

الكفاءة التسويقية لمحصول الطماطم في محافظة سوهاج

مدوح السيد محمود و حاتم محمود السنوسي

معهد بحوث الاقتصاد الزراعي

تمهيد:

التسويق الزراعي يهتم بجميع الخدمات والعمليات المرتبطة بإيصال المنتجات الزراعية بنوعها النباتي والحيواني أو نقل ملكيتها من المنتج إلى المستهلك، ولقد أصبح التسويق الزراعي جزءاً من البنيان الاقتصادي فهو مكمل و متمم لعملية الإنتاج الزراعي، فالإنتاج هو خلق منفعة أو زيادتها ويأتي دور التسويق الزراعي في إضافة المنفعة الشكلية والزمانية والمكانية إلى العملية الإنتاجية ليزيد من المنفعة الاقتصادية للإنتاج الزراعي.

وتعبر الكفاءة Efficiency بشكل عام عن العلاقة بين المدخلات Inputs والمخرجات Outputs، وتطبق في علاقات كثيرة ومختلفة وفقاً للمشكلة موضع الاعتبار. فقد يكون الاهتمام منصباً على تحديد توليفة المدخلات التي تعطي أقصى قدر من مخرج معين بصرف النظر عن تكلفة المدخلات وذلك إذا كان الهدف هو تحقيق أقصى مخرج من مورد محدود. وفي الإدارة المزرعية تعبر عن أقصى ربح من المزرعة في ضوء أسعار معلومة للمدخلات والمخرجات. كما قد تعني تحقيق أقصى عائد اجتماعي في الاقتصاد ككل في ضوء الموارد المتاحة وهيكل المنفعة من خلال حسن توجيه الموارد بحيث مهما أعيد تنظيمها أو نقلها من استخدام لآخر لا يمكن الحصول على نفع أكبر.

وتعتبر الطماطم من أهم محاصيل الخضار إنتاجاً، وهو من أهم المحاصيل الغذائية حيث يعتمد عليه مختلف طوائف المستهلكين في غذائهم. فقد بلغت المساحة المنزرعة بالطماطم في المحافظة عام ٢٠١٣/٢٠١٤ حوالى ٨٢٤٢ فدان، تمثل نحو ٣,٩٦% من إجمالي المساحة المنزرعة طماطم في مصر، أعطت إنتاج حوالى ٢٢٩٨٠٢ طن تمثل حوالى ٦,٢٠% من إنتاج مصر.

Received on: 21/1/2015

Accepted for publication on: 25/2/2015

Referees: Prof. Talat H. Esmail

Prof. Salah A. Saleh

مشكلة وهدف الدراسة:

تعتبر الطماطم محصول غذاء إستراتيجي وله أهمية إنتاجية واستهلاكية، كما أن النظام التسويقي للطماطم وكفاءته له أهمية كبيرة بالنسبة للإقتصاد المصري، فإنخفاض الكفاءة التسويقية للنظام التسويقي للطماطم يترتب عليها خسارة كبيرة للمنتجين والمستهلكين، لذا فإن الدراسة تستهدف قياس بعض المؤشرات التسويقية لمحصول الطماطم مثل الهوامش التسويقية المطلقة والنسبية، والإنتشار السعري ونصيب المزارع المنتج من مدفوعات المستهلك، والكفاءة التسويقية، للحكم على كفاءة النظام التسويقي لمحصول الطماطم في محافظة سوهاج والعمل على تحسينه، وإيجاد السياسات البديلة لمعالجة مشكلات التسويق في المحافظة موضع الدراسة.

الطريقة البحثية ومصادر البيانات:

اعتمدت الدراسة على استخدام أسلوب التحليل الوصفي والكمي للتوصل إلى بعض المؤشرات، اللازمة لقياس الهوامش التسويقية المطلقة والنسبية، والإنتشار السعري ونصيب المزارع المنتج من مدفوعات المستهلك، والكفاءة التسويقية للمحصول، وقد اعتمدت الدراسة على نوعين من البيانات هما: البيانات المنشورة من المصادر الثانوية التي تصدرها الجهات المعنية، والبيانات الأولية حيث تم استخدام المسح الميداني لتجار الطماطم، عن طريق اختيار عينة من بعض القرى بمراكز المحافظة موضع الدراسة.

ونظراً لعدم توفر بيانات مسجلة ودقيقة عن مجتمع تجار الطماطم على مستوى المحافظة موضع الدراسة، فقد تم الإعتماد على عينة مختارة من التجار يمكن إعتبارها عينة عمدية سجلت ٦٤ تاجر يمثلون تجارة الجملة والتجزئة والعاملين في تجارة الطماطم في ثمانية مراكز بالمحافظة، وتم اختيار قرينتين من كل مركز، ومن كل قرية اختيار ثمانية تجار، وقد تم المسح الميداني خلال الموسم ٢٠١٣ / ٢٠١٤، باستخدام استمارة استبيان تم تصميمها، تتضمن البيانات الأولية المتعلقة بموضوع البحث إلى جانب من البيانات التعريفية عن التاجر، والخصائص العامة لتجار القرية، وكذلك حجم مشتريات كل تاجر وفقاً لمصادر الشراء، ومكان الشراء سواء من باب المزرعة أو من السوق، وسعر الشراء وسعر البيع وتكاليف النقل والتسويق، وفقاً للمسالك التسويقية المختلفة.

نتائج الدراسة:

أولاً: الوضع الراهن للطماطم في محافظة سوهاج:

عند دراسة الوضع الراهن لمحصول الطماطم في محافظة سوهاج تبين كما هو موضح بالجدول رقم (١) الوصول إلى النتائج التالية:

تطور المساحة المنزرعة: من بيانات الجدول رقم (١) إتضح أن المساحة المنزرعة بالطماطم بالمحافظة بلغت نحو ١١٠٦٨ فدان في متوسط الفترة (١٩٩٨ - ٢٠٠١)، ثم تناقصت لتصل إلى ١٠٣٢٥ فدان في متوسط الفترة (٢٠١٠ - ٢٠١٣) بنقص مقداره ٧٤٣ فدان، تمثل حوالي ٦,٧١% من المساحة المنزرعة بالطماطم لمتوسط الفترة (١٩٩٨ - ٢٠٠١).

وبدراسة الاتجاه الزمني العام للمساحة المنزرعة بالطماطم على مستوى محافظة سوهاج، خلال الفترة من (١٩٩٦٨ - ٢٠١٣)، إتضح كما هو موضح بالجدول رقم (٢) أن هناك انخفاض في المساحة المنزرعة وهذا الانخفاض غير معنوي إحصائياً.

وبدراسة تطور الإنتاجية الفدان من محصول الطماطم تبين أن الإنتاجية الفدان قد بلغت نحو ٢٤,٦٩ طن في متوسط الفترة (١٩٩٨ - ٢٠٠١)، ثم زادت لتصل إلى ٢٨,٧٦ طن في متوسط الفترة (٢٠١٠ - ٢٠١٣) بزيادة قدرت بحوالي ٤,٠٧ طن عما كانت عليه، تمثل حوالي ١٦,٤٨% من الإنتاجية الفدان في متوسط الفترة (١٩٩٨ - ٢٠٠١).

وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الإنتاجية الفدان من محصول الطماطم على مستوى محافظة سوهاج، خلال الفترة (١٩٩٨ - ٢٠١٣)، إتضح كما هو بالجدول رقم (٢) أن هناك

زيادة معنوية إحصائياً في الإنتاجية الفدانية قدرت بحوالي ١,٤٨ طن سنوياً، تمثل حوالي ٥,٥٤ % من المتوسط العام للإنتاجية الفدانية خلال فترة الدراسة والبالغ نحو ٢٦,٧٢ طن. أما الإنتاج الكلي من الطماطم بالمحافظة فقد زاد من نحو ٢٧٣٢٧٢ طن في متوسط الفترة الأولى (١٩٩٨-٢٠٠١)، إلى ٢٩٧٦٧١ طن في متوسط الفترة الرابعة (٢٠١٠-٢٠١٣) بزيادة مقدارها ٢٤٣٩٩ طن، تمثل حوالي ٨,٩٣ % من الإنتاج في متوسط الفترة الأولى (١٩٩٨-٢٠٠١).

وعند دراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الإنتاج الكلي من محصول الطماطم في محافظة سوهاج، خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٣)، إتضح كما هو بالجدول رقم (٢) أن هناك زيادة غير معنوية إحصائياً في الإنتاج الكلي من المحصول.

أما السعر المزرعي من المحصول فقد بلغ نحو ٢٩٣,٠٥ جنيه/طن في متوسط الفترة الأولى (١٩٩٨-٢٠٠١)، وزاد ليصل إلى ٦٣٤,٤٣ جنيه/طن في متوسط الفترة الرابعة (٢٠١٠-٢٠١٣)، بزيادة قدرت بحوالي ٣٤١,٣٨ جنيه/طن، تمثل حوالي ١١٦,٥٠ % من السعر المزرعي في متوسط الفترة الأولى (١٩٩٨-٢٠٠١).

وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور السعر المزرعي من المحصول في محافظة سوهاج، خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٣)، إتضح كما هو بالجدول رقم (٢) أن هناك زيادة معنوية إحصائياً في السعر المزرعي بلغت نحو ١١٣,٣٩ جنيه سنوياً، تمثل نسبة ٢٦,٠٨ % من المتوسط العام للسعر المزرعي البالغ نحو ٤٣٤,٧٦ جنيه خلال الفترة.

وبدراسة تطور التكاليف الإنتاجية للفدان حيث بلغت التكاليف الإنتاجية للفدان نحو ٤٢٧٦ جنيه في متوسط الفترة الأولى (١٩٩٨-٢٠٠١)، وزادت لتصل إلى ٣٢٠٢ جنيه في متوسط الفترة الرابعة (٢٠١٠-٢٠١٣)، بزيادة قدرت بحوالي ٨٩٢٦ جنيه للفدان، تمثل حوالي ٣٠٨,٧ % من التكاليف الإنتاجية للفدان في متوسط الفترة الأولى (١٩٩٨-٢٠٠١).

وعند دراسة الاتجاه الزمني العام لتطور التكاليف الإنتاجية لفدان الطماطم في محافظة سوهاج خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٣)، إتضح كما هو بالجدول رقم (٢) أن هناك زيادة معنوية إحصائياً في التكاليف الإنتاجية بلغت نحو ٣٠١٢,٩ جنيه، تمثل نسبة ٣٨,١٣ % من المتوسط العام للتكاليف الإنتاجية البالغة نحو ٧٩٠١,٢٥ جنيه.

وبدراسة تطور التكاليف الكلية للفدان المنزرع بالطماطم تبين ان التكاليف الكلية الفدانية قد بلغت نحو ٥٤٧٦ جنيه في متوسط الفترة الأولى (١٩٩٨-٢٠٠١)، ثم زادت لتصل إلى ١٥٠٠٠ جنيه في متوسط الفترة الرابعة (٢٠١٠-٢٠١٣)، بزيادة قدرت بحوالي ٩٥٢٤ جنيه للفدان عما كانت عليه، تمثل حوالي ١٧٣,٩ % من التكاليف الكلية للفدان في متوسط الفترة الأولى (١٩٩٨-٢٠٠١).

وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور التكاليف الكلية من محصول الطماطم في محافظة سوهاج خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٣)، إتضح كما هو بالجدول رقم (٢) أن هناك زيادة معنوية إحصائياً في التكاليف الكلية بلغت نحو ٣٢٣٢,٣ جنيه سنوياً، تمثل حوالي ٣٤,٢٠ % من المتوسط العام للتكاليف الكلية البالغة نحو ٩٤٥٠,٧٥ جنيه.

أما عند دراسة تطور الإيراد الكلي لفدان الطماطم في محافظة سوهاج بلغ نحو ٧٣١٤,٥٢ جنيه في متوسط الفترة الأولى (١٩٩٨-٢٠٠١)، ثم زاد الإيراد الكلي ليصل إلى ١٨٢٤٦,٢١ جنيه في متوسط الفترة الرابعة (٢٠١٠-٢٠١٣)، بزيادة بلغت نحو ١٠٩٣١,٧ جنيه للفدان، تمثل حوالي ١٤٩,٤٥ % من الإيراد الكلي للفدان في متوسط الفترة الأولى (١٩٩٨-٢٠٠١).

وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الإيراد الكلي من محصول الطماطم في محافظة سوهاج، خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٣)، إتضح كما هو بالجدول رقم (٢) أن هناك زيادة معنوية إحصائياً في الإيراد الكلي بلغت نحو ٣٦٧٨ جنيه سنوياً، تمثل نسبة ٣١,٠٤ % من المتوسط العام للإيراد الكلي من محصول الطماطم البالغ نحو ١١٨٤٧,٢٣ جنيه.

وبدراسة تطور صافي العائد الكلي للفدان من محصول الطماطم في محافظة سوهاج بلغ نحو ١٨٣٨,٥ جنيهاً لمتوسط الفترة الأولى (١٩٩٨-٢٠٠١)، ثم زاد ليصل إلى ٣٢٤٦,٢ جنيهاً في متوسط الفترة الرابعة (٢٠١٠-٢٠١٣)، بزيادة قدرت بحوالي ٤٠٧,٧ جنيهاً للفدان، تمثل حوالي ٧٦,٥٦% من صافي العائد الكلي للفدان في متوسط الفترة الأولى (١٩٩٨-٢٠٠١).
وبدراسة الاتجاه الزمني العام لصافي العائد الكلي لفدان الطماطم في محافظة سوهاج، خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٣)، إتضح كما هو بالجدول رقم (٢) أن هناك زيادة معنوية احصائياً في صافي العائد الكلي قدرت بحوالي ٤٤٦,١٦ جنيهاً سنوياً، تمثل نسبة ١٨,٦١% من المتوسط العام لصافي العائد الفداني لمحصول الطماطم البالغ نحو ٢٣٩٦,٤٥ جنيهاً.
وبدراسة العائد على جنيه المستثمر لفدان الطماطم في محافظة سوهاج حيث بلغ العائد على جنيه المستثمر ٠,٣٣ جنيهاً في متوسط الفترة الأولى (١٩٩٨-٢٠٠١)، ثم نقص ليصل إلى ٠,٢٢ جنيهاً في متوسط الفترة الرابعة (٢٠١٠-٢٠١٣)، بنقص مقداره حوالي ٠,١١ جنيهاً، تمثل حوالي ٣٥% من العائد على جنيه المستثمر لمتوسط الفترة الأولى (١٩٩٨-٢٠٠١).

وعند دراسة الاتجاه الزمني العام للعائد على جنيه المستثمر لمحصول الطماطم في محافظة سوهاج خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٣)، إتضح كما هو بالجدول رقم (٢) أن هناك نقص في العائد على جنيه المستثمر قدرت بحوالي ٤,٤٧ جنيهاً، وتمثل نسبة ١٦,٣٩% من المتوسط العام للعائد على جنيه المستثمر لفدان الطماطم في محافظة سوهاج البالغ نحو ٢٧,٢٧ جنيهاً خلال هذه الفترة.

جدول رقم (1): تطور المساحة والإنتاج والإنتاجية وصافي عائد الفدان من محصول الطماطم في محافظة سوهاج خلال الفترة (١٩٩٨/١٩٩٩-٢٠١٣/٢٠١٤).

| السنوات | المساحة | الإنتاجية | الإنتاج | السعر المزرعى | الإيراد الكلى | التكاليف الإنتاجية | التكاليف الكلية | صافى العائد | العائد على الجنيه المستثمر |
|---------------|---------|-----------|----------|---------------|---------------|--------------------|-----------------|-------------|----------------------------|
| ١٩٩٨ | ١١١٣٥ | ٢٤,٩٠ | ٢٧٧٢٦١ | ٢٨٥,٣٠ | ٧١٠٣,٩٧ | ٣٩٧٦ | ٥٢٧٦ | ١٨١٩,٢٥ | ٣٤,٤٨ |
| ١٩٩٩ | ١١٠٠٠ | ٢٤,٤٨ | ٢٦٩٢٨٠ | ٣٠٠,٧٦ | ٧٤٦٢,٠٠ | ٣٩٦٦ | ٥٢٧٦ | ١٨١٩,٢٥ | ٣٤,٤٨ |
| ٢٠٠٠ | ١١٢٥٠ | ٢٤,٧٠ | ٢٧٧٨٦٤ | ٢٧٦,٤٤ | ٦٩٣٧,٧٩ | ٤٥٨٥ | ٥٦٧٦ | ١٨٥٧,٧٥ | ٣٢,٧٢ |
| ٢٠٠١ | ١٠٨٨٧ | ٢٤,٦٨ | ٢٦٨٦٨٠ | ٣٠٩,٧٦ | ٧٧٥٤,٥٥ | ٤٥٨٥ | ٥٦٧٦ | ١٨٥٧,٧٥ | ٣٢,٧٢ |
| المتوسط | ١١٠٦٨ | ٢٤,٦٩ | ٢٧٣٢٧٢ | ٢٩٣,٠٥ | ٧٣١٤,٥٢ | ٤٢٧٦ | ٥٤٧٦ | ١٨٣٨,٥ | ٣٣,٥٧ |
| ٢٠٠٢ | ١٤٥١٠ | ٢٤,٤٧ | ٣٥٥١٢٦ | ٣٥٧,٩٢ | ٨٧٥٨,٣٠ | ٤٩٥٤ | ٦٥٨٨ | ١٩٠٠ | ٢٨,٨٤ |
| ٢٠٠٣ | ١٣٠١٠ | ٢١,٧٩ | ٢٨٣٥٤٧ | ٤٣٢,٤٥ | ٩٤٢٣,٠٨ | ٥١٩٢ | ٦٥٨٨ | ١٩٠٠ | ٢٨,٨٤ |
| ٢٠٠٤ | ١٥٢٠١ | ٢٧,٦١ | ٤١٩٦٤٤ | ٣٤٨,٦٥ | ٩٦٢٦,٢٣ | ٥٤٤٩ | ٦٩٨٨ | ٢٣٦٢,٦ | ٣٣,٨٠ |
| ٢٠٠٥ | ١٨٤٠٤ | ٢٧,٨٤ | ٥١٢٣٣٤ | ٢٦٤,٥٣ | ٧٣٦٤,٥١ | ٥٩٥٧ | ٦٩٨٨ | ٢٣٦٢,٦ | ٣٣,٨٠ |
| المتوسط | ١٥٢٨١ | ٢٥,٤٢ | ٣٩٢٦٦٢ | ٣٥٠,٨٨ | ٨٩١٩,٣٧ | ٥٣٨٨ | ٦٧٨٨ | ٢١٣١,٣ | ٣١,٣٩ |
| ٢٠٠٦ | ١١٤٨١ | ٢٨,٣٢ | ٣٢٥١٦١ | ٣٦٧,٢١ | ١٠٣٩٦,٣٨ | ٧٢٥٦ | ١٠٢٣٩ | ٢١٦٩,٨ | ٢١,١٩ |
| ٢٠٠٧ | ١٢٣٥٧ | ٢٦,٤٥ | ٣٢٦٧٩٨ | ٤٦٦,٨٧ | ١٢٣٤٨,٧١ | ٧٨٣٥ | ١٠٢٣٩ | ٢١٦٩,٨ | ٢١,١٩ |
| ٢٠٠٨ | ١٥٢٧١ | ٢٨,٤٥ | ٤٣٤٤٦٧ | ٤٩٢,٠٨ | ١٣٩٩٩,٦٧ | ٩٦٧٦ | ١٠٨٣٩ | ٢٥٦٩,٨ | ٢٣,٧٠ |
| ٢٠٠٩ | ١٢٩٤٥ | ٢٨,٨٦ | ٣٧٣٦٩٦ | ٥١٦,٦٥ | ١٤٩١٠,٥٢ | ١٠١٩١ | ١٠٨٣٩ | ٢٥٦٩,٨ | ٢٣,٧٠ |
| المتوسط | ١٣٠١٤ | ٢٨,٠٢ | ٣٦٥٠٣٠ | ٤٦٠,٧٠ | ١٢٩٠٨,٨٢ | ٨٧٣٩ | ١٠٥٣٩ | ٢٣٦٩,٨ | ٢٢,٤٨ |
| ٢٠١٠ | ١٠٥٩٨ | ٢٨,٩٦ | ٣٠٦٩٤٧ | ٤٩٩,٥٧ | ١٤٤٦٧,٥٤ | ١١١٢٣ | ١٣٠٠٠ | ٣٠٤٦,٠ | ٢٣,٤٣ |
| ٢٠١١ | ١٠٧٤٠ | ٢٩,٠٧ | ٣١٢٢١٢ | ٥٩٢,٥٧ | ١٧٢٢٦,٠٠ | ١٢٢٢٧ | ١٣٠٠٠ | ٣٠٤٦,٠ | ٢٣,٤٣ |
| ٢٠١٢ | ١١٧٢٣ | ٢٩,١٥ | ٣٤١٧٢٥ | ٦٤٢,٢٠ | ١٨٧٢٠,١٣ | ١٣٢٢٩ | ١٧٠٠٠ | ٣٤٤٦,٠ | ٢٠,٢٠ |
| ٢٠١٣ | ٨٢٤٢ | ٢٧,٨٨ | ٢٢٩٨٠٢ | ٨٠٣,٣٩ | ٢٢٣٩٨,٥١ | ١٦٢٣٠ | ١٧٠٠٠ | ٣٤٤٦,٠ | ٢٠,٢٧ |
| المتوسط | ١٠٣٢٥ | ٢٨,٧٦ | ٢٩٧٦٧١ | ٦٣٤,٤٣ | ١٨٢٤٦,٢١ | ١٣٢٠٢ | ١٥٠٠٠ | ٣٢٤٦,٠ | ٢١,٦٤ |
| المتوسط العام | ١٢٤٢٢ | ٢٦,٧٢ | ٣٥٧١٥٨,٨ | ٤٣٤,٧٦ | ١١٨٤٧,٢٣ | ٧٩٠١,٢٥ | ٩٤٥٠,٧٥ | ٢٣٩٦,٤٥ | ٢٧,٢٧ |

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات وزارة الزراعة واستصلاح الأراضى، الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعى، النشرة الإقتصادية، أعداد متفرقة.
 - مديرية الزراعة بسوهاج، قسم الإحصاء، بيانات غير منشورة.

جدول رقم (٢): الاتجاهات الزمنية العامة لتطور المساحة المنزرعة، والإنتاجية الفدانية، الإنتاج الكلي، السعر المزرعي، الإيراد الكلي، التكاليف الإنتاجية والكلية وصافي العائد والعائد على الجنيه المستثمر لمحصول الطماطم في محافظة سوهاج خلال الفترات من (١٩٩٨ - ٢٠١٣).

| البيان | معادلة الإتجاه العام | ر ^٢ | T | المتوسط | معدل التغير المئوي % |
|-----------------------------------|---|----------------|---------|----------|----------------------|
| المساحة بالفدان | ص ^١ = ٤٤٩,٦ - ١٣٥٤٦ س هـ | ٠,٠٦٨ | (٠,٣٨٣) | ١٢٤٢٢ | ٣,٦٢ |
| الإنتاجية الفدانية بالطن | ص ^١ = ١,٤٨ + ٢٣,٠٢ س هـ | ٠,٩٤ | ٥,٦١٥ | ٢٦,٧٢ | ٢٢,٠٢ |
| الإنتاج الكلي بالطن | ص ^١ = ٤٥٥٦,٥ + ٣٢٠٧٦٧,٥ س هـ | ٠,٠١١ | ٠,١٤٩ | ٣٣٢١٥٨,٨ | ١,٣٧ |
| السعر المزرعي بالجنيه | ص ^١ = ١١٣,٣٩ + ١٥١,٢٧ س هـ | ٠,٩٥ | ٦,١٨١ | ٤٣٤,٧٦ | ٢٦,٠٨ |
| الإيراد الكلي للفدان | ص ^١ = ٣٦٧٨ + ٢٦٥١,١ س هـ | ٠,٩٥ | ٦,١٨ | ١١٨٤٧,٢٣ | ٣١,٠٤ |
| التكاليف الإنتاجية للفدان بالجنيه | ص ^١ = ٣٠١٢,٩ + ٣٩٦ س هـ | ٠,٩٤ | ٥,٦٢٣ | ٧٩٠١,٢٥ | ٣٨,١٣ |
| التكاليف الكلية للفدان بالجنيه | ص ^١ = ٣٢٣٢,٣ + ١٣٧٠ س هـ | ٠,٩٥ | ٦,٣٠٥ | ٩٤٥٠,٧٥ | ٣٤,٢٠ |
| صافي العائد الكلي للفدان بالجنيه | ص ^١ = ٤٤٦,١٦ + ١٢٨١ س هـ | ٠,٩٠ | ٤,٢٧١ | ٢٣٩٦,٤٥ | ١٨,٦١ |
| العائد على الجنيه المستثمر % | ص ^١ = ٤,٤٧ - ٣٨,٤٤ س هـ | ٠,٨٩ | (٤,١٨٦) | ٢٧,٢٧ | ١٦,٣٩ |

المصدر : حسب من بيانات جدول رقم (٢)

معنوية عند مستوى ١* ، ٥* %

الأرقام بين القوسين سالبة

ثانياً: الأسعار والهوامش التسويقية لمحصول الطماطم في محافظة سوهاج:

يمثل الهامش التسويقي الفرق بين السعر الذي يبيع به الناتج والسعر الذي يدفعه المستهلك وذلك لكميات فيزيقية معادلة، ويعتبر تقييم الهوامش التسويقية من أوسع الطرق إنتشاراً لتقييم أداء السوق، وتتضمن تكاليف الخدمات التسويقية والتي تختلف تبعاً لنوع السلعة وطبيعتها ونقل السلعة من المنتج إلى المستهلك.

وعند دراسة تطور المتوسط البسيط لأسعار الجملة والتجزئة والسعر المزرعي، وكذلك التكاليف الإنتاجية للطن من الطماطم خلال فترات الدراسة، قد تبين كما هو وارد بالجدول رقم (٣) أن الأسعار المزرعية قد ارتفعت في الفترة ٢٠٠٥/٢٠٠٢ بنحو ١٩,٧٣ % عما كانت عليه في متوسط الفترة ١٩٩٨/٢٠٠١، بينما ارتفعت التكاليف الإنتاجية بمقدار ٢٢,٣٨ % خلال فترتي المقارنة، وأيضاً تزايدت متوسط الأسعار المزرعية بنحو ٣١,٢٩ %، والتكاليف الإنتاجية بنحو ٤٧,١٤ % خلال الفترة (٢٠٠٩/٢٠٠٦) مقارنة بالفترة (٢٠٠٥/٢٠٠٢)، وتزايدت متوسط الأسعار المزرعية بنحو ٣٧,٧٧ %، والتكاليف الإنتاجية بنحو ٤٧,١٩ % خلال الفترة (٢٠١٣/٢٠١٠) بمقارنتها بالفترة (٢٠٠٩/٢٠٠٦) ، وكذلك أيضاً تزايدت متوسط الأسعار المزرعية بنحو ١١٦,٤٩ %، والتكاليف الإنتاجية بنحو ١٦٥,٠٦ % خلال الفترة (٢٠١٣/٢٠١٠) مقارنة بالفترة (٢٠٠١/١٩٩٨)، وتزايدت الأسعار المزرعية بنحو ٨٠,٨١ %، والتكاليف الإنتاجية بنحو ١١٦,٥٨ % خلال الفترة (٢٠١٣/٢٠١٠) مقارنة بالفترة (٢٠٠٥/٢٠٠٢).

هذا وفيما يتعلق بأسعار الجملة والتجزئة في نفس فترات الدراسة، وقد وجد أن تزايد الأسعار المزرعية والجملة والتجزئة يكاد يكون بنسب زيادة متوازنة في فترات الدراسة، عدا الفترتين من عام ٢٠٠٢ إلى ٢٠٠٩، مما يعكس تناسق النظام التسويقي.

وبالنسبة للهوامش التسويقية كما هو موضح بالجدول رقم (٤)، ووفقاً لتلك النتائج تبين أن الهامش التسويقي المطلق لتاجر التجزئة كان أكبر من الهامش المطلق لتاجر الجملة في معظم فترات الدراسة، أما الهامش النسبي البيعي على مستوى تاجر الجملة فكان منخفضاً مقارنة بمثيله على مستوى تاجر التجزئة وقد يعزى ذلك إلى طبيعة محصول الطماطم باعتباره من المحاصيل التي لا تتحمل عمليات النقل والقابلية للتخزين، مما انعكس في انخفاض الخدمات التسويقية المقدمة من قبل تجار الجملة.

جدول رقم (٣): السعر المزرعي والجملة والمستهلك وإجمالي التكاليف الإنتاجية للطماطم بالجنيه للطن خلال فترات الدراسة.

| فترة الدراسة | السعر المزرعي بالجنيه/طن | سعر الجملة بالجنيه/طن | سعر المستهلك بالجنيه/طن | تكاليف إنتاج الطماطم من |
|--|--------------------------|-----------------------|-------------------------|-------------------------|
| الأولى ١٩٩٨ - ٢٠٠١ | ٢٩٣,٠٥ | ٣٩٦- | ٥٦٠ | ١٧٣,١٩ |
| الثانية ٢٠٠٢ - ٢٠٠٥ | ٣٥٠,٨٨ | ٤٧٠ | ٦٤٠ | ٢١١,٩٦ |
| الثالثة ٢٠٠٦ - ٢٠٠٩ | ٤٦٠,٧٠ | ٥٨٨ | ٧٦٠ | ٣١١,٨٨ |
| الرابعة ٢٠١٠ - ٢٠١٣ | ٦٣٤,٤٣ | ٧٧٠ | ٩٧٠ | ٤٥٩,٠٧ |
| معدل التغير بين الفترتين (٢٠٠٥/٢٠٠٢ - ٢٠٠١/١٩٩٨) | ١٩,٧٣ | ١٨,٦٨ | ١٤,٢٨ | ٢٢,٣٨ |
| معدل التغير بين الفترتين (٢٠٠٩/٢٠٠٦ - ٢٠٠٥/٢٠٠٢) | ٣١,٢٩ | ٢٥,١٠ | ١٨,٧٥ | ٤٧,١٤ |
| معدل التغير بين الفترتين (٢٠١٣/٢٠١٠ - ٢٠٠٩/٢٠٠٦) | ٣٧,٧٧ | ٢٣,٩٤ | ٢٧,٦٣ | ٤٧,١٩ |
| معدل التغير بين الفترتين (٢٠١٣/٢٠١٠ - ٢٠٠١/١٩٩٨) | ١١٦,٤٩ | ٩٤,٤٤ | ٧٣,٢١ | ١٦٥,٠٦ |
| معدل التغير بين الفترتين (٢٠١٣/٢٠١٠ - ٢٠٠٥/٢٠٠٢) | ٨٠,٨١ | ٦٣,٨٢ | ٥١,٦٥ | ١١٦,٥٨ |

المصدر: جمعت وحسبت من عينة الدراسة.

وعند حساب نصيب المزارع من سعر التجزئة للطماطم، فقد تبين أنه شكل نسبة كبيرة من سعر المستهلك مقارنة بنصيب الوسطاء التسويقيين حيث بلغ حوالي ٥٢,٣٣%، ٥٤,٨٢%، ٦٠,٦١%، ٦٥,٤٠% لفترات الدراسة على الترتيب مقابل ٥٥,٢٧%، ٥١,٩٠%، ٤٤,٢٧%، ٣٨,٢١% لأنصبة الوسطاء التسويقيين خلال نفس فترات الدراسة، مما يعكس تميزاً واضحاً في نصيب المزارع من سعر المستهلك مقارنة بأنصبة الوسطاء، إلا أنها كانت بمعدلات متناقصة في الفترة ما بين (٣، ٤)، ومن ذلك يتبين أن السياسات التسعيرية والتسويقية للطماطم انعكست على منتجي الطماطم من خلال إرجاع النصيب الأوفر من السعر الذي يدفعه المستهلك النهائي لهؤلاء المنتجين مقابل ما يحصل عليه الوسطاء التسويقيين، وما يستتبع ذلك من وجود تحسن في كفاءة النظام التسويقي للطماطم في محافظة سوهاج.

جدول رقم (٤): الهوامش والانتشار السعري ونصيب المزارع من جنيه المستهلك والكفاءة التسويقية للطماطم خلال فترات الدراسة.

| فترة الدراسة | هامش الجملة | | هامش التجزئة | | مجموع الفروق المطلقة | مجموع الفروق النسبية % | نصيب المزارع من جنيه المستهلك % | الكفاءة التسويقية % |
|---------------------------------|----------------------|--------------------------|-------------------------------|--------------------------|----------------------|------------------------|---------------------------------|---------------------|
| | النسبي البيعي المطلق | النسبي البيعي جنييه/طن % | النسبي البيعي المطلق جنييه/طن | النسبي البيعي جنييه/طن % | | | | |
| الأولى | ١٠٢,٩٥ | ٢٥,٩٩ | ١٦٤ | ٢٩,٢٨ | ٢٦٦,٩٥ | ٥٥,٢٧ | ٥٢,٣٣ | ٣٩,٣٥ |
| الثانية | ١١٩,١٢ | ٢٥,٣٤ | ١٧٠ | ٢٦,٥٦ | ٢٨٩,١٢ | ٥١,٩٠ | ٥٤,٨٢ | ٣٩,٧٦ |
| الثالثة | ١٢٧,٣٠ | ٢١,٦٤ | ١٧٢ | ٢٢,٦٣ | ٢٩٩,٣ | ٤٤,٢٧ | ٦٠,٦١ | ٥١,٠٣ |
| الرابعة | ١٣٥,٥٧ | ١٧,٦٠ | ٢٠٠ | ٢٠,٦١ | ٣٣٥,٥٧ | ٣٨,٢١ | ٦٥,٤٠ | ٥٧,٨٢ |
| معدل التغير بين الفترتين (٢، ١) | ١٥,٧٠ | ٠,٦٥- | ٣,٦٥ | ٩,٢٨- | ٨,٣٠ | ٦,٠٩- | ٤,٧٥ | ٠,٤١ |
| معدل التغير بين الفترتين (٣، ٢) | ٦,٨٦ | ١٤,٦٠- | ١,١٨ | ١٤,٧٩- | ٧,٦٧ | ١٤,٧٠- | ١١,٠٦ | ١١,٢٧ |
| معدل التغير بين الفترتين (٤، ٣) | ٦,٤٩ | ١٨,٦٦- | ١٦,٢٧ | ٨,٩٢- | ١٢,١٠ | ١٣,٦٩- | ٧,٩٠ | ٦,٧٩ |
| معدل التغير بين الفترتين (٤، ١) | ٣١,٦٨ | ٣٢,٢٨- | ٢١,٩٥ | ٢٩,٦١- | ٢٥,٧٠ | ٣٠,٨٦- | ٢٤,٩٧ | ١٨,٤٧ |
| معدل التغير بين الفترتين (٤، ٢) | ١٣,٨٠ | ٣٠,٥٤- | ١٧,٦٤ | ٢٢,٤٠- | ١٦,٠٦ | ٢٦,٣٧- | ١٩,٢٩ | ١٨,٠٦ |

المصدر: جمعت وحسبت من جدول رقم (١).

ثالثاً: الكفاءة التسويقية لمحصول الطماطم في محافظة سوهاج :

تقاس الكفاءة التسويقية باستخدام المعادلة التالية:

الكفاءة التسويقية = $100 -$ [جملة التكاليف التسويقية / (جملة التكاليف التسويقية + التكاليف الإنتاجية)] $\times 100$ وعندما تتساوى الهوامش التسويقية مع التكاليف الإنتاجية فإن الكفاءة التسويقية تتساوى 50% ، وتكون الكفاءة التسويقية منخفضة إذا كان ناتج المعادلة أقل من 50% .

ومن جدول رقم (٤) أيضاً، تبين أنه بتقدير الكفاءة التسويقية للطماطم، جاءت تلك التقديرات متزايدة خلال فترات الدراسة من الفترة الأولى إلى الفترة الرابعة، حيث تزايدت من $39,35\%$ في الفترة الأولى إلى $39,76\%$ ، $51,03\%$ ، $57,82\%$ في الفترة الثانية والثالثة والرابعة على الترتيب، ومن هذه النتائج المقدرة للكفاءة التسويقية تبين أنها منخفضة وتقل عن 50% في الفترة الأولى والثانية وهذا يعني أن التكاليف التسويقية للطماطم في المحافظة تقل عن تكاليف إنتاجها خلال فترات الدراسة الأولى والثانية، وهذا يعكس انخفاض الأرباح التي يحصل عليها الوسيطاء خلال المراحل التسويقية الأولى والثانية على عكس المرحلتين الثالثة والرابعة حيث تزيد التكاليف التسويقية عن التكاليف الإنتاجية مما يعكس ارتفاع الأرباح التي يحصل عليها الوسيطاء خلال تلك المرحلتين.

مما سبق فقد توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

- ١- تجارة الطماطم بالمحافظة يتحكم فيها عدد كبير من تجار الجملة.
- ٢- تتأثر الهوامش التسويقية بسعر الطماطم.
- ٣- تزيد الهوامش التسويقية المطلق لتاجر الجملة ولتاجر التجزئة زيادة مطردة خلال فترات الدراسة.
- ٤- الأسعار المزرعية لا تؤثر على المساحة المنزرعة من الطماطم .
- ٥- تناقصت تقديرات الكفاءة التسويقية للطماطم خلال فترات الدراسة وتخطت نسبة 50% في الفترتين الأولى والثانية ، وهذا يعني أن التكاليف التسويقية للطماطم في المحافظة تزيد عن تكاليف إنتاجها خلال تلك الفترتين على عكس الفترة الثالثة والرابعة، ومن ثم فإن الدراسة توصي بمجموعة من التوصيات التالية:

- ١- العمل على علاج المشكلات الإنتاجية والتسويقية التي تواجه مزارعي الطماطم بصفة عامة وفي محافظة سوهاج بصفة خاصة عن طريق إنشاء صندوق لموازنة الأسعار وحماية المنتجين من تذبذب الأسعار حتى يتمكن المنتج من الحصول على عائد مجزى يتناسب مع تكاليف إنتاج المحصول .
- ٢- تسهيل الحصول على القروض وذلك لمساعدة المزارعين في مواجهة احتكار التجار من ناحية وارتفاع أسعار تكاليف الإنتاج من ناحية أخرى .
- ٣- توفير أصناف محلية لشتلات الطماطم عالية الإنتاجية وتتناسب مع الظروف المحلية ومن مصدر موثوق به حتى لا تسبب خسائر فادحة للمنتجين مما يزيد من المخاطرة الإنتاجية مما لا يشجع المنتجين على زراعة المحصول .
- ٤- إرشاد الزراع إلى الأصناف ذات الإنتاجية المرتفعة مما يؤدي إلى انخفاض متوسط التكاليف الثابتة بالنسبة للوحدة المنتجة، حيث تسهم هذه الأصناف ذات الإنتاجية المرتفعة في بلوغ حجم الإنتاج الذي يعظم الربح .

ملخص الدراسة:

يعتبر محصول الطماطم غذاء إستراتيجي وله أهمية إنتاجية واستهلاكية كبيرة، لذا فإن النظام التسويقي للطماطم وكفاءته له أهمية كبيرة بالنسبة للإقتصاد المصري ، فإنخفاض الكفاءة التسويقية للنظام التسويقي للطماطم يترتب عليها خسارة كبيرة للمنتجين والمستهلكين، انتهت

الدراسة إلى أن الهوامش التسويقية تتأثر بأسعار الطماطم، وأن الأسعار المزرعية لا تؤثر على الإنتاج من الطماطم، وأن الهامش التسويقي المطلق لتاجر الجملة ولتاجر التجزئة يزيد زيادة مطردة، وكذلك تزايدت تقديرات الكفاءة التسويقية للطماطم خلال فترات الدراسة من الأولى حتى الفترة الرابعة.

المراجع:

- ١- "الدليل الإحصائي لتسويق المحاصيل الزراعية في مصر"، وزارة الزراعة، معهد بحوث الاقتصاد الزراعي، قسم بحوث التسويق، العدد الثالث، الجزء الأول، التسويق الداخلي، ٢٠٠١.
- ٢- سامية محمد عبد الفتاح (دكتور)، إيمان فريد أمين قدوس (دكتور)، "دراسة اقتصادية لتكاليف إنتاج الطماطم الشتوي في جمهورية مصر العربية"، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الحادي والعشرون، مارس، ٢٠١١.
- ٣- غادة على محمد الدمراوى، "تقييم إقتصادي للمنظومة التسويقية لحاصلات الخضري في مصر وإمكانيات تطويرها"، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٧.
- ٤- صلاح على صالح فضل الله (دكتور)، عبد المجيد أبو المجد (دكتور) وعلى عبد الجليل (دكتور)، محمد سليمان وديعة الله (دكتور)، "الكفاءة الاقتصادية والتسويقية لمحصول الطماطم على المستوى القومي وفي محافظة قنا"، مجلة أسيوط للعلوم الزراعية، المجلد التاسع والثلاثون، العدد الثاني، ٢٠٠٨.
- ٥- عبد المجيد أبو المجد (دكتور)، "محاضرات في التسويق الزراعي"، أسيوط، ١٩٨٣.
- ٦- محمد سيد شحاتة (دكتور) وشوقي غنيم (دكتور)، أحمد أبو رواش (دكتور)، ناصر محمد عوض (دكتور)، "دراسة اقتصادية لتسويق الطماطم في مصر"، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد السادس عشر، العدد الثالث، سبتمبر، ٢٠٠٦.
- ٧- يوسف محمد حمادة عبد الرحمن (دكتور)، "تقدير دالة الطلب لمحصول الطماطم في جمهورية مصر العربية"، مجلة الأزهر للبحوث الزراعية، العدد السابع والثلاثين، يونيو، ٢٠٠٣.
- ٧ - مديرية الزراعة بسوهاج، "سجلات قسم الإحصاء"، ٢٠١٣.
- ٨- محافظة سوهاج، "مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار"، ٢٠١٣.
- ٩- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي، "نشرة الإقتصاد الزراعي"، أعداد مختلفة، القاهرة، ٢٠١٣.

Marketing Efficiency of the Tomato Crop in Sohag Governorate

Mmdouh E. Mahmoud and Hatem M. El-Sanousy

Agric. Econ. Res. Inst. - Agric. Res. Center, Dokki, Egypt

Summary of the Study:

Tomato crop is considered an important food crops in Egypt. It is used in domestic consumption and exports to other countries, to increase its competitiveness in foreign markets.

Tomato strategic food crop is and has been important productivity and Consumer, so the marketing system for tomato and efficiency is of great importance for the economy of Egypt, Reduced marketing efficiency of the system catalog of tomato result in a great loss for producers and consumers, have been some marketing indicators of tomato such as margins absolute marketing and relative measurement, and spread and price per farmer producer of consumer payments, and efficiency of marketing. The study concluded that marketing margins affected tomato prices, and prices of farm affect the production of tomato, and that margins the absolute marketing for wholesaler and retailer than a steady increase, as well as decreased marketing efficiency of tomato estimates during periods The first three study except the fourth period, some high and more than 50% on one and two periods, this means that marketing costs for tomato in this period of more than production costs during the periods mentioned.