



1339

مجلة اتحاد الجامعات العربية للعلوم الزراعية ، جامعة عين شمس ، القاهرة ، مصر

مجلد (27)، عدد (2)، 1339-1350، 2019

Website: <http://ajs.journals.ekb.eg>



سوق الخضر المجمدة

[111]

فاطمة عادل سعد محمد* - محمد بدير العراقي - سلوي محمد أحمد عبد المنعم

قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة عين شمس - ص.ب 68- حدائق شبرا 11241 - القاهرة - مصر

*Corresponding author: fatmaadelsaad26@gmail.com

Received 27 June, 2019

Accepted 21 July, 2019

أوضاع الاسعار والاصناف واتجاهات المستهلكين نحوها. واعتمدت الدراسة بصفة أساسية على المتاح والمتوفر من البيانات المنشورة وغير المنشورة التي تصدرها الجهات الحكومية كالإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي بوزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، والهيئة العامة للتصنيع، وغرفة الصناعات الغذائية باتحاد الصناعات، والمجلس السلي للصناعات الغذائية، والشركة القابضة للصناعات الغذائية، وجهاز التمثيل التجاري، والهيئة العامة للرقابة على الصادرات والواردات، بالإضافة إلى بيانات قاعدة التجارة الخارجية بالمركز القومي للمعلومات التابع للجهاز المركزي للتعبة العامة والإحصاء.

وجاءت اهم النتائج كما يلي ان الفرق بين أسعار منتجات الخضر المجمدة للشركات المختلفة في السوبر ماركت بمختلف الاصناف حيث يأتي صنف البامية لشركة بسمة من أعلى الفروق بين الاصناف بنسبة قدرت حوالي 71% من اجمالي الفروق لدي شركة بسمة ثم يليه صنف الملوخية بنسبة قدرت بحوالي 14.8% من مجمل الفروق لدي شركة بسمة، كما يتوضح من النتائج ان صنف ورق العنب من اكبر الفروق بين الاصناف بنسبة قدرت حوالي 26.7% من جملة الفروق لشركة مونتانا، يليه صنف السبانخ بنسبة قدرت حوالي 24.4% من جملة الفروق بالشركة مونتانا .

الكلمات الدالة: السعر، السوق، الخضر المجمدة، العلاقة بين الاسعار، الخضر الطازجة.

الموجز

تواجه الصناعات الغذائية في مصر تحديات خارجية وأخرى داخلية تؤثر سلبا علي قدرتها التنافسية والنفاذ إلى الأسواق العالمية و بينت الدراسة أن عدد المنشآت التي تعمل في هذا القطاع بلغت نحو 37.7 ألف منشأة تشغل نحو 357 ألف عامل. كما تمثل الصادرات الغذائية حوالي 31.7%، 14.3% من إجمالي قيمة صادرات السلع الصناعية والكلية على الترتيب عام 2016، وقد بلغ المتوسط السنوي لقيمة منتجات ذلك القطاع نحو 21.4 مليار جنيه تمثل نحو 31% من قيمة الإنتاج الصناعي لنفس العام.

وتمثلت المشكلة البحثية في تدني حجم الأسواق الداخلية والخارجية للخضر المجمدة المصرية، وذلك بالرغم من تزايد الطلب العالمي على المنتجات المجمدة فإن الصادرات المصرية منها لا تتزايد بالمعدلات المأمولة حيث بلغ معدل تزايد الطلب العالمي على المنتجات الغذائية المجمدة يتجاوز سنوياً 5-10% وهي معدلات مرتفعة للغاية بالمقارنة مع مثيلتها المصرية.

واستهدف البحث بصفة عامة دراسة الأسواق الداخلية والخارجية للخضر المصرية المجمدة، حيث تهدف الدراسة للتعرف علي الخصائص الاقتصادية للسوق المحلي للخضر المجمدة بوجه عام، وبصفة خاصة لعينة ميدانية من مصانع تجميد الخضر وتصنيعها بالإضافة الي الأسواق الداخلية لتسويق هذه الخضر ممثلة في بعض أسواق التجزئة للتعرف علي

المقدمة

للسوق المحلي للخضر المجمدة بوجه عام، وبصفة خاصة لعينة ميدانية من مصانع تجميد الخضر وتصنيعها بالإضافة الي الأسواق الداخلية لتسويق هذه الخضر ممثلة في بعض أسواق التجزئة للتعرف علي اوضاع الاسعار والاصناف واتجاهات المستهلكين نحوها.

مصادر البيانات وعينة الدراسة

اعتمدت الدراسة بصفة أساسية على المتاح والمتوفر من البيانات المنشورة وغير المنشورة التي تصدرها الجهات الحكومية كالإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي بوزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، والهيئة العامة للتصنيع، وغرفة الصناعات الغذائية باتحاد الصناعات، والمجلس السلي للصناعات الغذائية، والشركة القابضة للصناعات الغذائية، وجهاز التمثيل التجاري، والهيئة العامة للرقابة على الصادرات والواردات، بالإضافة إلى بيانات قاعدة التجارة الخارجية بالمركز القومي للمعلومات التابع للجهاز المركزي للتعبيئة العامة والإحصاء، كما استخدمت قواعد البيانات العالمية الخاصة بشبكة الإنترنت التابعة لكل من منظمة الأغذية والزراعة العالمية F.A.O والأمم المتحدة U.N.

أولاً: الوضع الراهن لإجمالي مساحة وانتاج بعض محاصيل الخضر لإجمالي الجمهورية خلال الفترة من (2005: 2016)

بدراسة التطور الزمني لإجمالي مساحة الخضر خلال الفترة (2005-2016) تبين من البيانات الواردة بالجدول (1-2) بالدراسة ان الحد الأدنى قدر بحوالي (1504) الف فدان عام 2005 وايضا الحد الأقصى بلغ حوالي (2151.4) الف فدان عام 2009 في حين بلغ متوسط المساحة لإجمالي محاصيل الخضر في مصر حوالي (1906.4) الف فدان خلال فترة الدراسة.

يزداد الطلب علي الحلول السريعة والسهلة للوجبات الجاهزة للطبخ وينظر الي الاغذية المجمدة علي انها فئة رئيسية تقي بهذه الحاجة لجميع الجنسيات، لذلك بداء ظهور سوق الخضر المجمدة المصرية في أواخر السبعينات بمجموعة من الشركات وهي "قها، دمياط، سينا" وفي أوائل الثمانينيات جاءت شركات القطاع الخاص وعلي رأسهم شركة مونتانا لفتح اسواق جديدة للخضر المجمدة، حيث استهدفت معظم القطاعات لتسويق الخضر المجمدة مثل (الفنادق والمطاعم، المستشفيات، والشركات الخاصة والحكومية، المراكب الفندقية والقطارات الفاخرة، الجامعات بالإضافة الي المحلات التجارية الصغيرة والكبيرة) لتوصيل تلك السلع الي الراغبين للمنتجات المجمدة حيث يوجد الكثير من الاسر التي تعمل في مختلف الوظائف ولا يوجد لديها الوقت في شراء الخضر الطازجة من السوق.

مشكلة البحث

تتلخص المشكلة البحثية في تدني حجم الأسواق الداخلية والخارجية للخضر المجمدة المصرية، وذلك بالرغم من تزايد الطلب العالمي على المنتجات المجمدة فإن الصادرات المصرية منها لا تتزايد بالمعدلات المأمولة حيث بلغ معدل تزايد الطلب العالمي على المنتجات الغذائية المجمدة يتجاوز سنوياً 5-10% وهي معدلات مرتفعة للغاية بالمقارنة مع مثيلتها المصرية.

هدف البحث

يهدف البحث بصفة عامة إلي دراسة الأسواق الداخلية والخارجية للخضر المصرية المجمدة، حيث تهدف الدراسة للتعرف علي الخصائص الاقتصادية

ثانياً: اختيار المناطق المستهدفة

تشمل هذه المحافظات العديد من الأسواق التجارية التي سبق ذكرها، واختيار المناطق التي يتم دراستها بالمحافظات فقد تم الاعتماد على العينة العمدية نظراً لسهولة التواصل مع الفئات المستهدفة لعينة الدراسة والتي تحيط بالخصائص الاقتصادية والاجتماعية لمستهلكي الخضار المجمدة، ثم تم اختيار العينة العشوائية البسيطة من داخل الأسواق التجارية حيث يتضح من الجدول رقم (2) ان إجمالي عدد العينة بلغ حوالي 104 مفردة توزعت على الأسواق التجارية كما يلي:

أوضحت نتائج الجدول ان كارفور من اهم الأسواق التجارية حيث بلغ عدد المفردات به حوالي 36 مفردة بأهمية نسبية بلغت حوالي 34.6% من جملة مفردات العينة، في حين جاء هايبر وان بعدد 28 مفردة بأهمية نسبية بلغت حوالي 26.9% من جملة مفردات العينة، كما جاء خير زمان بعدد 26 مفردة بأهمية نسبية بلغت حوالي 25% من جملة مفردات العينة، ثم جاء أولاد رجب بعدد 14 مفردة بأهمية نسبية بلغت حوالي 13.5% من جملة مفردات العينة.

جدول 2. توزيع مفردات العينة وفقاً للأسواق التجارية

اسم المحل (السوبر ماركت)	التكرار	%
أولاد رجب	14	13.5
خير زمان	26	25.0
كارفور	36	34.6
هايبر وان	28	26.9
المجموع	104	100.0

المصدر : جمعت و حسبت من بيانات جدول استمارة الاستبيان المتعلقة بالدراسة الميدانية، 2019.

توقيت جمع البيانات

بصفة عامة تم استيفاء استمارات الاستبيان لعينة الدراسة، خلال شهر مايو عام 2018 وذلك من 2018\5\15 حتى 2018\5\15 في تمام الساعة الرابعة عصراً حتى الساعة مساءً حسب تواجد المبحوث في تلك الفترة.

جدول 1. تطور إجمالي مساحة وإنتاج مصر لمحاصيل الخضار خلال الفترة (2005-2016)

السنوات	المساحة بالألف فدان	الإنتاج بالألف طن
2005	1504.00	17145.38
2006	1569.01	17954.93
2007	1615.51	18092.68
2008	1587.74	17934.74
2009	2151.39	23247.40
2010	2111.75	21301.93
2011	2058.67	21217.49
2012	2070.45	22548.45
2013	1982.56	21131.03
2014	2122.95	21797.45
2015	2116.68	21338.41
2016	1985.84	20025.42
المتوسط	1906.38	20311.28
الحد الاعلى	2151.39	23247.40
الحد الأدنى	1504.00	17145.38

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي (2005-2016).

اختيار عينة الدراسة

تم اختيار عينة عشوائية على مستوى بعض محافظات الجمهورية ثم على مستوى الخصائص الاقتصادية والاجتماعية لمستهلكي الخضار المجمدة وذلك بالخطوات التالية:

أولاً: اختيار المحافظة موضع الدراسة

قد تم اختيار محافظة (القاهرة، الجيزة، القليوبية) كأهم محافظات مصر الكبرى في اجراء البحث الميداني نظراً لكونها من المحافظات المستهلكة للخضار المجمدة والتي ينطبق عليها الفئات المستهدفة للدراسة، بالإضافة الي ان بها العديد من الأسواق التجارية التي يباع بها السلع المجمدة مثل (كارفور، هايبر وان، أولاد رجب، خير زمان، الخ).

أولاً: الفرق بين أسعار منتجات الشركات بالسوبر ماركت

يوضح الجدول (3) الفرق بين أسعار منتجات الخضر المجمدة للشركات المختلفة في السوبر ماركت بمختلف الاصناف حيث يأتي صنف البامية لشركة بسمة من أعلى الفروق بين الاصناف بنسبة قدرت حوالي 71% من اجمالي الفروق لدي الشركة ثم يليه صنف الملوخية بنسبة قدرت بحوالي 14.8% من مجمل الفروق لدي الشركة، كما يوضح الجدول ان

صنف ورق العنب من اكبر الفروق بين الاصناف بنسبة قدرت حوالي 26.7% من جملة الفروق لشركة مونتانا، يليه صنف السبانخ بنسبة قدرت حوالي 24.4% من جملة الفروق بالشركة، كما يوضح الجدول ان صنف البسلة من اكبر الفروق بين اصناف منتجات شركة جيفركس بنسبة قدرت حوالي 32.2% من جملة الفروق لشركة جيفركس، يليه صنف ورق العنب بنسبة قدرت حوالي 20.2% من جملة الفروق بالشركة.

جدول 3. الاسعار للخضار الطازج و أهم شركات الخضر المجمدة

الاصناف	سعر الكيلو جرام من الخضر الطازج					
	متوسط سعر خلال شهر مايو*		سعر الكيلو جرام في الشركات**		سعر الكيلو جرام في السوبر ماركت لأهم الشركات***	
	شركة بسمة	شركة مونتانا	شركة جيفركس	شركة بسمة	شركة مونتانا	شركة جيفركس
بامية	18.8	18.9	19.4	23.8	38.8	24.4
ملوخية	5.0	15.8	15.1	13.8	19.9	14.4
بسلة سادة	9.5	12.6	21.3	22.0	13.1	24.9
فاصوليا	8.5	15.1	15.9	16.9	16.3	18.1
خضار مشكل	7.5	15.1	16.4	18.1	16.3	19.4
سبانخ	10.0	13.3	12.9	14.4	14.4	14.9
ورق عنب	12.0		22.0	30.0	25.0	31.8

*متوسط سعر أسعار الخضر الطازجة في سوق العبور خلال الفترة من 2018/5/1 حتى 2018/5/15

** متوسط أسعار الخضر المجمدة في بعض الشركات خلال فترة الدراسة.

*** متوسط أسعار الخضر المجمدة في بعض السوبر ماركت لأهم الشركات خلال فترة الدراسة.

المصدر : جمعت و حسبت من بيانات جدول استمارة الاستبيان المتعلقة بالدراسة الميدانية، 2019.

جدول 4. الفرق بين أسعار منتجات الشركات من الخضر المجمدة بالسوبر ماركت

الاصناف	الفرق بين سعر السوبر ماركت و سعر الشركة					
	بسمة	%	مونتانا	%	جيفركس	%
بامية	19.9	71.3	1.9	16.7	0.6	7.0
ملوخية	4.1	14.8	1.1	10.0	0.6	7.0
بسلة	0.5	1.8	1.1	10.0	2.9	32.2
فاصوليا	1.1	4.0	0.4	3.3	1.3	14.0
خضار مشكل	1.1	4.0	1.0	8.9	1.3	14.0
سبانخ	1.1	4.0	2.8	24.4	0.5	5.6
ورق عنب	0.0	0.0	3.0	26.7	1.8	20.2
اجمالي الفروق	27.9	100	11.3	100	8.9	100

المصدر: جمعت و حسبت من بيانات جدول استمارة الاستبيان المتعلقة بالدراسة الميدانية، 2019

جدول 7. آراء المستهلكين حول الاقبال علي الخضر المجمدة

البيان	التكرارات	اجمالي العينة	%
سهولة التحضير (اسهل من الطازجة)	104	104	100.00
متوفرة بسهولة	96	104	92.31
الصحة وضمان الجودة	78	104	75.00
موجوده في مركز تجاري قريب	58	104	55.77
تعود على الشراء من المتجر (عادة)	48	104	46.15
اسعاره معتدلة (منخفضة نسبيا)	46	104	44.23
توفر نوعية جيدة للسلع والمواد	42	104	40.38
توفر فرصة اختيار عدد كبير من السلع والمواد	38	104	36.54

المصدر : جمعت و حسبت من بيانات جدول استمارة الاستبيان المتعلقة بالدراسة الميدانية، 2019.

كما يوضح الجدول ان صنف ورق العنب من اكبر الفروق بين الاصناف بنسبة قدرت حوالي 26.7% من جملة الفروق لشركة مونتانا، يليه صنف السبانخ بنسبة قدرت حوالي 24.4 % من جملة الفروق بالشركة، كما يوضح الجدول ان صنف البسلة من اكبر الفروق بين اصناف منتجات شركة جيفركس بنسبة قدرت حوالي 32.2% من جملة الفروق لشركة جيفركس، يليه صنف ورق العنب بنسبة قدرت حوالي 20.2 % من جملة الفروق بالشركة.

الفرق بين أسعار منتجات الشركات بالسوبر ماركت يوضح الجدول (9) الفرق بين أسعار منتجات الخضر المجمدة للشركات المختلفة في السوبر ماركت بمختلف الاصناف حيث يأتي صنف البامية لشركة بسمة من أعلى الفروق بين الاصناف بنسبة قدرت حوالي 71% من اجمالي الفروق لدي الشركة ثم يليه صنف الملوخية بنسبة قدرت بحوالي 14.8 % من مجمل الفروق لدي الشركة .

جدول 8. الاسعار للخضار الطازج وأهم شركات الخضر المجمدة

الصنف	سعر الكيلو جرام من الخضر الطازج			سعر الكيلو جرام في الشركات ***			سعر الكيلو جرام في السوبر ماركت لأهم الشركات ***		
	متوسط سعر خلال شهر مايو*	شركة بسمة	شركة مونتانا	شركة جيفركس	شركة بسمة	شركة مونتانا	شركة جيفركس	شركة جيفركس	شركة مونتانا
بامية	18.8	18.9	19.4	23.8	38.8	21.3	24.4	21.3	24.4
ملوخية	5.0	15.8	15.1	13.8	19.9	16.3	14.4	16.3	14.4
بسلة سادة	9.5	12.6	21.3	22.0	13.1	22.4	24.9	22.4	24.9
فاصوليا	8.5	15.1	15.9	16.9	16.3	16.3	18.1	16.3	16.3
خضار مشكل	7.5	15.1	16.4	18.1	16.3	17.4	19.4	17.4	19.4
سبانخ	10.0	13.3	12.9	14.4	14.4	15.6	14.9	15.6	14.9
ورق عنب	12.0		22.0	30.0		25.0	31.8		25.0

حيث:

*متوسط سعر أسعار الخضر الطازجة في سوق العبور خلال الفترة من 2018/5/1 حتى 2018/5/15

** متوسط أسعار الخضر المجمدة في بعض الشركات خلال فترة الدراسة.

*** متوسط أسعار الخضر المجمدة في بعض السوبر ماركت لأهم الشركات خلال فترة الدراسة.

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات جدول استمارة الاستبيان المتعلقة بالدراسة الميدانية، 2019.

جدول 9. الفرق بين أسعار منتجات الخضار المجمدة لاهم الشركات بالسوبر ماركت

الفرق بين سعر السوبر ماركت و سعر الشركة						الصنف
%	جيفركس	%	مونتانا	%	بسمة	
7.0	0.6	16.7	1.9	71.3	19.9	بامية
7.0	0.6	10.0	1.1	14.8	4.1	ملوخية
32.2	2.9	10.0	1.1	1.8	0.5	بسلة
14.0	1.3	3.3	0.4	4.0	1.1	فاصوليا
14.0	1.3	8.9	1.0	4.0	1.1	خضار مشكل
5.6	0.5	24.4	2.8	4.0	1.1	سبانخ
20.2	1.8	26.7	3.0	0.0	0.0	ورق عنب
100	8.9	100	11.3	100	27.9	اجمالي الفروق

حيث:

*فرق السعرين = متوسط سعر الصنف عام 2019 - متوسط سعر الصنف عام 2018
 *الرقم القياسي = متوسط السعر عام 2019 (سنة المقارنة) / متوسط السعر عام 2018 (سنة الاساس) *100
 *فرق النسبة = الرقم القياسي - 100
 متوسط السعر = مجموع أسعار الصنف في السوبر ماركت / عدد السوبر ماركت
 المصدر : جمعت و حسبت من بيانات جدول استمارة الاستبيان المتعلقة بالدراسة الميدانية، 2019.

جدول 10. مقارنة أسعار الخضار المجمدة المتواجدة بالسوبر ماركت لشركة مونتانا بعينة الدراسة خلال عامي (2018-2019)

الفرق النسبة	الرقم القياسي	الفرق السعرين	متوسط سعر الكيس عام 2018	متوسط سعر الكيس عام 2019	الصنف
-2.23	97.77	-0.20	8.95	8.75	بامية ممتازة
0.38	100.38	0.02	6.50	6.53	ملوخية
-4.68	95.32	-0.51	10.95	10.44	بسلة سادة
7.50	107.50	0.49	6.50	6.99	فاصوليا
2.34	102.34	0.16	6.95	7.11	خضار مشكل
10.00	110.00	0.63	6.25	6.88	ورق عنب
0.00	100.00	0.00	6.25	6.25	سبانخ

المصدر : جمعت و حسبت من بيانات جدول استمارة الاستبيان المتعلقة بالدراسة الميدانية، 2019.

جدول 11. مقارنة أسعار الخضار المجمدة المتواجدة بالسوبر ماركت لشركة بسمة بعينة الدراسة خلال عامي (2018-2019)

الصف	متوسط سعر الكيس عام 2019	متوسط سعر الكيس عام 2018	فرق السعرين	الرقم القياسي	فرق النسبة
بامية ممتازة	17.44	15.5	1.94	112.50	12.50
ملوخية	7.44	7.95	-0.51	93.55	-6.45
بسلة	6.25	5.5	0.75	113.64	13.64
فاصوليا	8.36	6.5	1.86	128.65	28.65
خضار مشكل	8.50	6.5	2.00	130.77	30.77
سبانخ	6.81	5.75	1.06	118.48	18.48

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات جدول استمارة الاستبيان المتعلقة بالدراسة الميدانية، 2019.

جدول 12. مقارنة أسعار الخضار المجمدة المتواجدة بالسوبر ماركت لشركة جيفركس بعينة الدراسة خلال عامي (2018-2019)

الصف	متوسط سعر الكيس عام 2019	متوسط سعر الكيس عام 2018	فرق السعرين	الرقم القياسي	فرق النسبة
بامية ممتازة	11.75	9.75	2.00	120.51	20.51
ملوخية	7.65	5.75	1.90	133.04	33.04
بسلة	12.13	9.95	2.18	121.86	21.86
فاصوليا	8.85	7.25	1.60	122.07	22.07
خضار مشكل	8.44	7.75	0.69	108.87	8.87
ورق عنب	9.74	7.95	1.79	122.48	22.48
سبانخ	7.43	5.95	1.48	124.79	24.79

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات جدول استمارة الاستبيان المتعلقة بالدراسة الميدانية، 2019.

جدول 13. مقارنة أسعار الخضار المجمدة المتواجدة بالسوبر ماركت لشركة لذة بعينة الدراسة خلال عامي (2018-2019)

الرقم القياسي	الرقم القياسي	فرق السعرين	متوسط سعر الكيس عام 2018	متوسط سعر الكيس عام 2019	الصنف
106.45	106.45	1.00	15.5	16.50	بامية ممتازة
131.58	131.58	1.50	4.75	6.25	ملوخية
129.31	129.31	2.13	7.25	9.38	بسلة
158.43	158.43	2.48	4.25	6.73	فاصوليا
114.39	114.39	1.00	6.95	7.95	خضار مشكل
158.23	158.23	2.30	3.95	6.25	ورق عنب

المصدر : جمعت و حسبت من بيانات جدول استمارة الاستبيان المتعلقة بالدراسة الميدانية، 2019.

جدول 14. مقارنة أسعار الخضار المجمدة المتواجدة بالسوبر ماركت لشركة امريكانا بعينة الدراسة خلال عامي (2018-2019)

الرقم القياسي	الرقم القياسي	فرق السعرين	متوسط سعر الكيس عام 2018	متوسط سعر الكيس عام 2019	الصنف
100.00	100.00	0.00	9.75	9.75	بامية ممتازة
108.00	108.00	0.50	6.25	6.75	ملوخية
91.56	91.56	-0.95	11.25	10.30	بسلة
98.32	98.32	-0.13	7.95	7.82	فاصوليا
85.26	85.26	-1.47	9.95	8.48	خضار مشكل
112.00	112.00	0.75	6.25	7.00	سيانخ

المصدر : جمعت و حسبت من بيانات جدول استمارة الاستبيان المتعلقة بالدراسة الميدانية، 2019.

جدول 15. مقارنة أسعار الخضراوات المجمدة المتواجدة بالسوبر ماركت لشركة السنبل بعينة الدراسة خلال عامي (2018-2019)

الصف	متوسط سعر الكيس عام 2019	متوسط سعر الكيس عام 2018	فرق السعرين	الرقم القياسي	فرق النسبة
بامية ممتازة	30.68	28.5	2.18	107.66	7.66
ملوخية	7.19	6.95	0.24	103.42	3.42
بسلة	11.36	6.25	5.11	181.80	81.80
فاصوليا	8.90	5.95	2.95	149.58	49.58
خضار مشكل	8.33	6.95	1.38	119.90	19.90

المصدر : جمعت و حسبت من بيانات جدول استمارة الاستبيان المتعلقة بالدراسة الميدانية، 2019.

التوصيات

- توصي الدراسة بتطوير منتجات الخضراوات المصنعة عامة و الخضراوات المجمدة خاصة و ذلك من خلال تحسين المنتجات التي ليس لها هامش تسويقي كبير مثل (الفاصوليا - البسلة - البامية) والتي تحقق قيمة مضافة بالمقارنة بتسويق الخضراوات الطازجة ، وبالتالي يتضح زيادة أهمية تصنيع الخضراوات الطازجة من حيث :
 - (1) زيادة مرونة العرض للخضراوات بالتصنيع باعتبار الخضراوات الطازجة سريعة التلف و يتصف بانخفاض مرونة العرض.
 - (2) زيادة طلب المصانع على محاصيل الخضراوات في موسم الانتاج يؤدي إلى توازن السعر على مدار العام و يحافظ على دخل المزارع من خلال استقرار الأسعار.
 - (3) زيادة القيمة المضافة للخضراوات الطازجة بإضافة منفعة شكلية و زمانية للخضراوات الطازجة مما يعود بالنفع على المنتج و المستهلك.
- كما توصي الدراسة بقيام التعاونيات بإنشاء مصانع للصناعات الغذائية لتصنيع منتجات الأعضاء من الخضراوات الطازجة و توريد الخضراوات المصنعة و المجمدة
- للتعاونيات الاستهلاكية لتقليل الهوامش التسويقية و رفع نصيب المنتج الزراعي من جنبه المستهلك و حصول المستهلك النهائي على السلع المصنعة بأسعار مناسبة أو منخفضة.
- ضرورة اهتمام الدولة و التعاونيات بزيادة الترويج التسويقي للسلع المجمدة الأخرى مثل (الخرشوف - البروكلي).
- كما توصي الدراسة على الحفاظ على مكانة البامية المجمدة كأحد السلع الضرورية للاستهلاك.
- كما توصي تجنب الفروق التسويقية الكبيرة في بعض السلع و ذلك لعدم التوجه إلى السلع الطازجة و البديلة .
- كما توصي الدراسة بعمل آلية تسويقية للشركات المنتجة للخضراوات المجمدة و تفاعلها مع الأسواق المحلية و التصديرية .
- كما توصي الدراسة بعمل قاعدة بيانات خاصة للشركات المنتجة للخضراوات المجمدة لتفعيل الدور الأكاديمي و البحثي و اللازم لتوضيح أهم نقاط القوة و الضعف في هذا المجال و التوصل إلى الحلول و المقترحات لحل المشاكل الخاصة لمستهلكي الخضراوات المجمدة .

جامعة عين شمس، القاهرة، مصر، ص ص
112-146.

ممتاز ناجي محمد السباع، 2002. اقتصاديات
تصنيع بعض الخضر والفاكهة في مصر، رسالة
ماجستير، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة،
جامعة عين شمس، القاهرة، مصر، ص ص
179-243.

نجوى مسعد العجرودى، 1991. اقتصاديات تصنيع
بعض الخضر والفاكهة، رسالة دكتوراه، قسم
الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة قناة
السويس، ص ص 115 - 138.

وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، 2005-2016.
قطاع الشؤون الاقتصادية، نشرات الاحصاءات
الزراعية الشتوية والصيفية، أعداد متفرقة.

المراجع

سامي محمد السيسي، محمود عبد المنعم الشافعي،
2005. دراسة اقتصادية لقطاع الصناعات
الغذائية في مصر، المجلة المصرية للاقتصاد
الزراعي، المجلد 15، العدد(1)، 236 - 245.
سمر محمد محمد بغدادي، 2006. دراسة عن التجارة
الخارجية المصرية لبعض المنتجات الزراعية
المجففة، رسالة دكتوراه، قسم الاقتصاد الزراعي،
كلية الزراعة، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر،
ص ص 102 - 156 .
عصمت عبد المهيم شلبي، 1980. اقتصاديات
تصنيع الخضر في جمهورية مصر العربية، رسالة
ماجستير، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة،



FROZEN VEGETABLE MARKET

[111]

Fatma A.S. Mohamed*, **El-Eraqy M.B.** and **Salwa M.A. Abdel Monem**

Agric. Economics Dept., Fac. of Agric., Ain Shams Univ., P.O. Box 68, Hadayek Shobra11241, Cairo, Egypt

*Corresponding author: fatmaadelsaad26@gmail.com

Received 27 June, 2019

Accepted 21 July, 2019

ABSTRACT

Facing the food industry in Egypt, the challenges of external and internal negative impact on their competitiveness and access to global markets and the study showed that the number of enterprises operating in this sector amounted to about 37.7 thousand that run around 357 thousand workers. It also represents the food exports of approximately 31.7% and 14.3% of the total value of exports of industrial goods and the College Rankings 2016, the average annual value of the products of that sector, about 21.4 million pounds, accounted for about 31% of the value of industrial production for the same year.

The research problem was the small size of the internal and external markets of frozen Egyptian vegetables. Despite the increasing global demand for frozen products, Egyptian exports do not increase at the expected rate. The rate of increase in global demand for frozen food products exceeds 5-10% annually, Compared to its Egyptian counterparts.

The study aimed at studying the internal and external markets of Egyptian frozen vegetables. The study aims at identifying the economic characteristics of the local market for frozen vegetables in general, and in particular for the field sample of vegetable freezing plants and processing them in addition to the internal markets for marketing these vegetables. Prices, categories and consumer attitudes towards them. The study was based mainly

on the available and available data published and unpublished by government agencies such as the Central Administration of Agricultural Economics in the Ministry of Agriculture and Land Reclamation, the General Organization for Industrialization, the Chamber of Food Industries in the Federation of Industries, the Commodity Council for Food Industries, the Holding Company for Food Industries, the Commercial Representation Authority, General for Export and Import Control, as well as foreign trade base data at the National Information Center of the Central Agency for Public Mobilization and Statistics.

And the most important results as follows that the difference between the prices of the products, vegetables, frozen for different companies in Super accumulator different varieties where ranked Alabama to buy smile from the above parties between the varieties by about 71% of the total parties the company has a smile, and then are classified Mallow estimated at around 14.8 % of the total group has a company-Bessemer, as expected from the results I classified the grape of the biggest differences between varieties increased by approximately 26.7% of the total team purchase Montana, the following varieties of spinach increased by approximately 24.4 % of the total group company Montana.

Keywords: Price, Market, Frozen vegetables, The relationship between prices, Fresh vegetables