاء ذاتياً، ولدونع حساب البيع في المزارع الصغيرة بالوجه البحری مع
زيادة متوسط استهلاكم، وخفض لحد بعيد شراء منتجات الحبوب من السوق خاصة الخبز والندفی.

النظام التسويقي والوظائف التسويقيه لإنتاج المزرعة:

الوسطاء والمسلك التسويقي:

دلت بيانات عينة نموذج القرية الكبيرة بالوجه البحرى (جدول رقم (٢٠)) على أن التجار
المختصين من غير أبناء القرية يأتون في المكانة الأولى بين الوسطاء المتعاملين في القمح يتروقون في
الترتيب التجاري المحليين، فإنوك التنمية والاتنام الزراعی (ويعادلها في الأهمیة سوق القریة وأيضاً
الجيران والأقارب وغيرهم من بقیة أهل القریة فالمطاحن والمضارب (ويعادلها في الأهمیة التفاقد
للإكتلاش وأهالی القری الأخرى وذلك طبقا للنسبة المتوقعة للتكثارات علی الشراء بكل منها إلى إجمالي
التكثارات العددية تاريخ حدوثها (مجتمعة التكثارات ٤٣)، والتي بلغت على الـ٨١%، ٣٩% على التوالي. وكذلك في نموذج الوجه القبلي فإن البيع للتجار يمثل ١١،٧% من
تكثارات البيع، بينما ينوك التنمية فالمطاحن من أهل القریة، وأخيراً المطاحن وتمثل حوالي ١٨%،
١٠،١%، ٠،١% على الـ٨١%، إما في نموذج القریة الصغيرة بالوجه البحری فتمركز الصفات في البيع
للجيران (٤٥% من التكثارات)، ينوك سوق القریة (١١% من التكثارات)، وبألن الوسطاء
المتعاملين، ويعادلها في التكثارات بروز الضرورية إلى اختلاف وتعدد المسالك التسويقیة التي تنسب فيها هذة السلعة.

وبإعادة قراءة النسب سالفة الذكر يتبين أن معظم عمليات بيع وشراء القمح في القریة الصغيرة بالوجه
البحری تتم من أجل تدبير احتجاجات الأسر في القریة، بينما السوق الأساسі للتعامل في القریة الكبیرة
بالوجه البحری، ونموذج الوجه القبلي يقع خارج حدود القریة، وبقیة النسب السابق ذكرها توضح
ضرورة العمل على زيادة دور بنك التنمية والاتنام الزراعی والمطاحن في تسويق القمح.
تسويق القمح الأحلى في ظل التحرر الاقتصادي في مصر

ويبدو أن "الشمون" التابعة لأي منها تتعامل أحياناً مع الوسطاء ولها صلة غير مباشرة ببيئة السلع التموينية التي يتم شراء القمح المنتج محلياً لحصابها وزيادة دور البنك رهن فيما يبدو بدمج أو اختصار كل ما هو ممكن من خطوات وإجراءات الشراء وتحقيق مزيد من الاضطباب والكشف في أداء هذه "الشمون"، ولكنها بصفة أساسية مرتبطة بحجم الحيازة وإنتاجها الكلي بالنسبة لحجم الأسرة المزرعية.

البيع والشراء:

إن أحد معايير الكفاءة التسوية هو امتداد البيع من داخل القرية (المنطقة) إلى خارجها، ولذا:

يعرض هذا الجزء حجم نشاط البيع والشراء داخل وخارج مناطق الإنتاج.

البيع في منطقة الإنتاج:

يصل المنتج بعد من تجار القرية الذين يشتكون القمح لحصابهم، وربما أيضاً بمساءر يعمل كهزة وصل بين منتج القمح وأحد التجارة، وبعد المعاينة يحدد كل منهم سعر ويتبع البيع للتجار الذي بعرض أعلى سعر للإربد. ويتقبل المزارعين أحياناً بعض الوقت طلبا للسعر المناسب من وجهة نظره، وربما يعرض هذا السعر تاجر مخصص من هؤلاء الذين يمرون مصادفة بالقرية طلب شراء القمح، وإذا لم تطلب السعر الذي يفضله المزارع لا يجد أمامه مخزنا إلا محاولة استثبات السعر في البيع خارج نطاق منطقة الإنتاج. وفي الوجه القبلي يدفع التجار في بعض الأحيان عرونها للمسارع قبل نضج المحصول، ورغم ذلك فإن السعر يحدد عند وقت البيع، وليس قبل ذلك في هذه المناطق.

هذا وجهة الإشارة إلى أن جزء من إنتاج بعض الزراعات قد يبيعه لأحدهم من أهل القرية، أما استهلاك أطرافه وهو الشائع في معظم الأحيان - أو استخدامه كتقاوي.

البيع خارج منطقة الإنتاج:

بعض زراعات القمح - خاصة الذين ينتجون كميات متوسطة أو كبيرة - اعتادوا أو ربما فضلوا بيع إنتاجهم من مناطق الإنتاج (تاجر متخصص، بنك التموين والإالتمان) وإطلاق الثقة بتكرار التعامل يمكن أن تصل دائماً أن هذا المزارع تاجر معيناً في البيع ما يرغب من القمح، لك أن نتائج الدراسة البيئية دلت وأثبت أن المزارع يحصل على أفضل سعر عند البيع بهذا الأسلوب. وعند آخر من منتجي القمح (صغار المنتجين) يبذل قصارى جهده لاستثبات واتخاذ فرص الحصول على سعر مناسب، فيعرض المزارع على أكثر من تاجر بيعكمية معينة من القمح على أساس عينة يحملها معه، بعدها ينقل البائع السلعة إلى المشتري الأعلى سعر الذي لائق عليه، لتوزن إذا تبين بالفحص أنها مطابقة للعينة، يتم تقدير الشمن.

وقدرة عدد من الزراع على تحديد درجة نظافة القمح وكسر حجم الكميات المرغوب بيعها في كل من العوامل التي ترجع احتمال الحصول على سعر أفضل عند البيع لشمون بنك التنمية والاتنان الزراعي بينما كان وزن كمية القمح المباعة مرة واحدة باستخدام "البسكول" سبيباً مع غيرها في تفضيل عدد محدود من الزراع البيع للمطاحن، وتعادي بعض الزراع على إكثار تقاوى القمح مع الإدارة العامة
للتأقلم أو شركات القطاع الخاص، نمت معتمد ومغرب بسبب ما يقترب منه من مزايا سعرية وبميزج هذه التفاهمات تنقل كميات القمح إلى محطات يتم فيها فحصها وإعدادها وتجهيزها واعتمادها كتقاويل لتصل لمثبط في الحصول عليها من الزراعة في توقيت مناسب عبر قنوات التوزيع، وتجدر الإشارة إلى أن هذا المدخل التقني له أهمية ووضع خاص وذلك لصلته وحجم تأثيره على إنتاجية وإنتاج القمح ومن ثم على حجم التفقات في غيره من المسالك، ويربط طريقة من حجم المزرعة والإنتاج، حيث يتضح من العينة أن كبار الزراعة هم الذين تعاونوا على إنتاج القفايل، ولقد دلت البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة في نموذج القرية الصغيرة بالوجه البديهي على أن صغار الزراعة فضلوا تخصيص جزء من إنتاجهم لبيعه على دفاتر بكميات قليلة لتوفر ولو جزء من نفقات شراء بعض السلع الإستهلاكية، في يوم ينعقد فيه السوق الأسبوعي.

تعينة القمح:

ويقوم بها أفراد من الأسرة خاصة في المزارع صغيرة الحجم، وتتم غالبا بعمل مستأجرين يدفع المنتج أو البائع أجورهم، وبالتعينة يسهل نقل وتسيير وتداول القمح. وتتم تعينة القمح في فوراغ عيونات العلف البلاستيك، واستخدام الفوارغ المستعملة وقبولها في مختلف مراحل التداول من قبل مختلف الأطراف المشاركة في تسويق القمح عبق، وعي جيدا ويمثل سلوكا رشيدا من واقع مساهمته في خفض التفقات.

وإذا كانت فوراغ التعينة ملك المزارع فإن بيع وشراء القمح يتم على أساس الوزن القائم (33%) من عدد الزراعة)، وفي هذا النظام يدفع المشتري البائع شنقا للجول من الفوارغ يساوي قيمة ما يعادل وزنه من حبوب القمح، أما إذا حصل المنتج على فوراغ التعينة من المشتري فإن بيع القمح في هذه الحالة يكون على أساس الوزن الصافي (44% من الزراعة) حيث يخصص واحد كيلوجرام من وزن كل جوال بلاستيك معه بالقمح وتقييم الموضوعي ويوضح أن هناك فارق ضئيل يمكن تجاهله بين كما التديلين، إلا أن الصورة تبدو مختلفة إلى حد ما إذا أخذ الوزن الفعلي للجول الفارغ في الاعتبار والذي يبلغ حوالي 20 جرام، والكل من البائع والمشتري يدرك هذا ويتغاضى عنه إلى الحد الذي أصبح معه ذلك عرف وتقييم سائد في منطقة الدراسة. وتجدر الإشارة إلى أن القمح الذي سيتم إعداده وتجهيزه في المحطات ليستخدم كتقاويل في موسم الزراعة القادم يتم المزارع فوارغ جديد صممو در من الجوالة (النخالة) من جهات التفاهم، أو الذي يبدأ في فوراغ جوت (خيش) لبيع، وعند التوريد يتم خصم 2 كيلوجرام من وزن كل عبوة مقابل وزن الجوالة فارغا والدوبار.

وقد أوضح بيانات العينة بصورة عامة أن القمح تم بيعه على أساس الوزن القائم في 77% من الحالات، وعلى أساس الوزن الصافي في 24% من الحالات، وعلى أساس الوزن القائم لجزء من المبيعات والصافي لجزء آخر لعد 4% من الحالات.
تسویق القمح المحلي في ظل التحرر الاقتصادي في مصر

تقييم كمية القمح المبايعة:

يتم تقدير كمية القمح التي سيتم تبادلها أثناء البيع والشراء عن طريق الوزن، وهو أسلوب شائع. استخدامه ليس فقط في منطقة الدراسة وغيرها من القرى المجاورة بل أيضاً في مختلف محافظات مصر، غير أن الكيل يصبح هو الأسلوب الشائع والمفضل الذي تشتري به بعض أسر ما تحتاجه من قمح. كميات صغيرة مثل كيل ونصف كيل وكميات أخرى من الكيل المعتمدة رسمياً (12 كيل) سواء من القرية أو من سوق القرية. وتقدير الكمية اعتاداً على الكيل يؤدي إلى بعض الأخطاء في وقوع مشاحنات وعند الاتفاق بين البائع والمشترى بسبب تكاليف الأسعار المكابلة بدون الرسمية المتعارف عليها بأسلوب بيع الكيل، وربما يفسر ذلك مع غياب إجماع كثير من الزراع عن اتبع باستخدام هذا الأسلوب. فقد تبين أن حوالي 92% من الزراع في عينة القرية الكبيرى بالوجه البحرى والذين باعوا قمح يستخدمون الوزن في تحديد كمية مبيعاتهم، بينما 84% فقط يستخدمون الوزن في تحديد كمية مبيعاتهم في عينة القرية الصغرى بالوجه البحرى لوحدة الدلتا والباقي يستخدمون الوزن أيضاً غالباً للجزء الأكبر من المبيعات. مع الكيل لتقدير الكمية المبايعة.

والتوزيع عملية لها أهميتها عند كل من البائع والمشترى، فبعد الاتفاق على السعر يحدد على أساسها ما يدفعه من ثمن ولهذا اتضح أن ما يتميز به قباني القرية من ثقة بين المتعاملين كانت السبب في قيامه بالوزن لحوالي 64% من عدد الزراع الذين باعوا قمح في القرية الكبيرى بالوجه البحرى فقط، وفيما يبدو أن أهمية عملية الوزن دافعة وحافزة لإعداد كل من البائع والمشترى أو من يمتلكهما لعملية الوزن - وربما بانتزاع الموازين اللازمة - حيث قاموا بهذه العملية للكميات التي باعوا 64% من الزراع الذين كان لديهم قائم من القمح لبيعه في عينة الدراسة، زادت إلى حوالي 64.5% في نسق وحجة عدلتين بينما قام بالوزن أمن الشونة لبنوك التنمية لحوالي 30% للتعاملات في القمح المبايع.

وتقدير الإدارة إلى أن البائع يتحمل تكلفة الوزن إلا في حالة البيع لشون بنوك التنمية والانتفاع الزراعى أو المطاحن، فالوزن يتم بواسطة أحد العاملين فيها أو على نفستها، غير أن صغر حجم الكمية يقلل من أهمية هذا الحافز كعامل لجذب منتجي القمح على التعامل معهما، ولذلك نجد أن وزن القمح بمعينة قباني أو أمناء هذه "الشورى" قد تم لعدة بلغ حوالي 12% من زراع القمح الذين كان لديهم خيار لبيعه، زاد إلى 40% في الوجه القبلي.

وكسباً لمن خير من ثقة منتجي القمح، وربما لمواجهة حافز الإعفاء من تكلفة الوزن والمشار إليه سابقاً، فإن بعض التجار يطلب من المنتج كتابة الوزن على كل عبوة قمح - بعض الزراع ينفي نفسه قبل البيع ليتأكد من دقة الوزن عند البيع، وليتلاقي وجود كسور للكيلوغرامات تضيع عليه أحيانًا - ولنقبل منه جزء من دقة الوزن يكتفي بإعادة وزن عينة من العبوات. إلا أن هذا الأسلوب غير شائع بمنطقة الدراسة حيث اتبعه التجار مع حوالي 4% فقط من عدد المزارعين الذين كان لديهم فائضاً من القمح لبيعه.
موسمية البيع والأسعار :

يمتد موسم بيع القمح كمحصول شتوي من يونيو 1997 حتى تاريخ الاستبان الميداني (مايو 1997)، ويعتبر قياس البيع والأسعار أحد مقاييس الكفاءة التنظيمية، حيث تدل على قدرة الزراع على توزيع مبيعاته على مدار السنة للحصول على ميزة ارتفاع السعر كما بعد تاريخ البيع عن تاريخ الحصاد.

موسمية الأسعار :

ويبين الجدول رقم (7) موسمية الأسعار كمتوسط مرتفع للسعر في كل شهر بالجنيه للإربد من القمح. ويوضح أن سعر القمح في عينة القرية الصغيرة بالوجه البحرى بوسط الدلتا يرتفع كلما بعد تاريخ البيع عن تاريخ الحصاد، حيث بلغ حوالي 99 جنيه للإربد في شهر يونيو 1997، وارتفع إلى حوالي 123 جنيه للإربد في شهر إبريل 1997. أما بالنسبة لعينة القرية الكبيرة بالوجه البحرى، وأيضًا الوجه القبلي فلم تظهر موسمية الأسعار لسبيتين: أولهما أن هناك نسبة مرتفعة من الكميات المباعة كانت للجهات الحكومية، خاصة في الوجه القبلي، وثانيهما أن باقي الكميات كان هناك تباع في بيعها لعدد جهات، خاصة في نموذج القرية الكبيرة في الوجه البحرى، مما جعل أثر جهة الشراء يتفوق أثر الشهر الموسمي (الموسمية) في هذه العينة، بعكس الحال في عينة القرية الصغيرة بالوجه البحرى حيث بيع 75% من الفائض التنظيمي في سوق القرية، كما لم يتم التورد مباشرة للجهات الحكومية.

موسمية الكميات الباعية :

ويبين الجدول رقم (7) أن هناك تركز في بيع معظم كمية القمح خلال الفترة يونيو-أغسطس، حيث بيع حوالي 57% من الفائض التنظيمي للقمح في عينة القرية الصغيرة بالوجه البحرى خلال هذه الفترة، وحوالي 99% من الفائض التنظيمي لعينة القرية الكبيرة بالوجه البحرى، والوجه القبلي.

العوامل المؤثرة على مستوى سعر البيع للقمح :

يبدل استعراض بيانات عينة الدراسة إلى وجود اتجاهات واضحة لعلاقات بين مجموعة من العوامل المؤثرة على السعر الذي يحصل عليه المزارع هذه العوامل هي:

1- حجم كمية الفائض التنظيمي:

وهي دورها تتوافق على حجم الإنتاج المزرعي، الذي يتوقف بدوره على كم مساحة المزرعة وإنتاجية الفدان. فكما زاد حجم الفائض التنظيمي نتيجة زيادة الإنتاج المزرعي، كانت مرونة التسويق على مدار السنة أو لجهات متعددة أقل، بل يفضل المزارع التعاقد على بيع كميات كبيرة لجهات معينة غالبًا تاجر متخصص أو بنك الائتمان أو المطاحن بأسعار محددة مسبقة، حتى يتفادى بقاء المخزون لديه فترة طويلة.
تسويق القمح الأخيل في ظل التحول الاقتصادي في مصر

1- المنطقة :
اتضح بصفة عامة أن متوسطات الأسعار الشهرية في عينة القرية الصغيرة بالوجه البحرى ترتفع بصورة معنوية عن أسعار كل من القرية الكبيرة في الوجه البحرى والوجه القبلي. وهذا لعدة أسباب أولها أن حجم المزرعة ومن ثم حجم الإنتاج، وهو بمجردما يتجاوز حجم القائم التنظيمي، وهو بذلك أقل كثيراً في القرية الصغيرة بالوجه البحرى بوسط الدلتا، ومن ثم كان هناك اتجا لليون للأسعار في القرية أو سوق القرية أو تاجر ملحو بمكونات صغيرة على مدار السنة مما جعل السعر أعلى في معظم الأحوال عن الأسعار في المناطق الأخرى، كما أن الموقع في وسط الدلتا (حيث شبكة المواصلات والاتصالات والكفاءة السكانية والعمارية أعلى) جعل مستوى الأسعار فيها أعلى من شرق الدلتا والوجه القبلي بصورة عامة كميزية مكانيه تنظيمي.

2- جهات البيع :
إن البيع للأهالي وسوق القرية بمكونات صغيرة (أقل من إربد في معظم الأحوال واستخدام الكميات وليست الوزن) رفع السعر المباع به لهذه الجهات، عن البيع لتاجر متخصص أو بنك التنمية أو المطاحن.

3- الموسمية (شهر البيع) :
من الطبيعي أن تبدأ وقت تهيئة الادارة يعني انخفاض المعروض ومن ثم يرتفع السعر كلما كان التاريخ بعيد عن تاريخ حصاد المحصول، وهو ما يمثل التحليل الموسمية.

4- العوامل المؤثرة على الكمية المباعة :
يتبين من تحليل بيانات الدراسة أن عاملين رئيسيان يؤثران في كمية الفائض التنظيمي، وهما:
1- حجم الإنتاج وهو دوره انعكاس لحجم المزرعة ونسبة الإنتاج، والأخيرة مؤشر هام لأن صنف التقاوى ومصدرها (من جهة رسمية لإنتاج التقاوى أو من إنتاج المزرعة)، 2- حجم الأسرة، حيث تبين أنه كلما زاد حجم الأسرة بالنسبة لحجم المزرعة، أي كثافة عدد الأفراد على وحدة المساحة. أدى لزيادة نسبة المحجوز من الإنتاج لاستهلاك الأسرة، ومن ثم خفض كمية الفائض التنظيمي.

مقارنة سعر القمح المحلي بسعر القمح المستورد :
يعرض الجدول رقم (7) متوسط سعر استيراد القمح لمصر شهرياً مقوماً بال جنيه المصري ومحساسية للأربد، ولكي يسهل مقارنته بالسعر المحلي (سعر باب المزرعة),، علما بأن سعر الاستيراد محاسب (C.I.F,) ويتبين أن السعر المحلي بصورة عامة أعلى من سعر الاستيراد حوالي 12,5% بالنسبة لسعر التوريد للمطاحن وبنك التنمية، وتصل 20% بالنسبة لأسعار المناهاج الأخرى في جميع شهور المقارنة لعام 1997، وهذا يوضح أن هناك علامة إنتاج تمثلي للمنتج المحلي.
العوامل المؤثرة على الفائض التسوقي للقمح:

تحديد وتقدير استجابة العوامل المؤثرة في الفائض التسوقي المزرعي، من أهمية يمكن
لتوضيح كيفية رسم سياسات زيادة المبيعات من القمح، وأيضاً فإن النموذج المزرعي يؤدي إلى إمكانية
التنبؤ بالفائض التسويقي من إنتاج القمح. وبلغ ما لهذا الهدف فقد قدرت الدراسة نموذجاً "مترجماً
"مكون من 7 معادلات، طبق في حالة الوجه البحرى مرة، وأخرى في
حالة الوجه القبلي. وفيما يلي تعرفه بمتغيراته الخارجية والداخلية:

تعريف المتغيرات الخارجية للنموذج:

- المنطقة = R
- نموذج الوجه البحرى بالوجه البحري = 1
- نموذج الوجه البحري = 1
- حجم الحجم = ATOTAL
- مساحة القمح المزرعة بالفدان = س
- النصيب المزروع = FMSIZE
- النصيب المزروع = أTC
- الفrador من المساحة المزرعة = VAR

تعريف المتغيرات الداخلية للنموذج:

- المساحة الكلية للمزرعة بالفدان = AWHT
- مساحة القمح المزرعة بالفدان = ATOTL
- القمح المنتج بالالربد = PRODWHT
- الفائض التسويقي من القمح المنتج بالالربد = SALWHT
- مبيعات لدى مزارع غرفة = SAL1
- مبيعات الثقة في الريفية = SAL2
- كمية القماش من HUMNCSM
- غذاء الأسرة المزرعة = SEEDS

تقدير معادلات النموذج:

تم تطبيق اختبار تحليل الرباين لاختبار مدى وجود فروق معنوية إحصائياً بين متوسطات غزة الفدن
للأصناف المزرعة في مزارع عينة الدراسة. هذه الأصناف هي سخا 19، جيزة 1، جيزة 157، جيزة 163،
جيزة 155، جيزة 1، والجدول رقم (8) بين معادلات غزة الفدن للأصناف الذكرية، وبلغت قيمة F
المعروبة 3.07447، أي أقل من الواحد الصحيح -3.07447، وهذا يعني أنه لا يوجد فروق
معنوية إحصائياً بين المتوسطات الخاضعة. وهذا يعكس طبيعة التفاعل بين الإدارة المزرعة وما تمثله
من مصادر تباين فردية بين المزارع، وبين التنوع الحيوية ممثلة في الأصناف المحسن، حيث أن هناك
تبان كبير في الأداء المزرعي داخل المزرعة، ربما أخفى في طبيتها أن تفاوتات الأسماء
الغزية الراجعة لأثر الأصناف. وقد تأكدت هذه النتائج عند استخدام أصناف القمح كمتغير صموري
لشرح الرباين في إنتاج القمح من المزرعة. ولذا استعمل أثر الصنف من معادلات النموذج، (و ربما كان
له أثر معنوي في عينات أكبر حجما، أو عند مقارنة نتائج تجريبية أو إرشادية). وتم اختيار أسبب الصور
الرياضية توقيفاً للعلاقات موضوع الدراسة، وكانت الصور المختبرة للانسحابات المتغيرات موضوع
الاختبار هي الخطيرة، والتربيوية، واللوغاريتمية المزوجة، وعلى ذلك فإن الصور المعروفة في كـ
نموذج القمح المذكور السابق، استنادًا إلى العوامل الاقتصادية، وقيمة وعائدات المزارع، وقيمة معامل التحديد المعدل، وعوائدته (قيمة F المحسوبة).

وفيما يلي معادلات النموذج المقدر بطريقة المرعيات الصغرى على مستوى المزرعة، علمًا بأن

(Standard Error of (Estimate

القيم بين الأقواس أسفل معامل انحدار مقدر تمثل الخطأ المعياري لهذا المعامل، (*) أعلى قيمة معامل الانحدار المقدر تعني أن معنوي إحصائيًا على مستوى 5%، (**)

تعني أنه معنوي إحصائيًا على مستوى 1%، أما فتعني أن التقدير غير معنوي.

أولا: نموذج الوجه البحري:

(1) تقدير مساحة القمح في المزرعة:

\[ AWHT = 0.0352^{\text{n.s.}} + 0.4017 \text{ATOTL}^{**} \]
\[ R^2 = 0.9633 \quad F = 1341.239^{**} \]

(2) تقدير إنتاج المزرعة من القمح:

\[ \text{PRODWHT} = -2.1410 R^2 + 14.8329 \text{AWHT}^{**} + 0.1104 \text{AWHT}^{2**} \]
\[ R^2 = 0.9921 \quad F = 3198.459^{**} \]

(3) الفائض التسوقي للقمح:

\[ \text{SALWHT} = -2.0949^* - .1781 \text{FMSIZE}^{**} - 1.9998R^2 + 0.8226 \text{PRODWHT}^{**} \]
\[ + 0.00021 \text{PRODWHT}^{2**} \]
\[ R^2 = 0.9609 \quad F = 301.9063^{**} \]

(4) مبيعات لمنافذ ريفية:

\[ \text{SAL1} = -1.2418^{**} + 0.8846 \text{SALWHT}^{**} - 0.000392 \text{SALWHT}^{2**} \]
\[ R^2 = 0.9930 \quad F = 3628.353^{**} \]

(5) مبيعات لمنافذ ريفية:

\[ \text{SAL2} = \text{SALWHT} - \text{SAL1} \]

(6) استخدام تقاوي من إنتاج المزرعة:

\[ \text{SEEDS} = 0.39 \text{AWHT} \]

(7) استهلاك غذائي للأسرة المزرعة:

\[ \text{HUMNCMS} = \text{PRODWHT} - \text{SALWHT} - \text{SEEDS} \]
ثانياً: نموذج الوجه القبلي:

(1) تقدير مساحة القمح في المزرعة:

\[ AWHT = 0.4070^{n.s.} + 0.2569\ ATOTL^{**} \]
\[ (0.2511), \quad (0.0479) \]
\[ R^2 = 0.3164, \quad F = 28.773^{**} \]

(2) تقدير إنتاج المزرعة من القمح:

\[ PRODWHT = -0.0935^{ns} + 14.3616 AWHT^{**} \]
\[ (1.5330), \quad (0.7295) \]
\[ R^2 = 0.8656, \quad F = 387.545^{**} \]

الفائض التسويقي للقمح:

(3) مبيعات لمنافذ غير ريفية:

\[ SALWHT = -0.6992^{ns} - 0.61306 FMSIZE^{**} + 0.9022 PRODWHT^{**} \]
\[ (1.3839), \quad (0.1333), \quad (0.0265) \]
\[ R^2 = 0.9507, \quad F = 579.701^{**} \]

(4) مبيعات لمنافذ ريفية:

\[ SAL1 = 0.59 SALWHT \]

سجلت هذه العلاقة كتساوية بين المبيعات لمنافذ غير ريفية وحجم الفائض التسويقي، أي أن نسبة المباع لتلك المنافذ في الوجه القبلي نسبة ثابتة = 59% من حجم الفائض التسويقي، وذلك لعدم ثبوت العلاقة الازدواجية كما في نموذج الوجه البحري.

(5) مبيعات لمنافذ ريفية:

\[ SAL2 = SALWHT - SAL1 \]

(6) استخدام تفاوي من إنتاج المزرعة:

\[ SEEDS = 0.1 AWHT \]

(7) استهلاك غذائي للأسرة المزرعة:

\[ HUMNCSM = PRODWHT - SALWHT - SEEDS \]

أهم نتائج تقديرات نموذج الفائض التسويقي من القمح:

تتضمن الدراسة إلى مجموعة من النتائج الهامة من تقديرات نموذج الفائض التسويقي، منها أنه يكون معرفة ثلاثة متغيرات خارجية هي المنطقة، حجم المزرعة، حجم الأسرة لتقدير كل من: مساحة القمح في المزرعة، إنتاج المزرعة من القمح، حجم الفائض التسويقي من القمح، حجم المبيعات للأسواق غير الريفية، حجم المبيعات للأسواق الريفية، كمية القمح المجموّعة للاستثمار، كمية المحجوز لاستهلاك الأسرة. ويعتبر المحدد الرئيسي لمساحة القمح في المزرعة هو المساواة الكلية للمزرعة، كله فدان حيارة يخصص منه الحائز حوالي 4,000 قمح في الوجه البحري، وحوالي ربع فدان في الوجه
تسويق القمح الأحلي في ظل التحرر الاقتصادي في مصر

الآبلية. تبين أن إنتاج القمح من المزرعة تحدده المنطقة ومساحة القمح، حيث يقل متوسط إنتاج المزرعة في نموذج القرية الصغيرة في الوجه البحرى إلى حوالي 2.1 إربد عن المزرعة في نموذج القرية الكبيرة في الوجه البحرى.

قد نموذج الإنتاج على أساس أنه عند عدم وجود مساحة مزرعة في حيازة المزارع من القمح من البداية ألا يوجد إنتاج من القمح، كما أن أثر زيادة مساحة المزرعة يمثل زيادة متزايدة بزيادة مساحة المزرعة (معادلة من الدرجة الثانية) في الوجه البحرى، بمعنى أن الإنتاجية تحتسم بزيادة مساحة المزرعة، ولا يستد ذات قيمة ثابتة للفرد. أما في الوجه القبلي فالعلاقة بين مساحة القمح وإنتاجه معادلة من الدرجة الأولى، أي أن الإنتاجية ثابتة بزيادة حجم المزرعة (4/14 إربد للفرد).

بحدد كمية الفائض التسوقي المزرعي من القمح كل من المنطقة، حجم الأسرة المزرعة، وحجم الإنتاج المزرعي من القمح. كما تتضمن مبيعات المزرعة في مناطق نموذج القرية الصغيرة في الوجه البحرى عن مناطق نموذج القرية الكبيرة في الوجه البحرى بحوالى 2 إربد في المتوسط، أي 12% أقل من المتوسط العام في العينة. ليس هذا فحسب بل أنه كما زاد حجم الأسرة انخفضت مبيعات الفم من الإنتاج المزرعي، فكل فرد إضافي يخفض حجم الفائض التسويقي بحوالى 1/12% في الوجه البحرى.

ولكن هذا الأثر لزيادة حجم الأسرة كبير لحد ما في الوجه القبلي فكل فرد إضافي للأسرة يخفض حجم الفائض التسويقي بمقدار 3/15%.

وأما النتائج على الإطلاق أن التغير في حجم الإنتاج المزرعي يمثل أكثر من 60% من التغيرات في حجم الفائض التسويقي من القمح، والإنتاج بدوره مبعون بحجم المزرعة، والمنطقة. ولهذا فطالما بقيت أحمال المزارع قيربية، وحجم الأسرة كبرى بقي الفائض التسويقي التجاري منخفضاً بصرف النظر عن تغير الأسعار. كما أنه يشير ثبوت معنوية العلاقة غير الخطية بين الإنتاج والفائض التسويقي، أن زيادة الإنتاج تزيد الفائض التسويقي بمعدل متزايد، زمن ثان فإن زيادة متوسط مساحة المزارع بعد تحرير السوق سوف يزيد العرض الفعال (الفائض التسويقي) من القمح زيادة مطردة. وربما أن الفائض التسويقي الكلي يزيد زيادة متزايدة بزيادة حجم الإنتاج المزرعي، فإن مبيعات القمح في أسواق غير ريفية تزيد زيادة متانتة بزيادة الفائض التسويقي من القمح.

الملخص

يتمثل محصول القمح أهم نشاط مزرعي سواء من حيث المساحة المزروعة شتاء أو صيفا أو من حيث أهميته في النمط الغذائي المصري، كما أنه يلعب دورا هاما في التجارة الخارجية الزراعية. ليس هذا فحسب بل إن السياسات الاقتصادية بأبعادها المالية والتقنية يلتها الاقتصاديات ذات علاقة قوية بسياسات إنتاج وتسويق هذا المحصول. ومنذ عام 1991 تغيرت معايير السوق المألوفة لهذا المحصول، بحيث أصبح من الضروري التعرف على النظام التسويقي له في ظل ألقى السوق، وذلك يتبع حجما من المعرفة يساهم في رسم السياسات التي تحافظ على سلامة العلاقات التسويقية والكشف التسويقي.

في ضوء تقييم ما هو قائم بزعم وما يجب أن يكون.
وهدف هذه الدراسة إلى تحليل أنماط التصروف في الإنتاج المزرعي من هذا المحصول، والأهمية النسبية لكل من فئات بيع القمح، وأيضاً أنماط استهلاك القمح للأسرة المزرعية سواء من إنتاج المزرعة أو المشترى من خارجها. كما تهدف إلى تحليل كل من البيع والأسعار المباعة بها هذا المحصول، مع مقارنة تلك الأسعار بأسعار المستورد من القمح. وهو ما تضمنه الجزء الأول من هذه الدراسة، بينما يهتم الجزء الثاني بالعوامل المؤثرة في الفائض التسوقي للقمح المنتج بالزراعة، وأيضاً العوامل المؤثرة في مستوى سعر البيع.

واعتمدت الدراسة على بيانات عينة ميدانية من القرية المصرية لإنتاج القمح في الموسم الزراعي 95/96 الذي يتم التصروف فيه. وشملت العينة ثلاثة أقسام متباعدة من القرى المصرية أولها بمحافظة الغربية مركز السنطة، والثانية تتمثل بمناطق قرية كبيرة نسبياً في شرق الدلتا بمحافظة الشرقية مركز كفر قاسم، والثالثة تحاكي قرى وسط الدلتا بمحافظة المنيا. وبلغ عدد العينات 112 مزرعة. كما تم إجراء استبان ميداني لعينة من تجار الفيل، في مناطق الدراسة، بجانب الأشخاصيات. وبلغ عدد هذه العينات 14 ناجراً. واستخدمت الدراسة منهجية التحليل الإحصائي الوصفي، إلى جانب الدراسات التحليلية مثلها، منجها: المعالم المميزة لمناطق الدراسة، وأنماط التصروف في الإنتاج وتجارة القمح، وأيضاً أسعار التصروف في تلك المناطق، لها، والواقعية التسوقي، والعوامل المؤثرة على كل من مستوى سعر البيع، والكمية الباعة منه، هذا بالإضافة إلى نموذج محاكاة للعوامل المؤثرة على حجم الفائض التسوقي من القمح المحلي.

ومن أهم ما يختلف من نتائج الدراسة أن الفائض التسوتي من القمح يرتبط بحجم الإنتاج، وهو يدورة يرتبط بمساحة المزرعة، فالمزارعون لأكثر من قناع، لا يرصون أكثر من قناع، ومن ثم يقتصر القمح الفائض التسوتي إن وجد، على التبادل المحلي إلى الأسواق القريبة، وتزيد نسب التوريد للأماكن غير الريفية (تجارة الفيل، وبك الدلتا والمطروح) بصورة تدريجية بزيادة حجم المزرعة، ثم تنقر مبيعات الفائض التسوتي لأكثر من 80% من حجم الإنتاج إذا فاق حجم المزرعة 5 أفدنة، والنصب تخصص أكثر من 50% من مساحته للقمح. وذلك ونظرًا لأن غالبية الحيازات المصرية الزراعية تقع في نطاق 3 فدانات فاق في نسبة التوريد للأماكن غير الريفية لا تزيد عن خمس الإنتاج المحلي، ولذا فإن السياسة الفعلية الرامية إلي تقديم سعر ضمان يزيد غالباً عن السعر العالمي ليست الوضع الرئيسي في توريد القمح للأماكن غير الريفية، بل هو حجم الإنتاج المزرعي الذي يحدده سلماح حجم المزرعة.

المراجع

تمبوب الفحم الأخلي في ظل التحول الاقتصادي في مصر


جدول (1): حجم وتركيب عينة الدراسة

<table>
<thead>
<tr>
<th>فنات الحيازة بالفدان (مساحة المحصول) الهوية</th>
<th>المنطقة</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>المجموع</td>
<td>أقل من فدان</td>
</tr>
<tr>
<td>20</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>27</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>61</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>113</td>
<td>5</td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: جمعت وحسبت من استمارات استبيان العينات الميدانية، 1997

جدول رقم (2): الإنتاج المزرعي من القمح

<table>
<thead>
<tr>
<th>المثير</th>
<th>الوجه الميكل</th>
<th>الوجه البحري</th>
<th>مزرعة صغيرة</th>
<th>مزرعة كبيرة</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>مساهمة المزرعة بالفدان</td>
<td>3.92</td>
<td>2.05</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>معامل التكيف المحصول</td>
<td>0.17</td>
<td>1.97</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>% لمساحة الخضرة</td>
<td>0.23</td>
<td>1.72</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>% لمساحة الفاكهة</td>
<td>0.00</td>
<td>0.00</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>% لمساحة القصب</td>
<td>0.14</td>
<td>1.20</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>% لمساحة الفدان</td>
<td>0.03</td>
<td>0.08</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>غلة القمح بالطن</td>
<td>1.82</td>
<td>1.85</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>حجم إنتاج القمح بالطن</td>
<td>2.14</td>
<td>2.32</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>حجم الأسرة</td>
<td>0.48</td>
<td>0.54</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>نصيب الفرد من مساحة القمح (فدان)</td>
<td>0.11</td>
<td>0.12</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: جمعت وحسبت من استمارات استبيان العينات الميدانية، 1997
جدول (3) : الفائض التسوقي المزرعي من القمح

<table>
<thead>
<tr>
<th>نموذج قرينة</th>
<th>الوجه البحري</th>
<th>مزرعة صغيرة</th>
<th>مزرعة كبيرة</th>
<th>الفائض التسوقي (٪ من الإنتاج) منه:</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>في الوجه البحري</td>
<td>10,000</td>
<td>15,23</td>
<td>24,29</td>
<td>حصة الشرك (٪ من الإنتاج)</td>
</tr>
<tr>
<td>0,00</td>
<td>0,89</td>
<td>0,00</td>
<td>1,29</td>
<td>مخزون قابل للبيع (٪ من الإنتاج)</td>
</tr>
<tr>
<td>0,00</td>
<td>2,98</td>
<td>0,00</td>
<td>7,73</td>
<td>بيع (٪ من الإنتاج) منه:</td>
</tr>
<tr>
<td>0,00</td>
<td>71,76</td>
<td>34,49</td>
<td>1,08</td>
<td>تاجر محلي (٪ من الإنتاج)</td>
</tr>
<tr>
<td>0,00</td>
<td>6,87</td>
<td>0,00</td>
<td>7,21</td>
<td>تاجر غلاف متخصص (٪ من الإنتاج)</td>
</tr>
<tr>
<td>0,00</td>
<td>1,00</td>
<td>0,00</td>
<td>1,97</td>
<td>بنك التمويل (٪ من الإنتاج)</td>
</tr>
<tr>
<td>0,00</td>
<td>0,90</td>
<td>0,00</td>
<td>0,92</td>
<td>مطاحن (٪ من الإنتاج)</td>
</tr>
<tr>
<td>0,00</td>
<td>2,78</td>
<td>0,00</td>
<td>1,93</td>
<td>تعاقد إكتيار تعاون (٪ من الإنتاج)</td>
</tr>
<tr>
<td>0,00</td>
<td>0,00</td>
<td>0,00</td>
<td>22,86</td>
<td>جبران من القرية (٪ من الإنتاج)</td>
</tr>
<tr>
<td>0,00</td>
<td>0,00</td>
<td>0,00</td>
<td>0,97</td>
<td>أهالي قرى أخرى (٪ من الإنتاج)</td>
</tr>
<tr>
<td>0,00</td>
<td>3,11</td>
<td>0,00</td>
<td>1,58</td>
<td>سوق القرية (٪ من الإنتاج)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: جمعت وحسبت من استمارات استبيان العينة الميدانية، 1997

جدول (4): الاستهلاك المزرعي من القمح

<table>
<thead>
<tr>
<th>الوجه البحري</th>
<th>مزرعة صغيرة في الوجه البحري</th>
<th>مزرعة كبيرة في الوجه البحري</th>
<th>الزيت</th>
<th>القمح</th>
<th>الأرز</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>قرية كبيرة</td>
<td>12.0</td>
<td>22.8</td>
<td>21.8</td>
<td>19.4</td>
<td>21.2</td>
</tr>
<tr>
<td>قرية صغيرة</td>
<td>9.9</td>
<td>8.9</td>
<td>11.0</td>
<td>11.7</td>
<td>12.6</td>
</tr>
<tr>
<td>总体</td>
<td>22.0</td>
<td>31.7</td>
<td>33.5</td>
<td>31.1</td>
<td>33.8</td>
</tr>
</tbody>
</table>

المتغير

<table>
<thead>
<tr>
<th>الزيت</th>
<th>القمح</th>
<th>الأرز</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>% من الإنتاج</td>
<td>% من الإنتاج</td>
<td>% من الإنتاج</td>
</tr>
<tr>
<td>12,2</td>
<td>21,2</td>
<td>11,8</td>
</tr>
<tr>
<td>22,0</td>
<td>31,0</td>
<td>22,0</td>
</tr>
<tr>
<td>10,0</td>
<td>0,0</td>
<td>0,0</td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: جمعت وحسبت من استمارات استبيان العينة الميدانية، 1997
جدول رقم (5) : شراء منتجات الحبوب لاستهلاك الأسرة المزرعية

<table>
<thead>
<tr>
<th>متوسط سعر الكيلوغرام بالقرش</th>
<th>نصيب الفرد في السنة بالكيلوغرام</th>
<th>عدا الخبز بالعدد</th>
<th>منتجات الحبوب</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>الوجه البحري</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>القرية صغيرة</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>القرية كبيرة</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>غ.م.</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>05.0</td>
<td>9.17</td>
<td>1.74</td>
<td>دقيق فم بلدي (22%)</td>
</tr>
<tr>
<td>13.0</td>
<td>1.03</td>
<td>1.37</td>
<td>دقيق فم (77%)</td>
</tr>
<tr>
<td>6.0</td>
<td>2.44</td>
<td>41.33</td>
<td>دقيق ذرة</td>
</tr>
<tr>
<td>غ.م.</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>78</td>
<td>0.54</td>
<td>0.82</td>
<td>خبز بليدي</td>
</tr>
<tr>
<td>غ.م.</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>12.0</td>
<td>2.13</td>
<td>4.70</td>
<td>خبز افرينجي</td>
</tr>
<tr>
<td>غ.م.</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>8.6</td>
<td>0.97</td>
<td></td>
<td>حبوب أرز</td>
</tr>
<tr>
<td>غ.م.</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: جمعت وحسبت من استمارات استبيان العينة الميدانية، 1997

جدول رقم (6) : تكرار معاملات البيع للقمح من إنتاج المزرعة على مدار السنة وفقا للجهة المشترية

<table>
<thead>
<tr>
<th>الوخة القيلي</th>
<th>مناطق الوجه البحري</th>
<th>الروابط الشراء</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>قرية كبيرة</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>قرية صغيرة</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>عدد معاملات</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>عدد المعاملات</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>% من الجملة</td>
<td>% من المعاملات</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.1</td>
<td>0.1</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.09</td>
<td>0.09</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.08</td>
<td>0.08</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.07</td>
<td>0.07</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.06</td>
<td>0.06</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.05</td>
<td>0.05</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.04</td>
<td>0.04</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.03</td>
<td>0.03</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.02</td>
<td>0.02</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.01</td>
<td>0.01</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.006</td>
<td>0.006</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.005</td>
<td>0.005</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.004</td>
<td>0.004</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.003</td>
<td>0.003</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.002</td>
<td>0.002</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.001</td>
<td>0.001</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.0005</td>
<td>0.0005</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.0004</td>
<td>0.0004</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.0003</td>
<td>0.0003</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.0002</td>
<td>0.0002</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.0001</td>
<td>0.0001</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.00005</td>
<td>0.00005</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.00004</td>
<td>0.00004</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.00003</td>
<td>0.00003</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.00002</td>
<td>0.00002</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.00001</td>
<td>0.00001</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.000005</td>
<td>0.000005</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.000004</td>
<td>0.000004</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.000003</td>
<td>0.000003</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.000002</td>
<td>0.000002</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.000001</td>
<td>0.000001</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.0000005</td>
<td>0.0000005</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.0000004</td>
<td>0.0000004</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.0000003</td>
<td>0.0000003</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.0000002</td>
<td>0.0000002</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.0000001</td>
<td>0.0000001</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.00000005</td>
<td>0.00000005</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.00000004</td>
<td>0.00000004</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.00000003</td>
<td>0.00000003</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.00000002</td>
<td>0.00000002</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0.00000001</td>
<td>0.00000001</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصدر: جمعت وحسبت من استمارات استبيان العينة الميدانية، 1997
جدول رقم (7): موسمية كل من البيع والأسعار للقمح

<table>
<thead>
<tr>
<th>شهر</th>
<th>القرية صغيرة</th>
<th>القرية كبيرة</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1996/7</td>
<td>20.77</td>
<td>10.13</td>
</tr>
<tr>
<td>1996/8</td>
<td>11.80</td>
<td>11.88</td>
</tr>
<tr>
<td>1996/9</td>
<td>13.00</td>
<td>12.00</td>
</tr>
<tr>
<td>1996/10</td>
<td>8.06</td>
<td>8.06</td>
</tr>
<tr>
<td>1996/11</td>
<td>10.00</td>
<td>10.00</td>
</tr>
<tr>
<td>1997/1</td>
<td>12.72</td>
<td>12.72</td>
</tr>
<tr>
<td>1997/2</td>
<td>12.72</td>
<td>12.72</td>
</tr>
<tr>
<td>1997/3</td>
<td>12.72</td>
<td>12.72</td>
</tr>
<tr>
<td>1997/4</td>
<td>12.72</td>
<td>12.72</td>
</tr>
</tbody>
</table>

المصادر: جمعت وحسب من:
(1) استمرات استبان العينة الميدانية
(2) وزارة التجارة والتموين: قطاع الرقابة والتوزيع: بيانات غير منشورة

جدول رقم (8): متوسط الغلة الفلاحية من القمح للأصناف المختلفة في عينة الدراسة

<table>
<thead>
<tr>
<th>صنف القمح في الوجه البحي</th>
<th>متوسط غلة القمح باللربد في الوجه البحي</th>
<th>متوسط غلة القمح باللربد في الوجه البحي</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>سخا 29</td>
<td>13.46</td>
<td>13.46</td>
</tr>
<tr>
<td>جيزة 105</td>
<td>10.80</td>
<td>10.80</td>
</tr>
<tr>
<td>جيزة 110</td>
<td>12.88</td>
<td>12.88</td>
</tr>
<tr>
<td>جيزة 120</td>
<td>13.75</td>
<td>13.75</td>
</tr>
<tr>
<td>جيزة 130</td>
<td>14.62</td>
<td>14.62</td>
</tr>
<tr>
<td>جيزة 140</td>
<td>15.49</td>
<td>15.49</td>
</tr>
</tbody>
</table>

قيمة التباين بين المجموعات = 3.178
قيمة التباين داخل المجموعات = 8.88
قيمة ف المحوسية = 0.057450
Marketing of Local Wheat Under Economic Liberalization In Egypt

By

Prof. Dr. Ibrahim Soliman (1), Prof. Dr. Osman Gad (2) and Dr. Mohamed Gaber (1)

(1) Dept. of Agri. Econ., Faculty of Agriculture., Zagazig University.
(2) Dept. of Agri. Econ., Faculty of Agriculture., Cairo University.

Summary

By all means, What is the main food crop in Egypt, either as area-wise, as a subsistent food or due to its share in food imports bill. Therefore, it seems highly important to investigate and analyze the impacts of economic liberalization on its market structure and marketing performance. The objectives of this study included (1) The marketing channels of the wheat produced on farms, (2) The consumption pattern of the farm household, with respect to wheat and other grain substitutes, (3) The factors affecting the marketable surplus of wheat, (5) The price and sale seasonality pattern.

To reach such objectives, the study used the data of a sample survey for wheat that covered the agricultural year 1995/1996. The survey conducted in three regions: two from lower Egypt (a village in Gharbia Governorate and a village from Sharkia Governorate) and one from upper Egypt (a village from Menia Governorate). The total sample size was 113 farms of different farm size classes. Another survey was conducted to cover the whole sale market. It included 14 grains’ traders in the three concerned governorates.

The study analysis, results and conclusions covered several issues of wheat marketing. Among these issues are: Characteristics of each region, the market structure between farm gate and processing stage, grains consumption pattern, marketing systems and functions, factors affecting the sale price and quantity sold, as well as a simulation model for wheat marketable surplus.