J. Agric. & Env. Sci. (Damanhour University) 2022, 21(3): 143-161
Print: ISSN 1687-1464 Online: 2735-509

دراسة اقتصادية لأثر الفاقد التسويقي لأهم المحاصيل الزراعية في مصر

د/ نعمة فتحي محمد الشامي د/ أسماء أبومسلم عبد الخالق أبومسلم

قسم الاقتصاد الزراعي وإدارة الأعمال الزراعية- كلية الزراعة-جامعة المنوفية

الملخص:

تتمثل مشكلة الدراسة في ارتفاع كميات الفاقد التسويقي للمحاصيل الزراعية في مصر، حيث يشير تقرير منظمة الأغذية والزراعة بالأمم المتحدة إلى أن نسبة الفاقد التسويقي في مصر من الحبوب بلغت 13-15% من الحبوب المستوردة والمنتجة محليا، ونحو 14% من البرتقال، 15% من الطماطم، مما يحد من قدرة مصر علي خلق فائض للتصدير منها، وقد أوضحت استراتيجية التنمية الزراعية المستدامة 2030 أن تقديرات نسب الفاقد التسويقي تتجاوز 30% في الخضر والفاكهة، 20% من البقول، و10% من الحبوب، لذلك يعد الفاقد التسويقي من التحديات الرئيسية للتنمية الزراعية، ويتسبب الفاقد التسويقي في نسبة خسائر مالية تتراوح ما بين 10 – 15% من إجمالي قيمة الناتج الزراعي،كما تبين ارتفاع متوسط نسبة الفاقد التسويقي لمحاصيل الدراسة للفترة (2010-2020) عن نظيره في الفترة (1999-2009).

وقد استهدفت الدراسة التعرف علي الآثار الاقتصادية للفاقد التسويقي خلال الفترة (2010-2020) و تقدير اثر خفضه إلى ما كان عليه في خلال الفترة (1999-2009)، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع قيمة الفاقد النقدي الناجم من الفاقد التسويقي لمحاصيل الدراسة وأنه في حالة خفض نسبة الفاقد لتلك المحاصيل يترتب علي ذلك إنخفاض قيمة الفاقد النقدي وإنخفاض الهوامش التسويقية للكمية المسوقة مما يترتب عليه إنخفاض أسعار المستهلكين وزيادة أسعار المنتجين، بالإضافة إلى تحسين الميزان التجاري الزراعي بخفض قيمة الواردات من المحاصيل الاستيرادية بحوالي 9.1 مليار جنيه، وزيادة المتاح للتصدير حيث فرضت الدراسة انه اذا تم توجية الكمية المكتسبة من خفض الفاقد التسويقي الي الصادرات فان ذلك يزيد من قيمة الصادرات من المحاصيل التصديرية بحوالي 12.3 مليار جنيه ويؤدي إلى خفض العجز في الميزان التجاري الزراعي بحوالي 21 مليار جنيه.

ومن أهم توصيات الدراسة لخفض الفاقد التسويقي من المحاصيل الزراعية، الاهتمام بالمنظومة التسويقية للمحاصيل الزراعية، قيام المؤسسات التسويقية والهيئات المعنية بالتسويق بجمع البيانات واجراء أبحاث تحليلية لتطوير السياسيات، ووضع الأولويات وبرامج علمية من أجل تخفيض الفاقد التسويقي من المحاصيل الزراعية.

الكلمات الدالة: الفاقد التسويقي – فاقد المحاصيل التصديرية- فاقد المحاصيل المستوردة - الميزان التجاري الزراعي- الهوامش التسويقية.

J. Agric. & Env. Sci. (Damanhour University) 2022, 21(3): 143-161
Print: ISSN 1687-1464 Online: 2735-509

المقدمة:

تتعدد المفاهيم للفاقد من المحاصيل الزراعية الي الفاقد (الإنتاجي- التسويقي)، فاقد (ما قبل الحصاد -فاقد الحصاد- فاقد ما بعد الحصاد) ،فاقد (نوعي -كمي- وتحويل غذاء الانسان الي غذاء حيواني) وقد أشارت استراتيجية التنمية الزراعية المستدامة 2030 إلى أنه بالرغم من تعدد التقديرات التي وضعت لتقدير الفاقد بأنواعه من المحاصيل الزراعية في مصر الا أن أكثر التقديرات تشير الي أنه يمثل نسبة تناهز 20% من الدخل الزراعي سنويا، كما أشارت أيضا الي أهمية تدارك ووطأة الفاقد التسويقي علي دخول المزارعين، حيث تتدني أسعارهم بسبب هذا الفاقد من ناحية، كذلك علي المستهلكين الذين يتحملون جانب من تكلفة هذا الفاقد من ناحية أخري ونظرا لعدم توافر بيانات عن الفاقد في مراحله المختلفة أو للعمليات التسويقية المختلفة فان الدراسة تتناول الفاقد التسويقي بشكل عام لأهم المحاصيل الزراعية وتقدير حجم الخسائر الناجمة منه، كما أشارت استراتيجية التنمية الزراعية المستدامة 2030 الي أنه لاتزال نسب الفاقد التسويقي للمحاصيل الزراعية في مصر مرتفعة للغاية نتيجة إهمال الوظائف التسويقية الأساسية، وأنه يعد من أهم التحديات والمعوقات للتنمية الزراعية المستدامة في مصر، لذلك يعد تقليل الفاقد التسويقي هدفاً إستراتيجيا من أهدافها لتخفيف العبء علي الميزان الغذائي والتجاري، كما تشير منظمة الأغذية والزراعة بالأمم المتحدة في تقريرها حول انعدام الأمن الغذائي في الشرق الأدنى وشمال إفريقيا 2015 إلى أن نسب الفاقد التسويقي في مصر من الحبوب بلغت 13-15% من الحبوب المستوردة والمنتجة محليا، كما بلغت نسبته من البرتقال 14%، والطماطم 15% مما يحد من قدرة مصر على خلق فائض للتصدير منهما، ولذلك تهتم الدراسة بالتعرف على الآثار الاقتصادية للفاقد التسويقي لأهم المحاصيل الإستراتيجية في مصر وأثر خفضه على المقتصد المصري.

مشكلة الدراسة:

تشير استراتيجية التنمية الزراعية المستدامة 2030 إلى أن تقديرات نسب الفاقد التسويقي تتجاوز نحو 30% في الخضر والفاكهة، ونحو20% من البقول، ونحو 10% من الحبوب، وأن إجمالي الفاقد للمحاصيل الزراعية في مصر يسبب خسائر مالية تتراوح ما بين 10 – 15% من إجمالي قيمة الناتج الزراعي، مما يجعل الفاقد بأنواعه من التحديات الرئيسية للتنمية الزراعية. كما تشير بيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء إلى ارتفاع متوسط نسبة الفاقد التسويقي لمحاصيل القمح والذرة الشامية وفول الصويا والبطاطس والبصل والطماطم والبرتقال للفترة (2010-2020) عن نظيره في الفترة (1999-2009) حيث بلغ متوسط نسبة الفاقد لهذه المحاصيل نحو (4.5، 2.7، 2.9، 10.7، 5.4، 10.2، 10.2) كنسبة مئوية من المتاح للاستهلاك على الترتيب في الفترة (1999-2009) بينما بلغ نظيره في الفترة (2010-2020) نحو (16.8، 7.4، 6، 21، 17.9، 28.3، 20.5) على الترتيب، مما يزيد العبء على الميزان التجاري.

هدف الدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف على الآثار الاقتصادية للفاقد التسويقي لأهم المحاصيل الاستراتيجية خلال الفترة (2010-2020) وتقدير أثر خفضه إلى ما كان عليه خلال الفترة (1999-2009) على قيمة الفاقد النقدي الناتج عن ذلك الفاقد التسويقي، وعلى الهوامش التسويقية لهذه المحاصيل، وكذلك أثر هذا الفاقد على الميزان التجاري الزراعي، والوصول

J. Agric. & Env. Sci. (Damanhour University) 2022, 21(3): 143-161
Print: ISSN 1687-1464 Online: 2735-509

إلى أهم المقترحات والتوصيات التي تؤدي إلى إمكانية خفض نسبة الفاقد التسويقي لمحاصيل الدراسة بصفة خاصة والمحاصيل الزراعية بصفة عامة.

مصادر البيانات والطريقة البحثية:

اعتمدت الدراسة على البيانات المنشورة للمتاح للاستهلاك والفاقد التسويقي في مصر خلال الفترة (1999-2020) من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء وقطاع الشئون الاقتصادية بوزارة الزراعة المصرية، وموقع منظمة الأغذية والزراعة بالأمم المتحدة كما استعانت الدراسة بالتقارير الدولية التي تصدرها منظمة الأغذية والزراعة بالأمم المتحدة، والمنظمة العربية للتنمية الزراعية، والتقارير المحلية لمعهد التخطيط القومي بمصر، وغيره من الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي لدراسة الفاقد التسويقي وحالة الميزان الغذائي والتجاري لمحاصيل الدراسة والآثار الاقتصادية لخفض نسبة هذا الفاقد.

محاصيل الدراسة:

تم تحديد محاصيل الدراسة وفقا لأهميتها النسبية في الميزان التجاري الزراعي، وحجم الفجوة الغذائية من تلك المحاصيل، وارتفاع نسبة الفاقد منها مقارنةً بمحاصيل مجموعتها، ووفقا لبيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء تم اختيار محصولي القمح والذرة الشامية من محاصيل الحبوب والتي تشمل (القمح- الشعير- الذرة الشامية- الذرة الرفيعة- الأرز)، ومحصول فول الصويا من مجموعة المحاصيل الزيتية والتي تشمل(الكتان- القطن- الفول السوداني- فول الصويا- السمسم- عباد الشمس)، ومحصول البطاطس من مجموعة النشويات والتي تشمل (البطاطس- القلقاس- البطاطا)، ومحصول البصل من مجموعة البصل والثوم، والطماطم من مجموعة الخضروات والتي تضم جميع الخضر (الطماطم-الكرنب- الباذنجان -....الخ)، والبرتقال من مجموعة الموالح والتي تشمل (البرتقال- اليوسفي- الليمون المالح- الليمون الحلو). هذا وقد تم تقسيم محاصيل الدراسة إلى محاصيل استيرادية (القمح- الذرة- فول الصويا)، ومحاصيل تصديرية (البطاطس- الطماطم- البصل- البرتقال).

وتشير بيانات جدول (1) إلى الأهمية النسبية لنسبة الفاقد وأهمية محاصيل الدراسة في الميزان الغذائي والتجاري الزراعي خلال الفترة (2018-2020) حيث بلغ متوسط نسبة الفاقد من القمح حوالي 14% من إجمالي المتاح منه، ويمثل نسبة مرتفعة من متوسط فاقد الحبوب بلغت نحو 68%، كما بلغ متوسط نسبة الفجوة الغذائية منه نحو 61% مما يعكس زيادة الواردات منه لسد تلك الفجوة حيث بلغ متوسط قيمة واردات القمح نحو 19% من متوسط قيمة الواردات الزراعية البالغ نحو 267.2 مليار جنيه.

أما بالنسبة لمحصول الذرة الشامية فقد بلغت نسبة الفاقد منه نحو 7% من المتاح للاستهلاك، ونحو 26%من إجمالي فاقد الحبوب، وبلغت نسبة الفجوة الغذائية منه نحو 51%، ومثل متوسط قيمة وارداته نحو 9% من متوسط قيمة الواردات الزراعية. كما تشير بيانات نفس الجدول إلى ارتفاع متوسط نسبة الفجوة الغذائية من محصول فول الصويا حيث بلغ نحو 99% مما يعني الاعتماد شبه الكامل على الواردات من فول الصويا وأن متوسط نسبة الفاقد منه بلغ نحو 6% من المتاح للاستهلاك ومثل نسبة مرتفعة من فاقد المحاصيل

J. Agric. & Env. Sci. (Damanhour University) 2022, 21(3): 143-161
Print: ISSN 1687-1464 Online: 2735-509

الزيتية حيث بلغ نحو 92%، ومثلت قيمة وارداته نحو 11% من متوسط قيمة الواردات الزراعية.

جدول (1) الأهمية النسبية لمحاصيل الدراسة خلال الفترة (2018-2020).
(الكمية بالألف طن والقيمة بالمليار جنيه)

المحصول	كمية الفاقد التسويقي	كمية المتاح للاستهلاك	% الفاقد من المتاح للاستهلاك	% للفاقد من إجمالي فاقد مجموعته**	% الاكتفاء الذاتي	قيمة الواردات أو الصادرات	%من الواردات أو الصادرات
المحاصيل الاستيرادية							
القمح	3203.7	22268.7	14.39	67.76	39.03	50.44	18.88
الذرة	1232.3	16679	7.39	26.06	48.58	25.05	9.38
فول الصويا	241.6	4086.7	5.9	91.89	1.01	28.19	10.55
المحاصيل التصديرية							
البطاطس	1137.3	5066.7	22.45	94.12	112.0	4.36	4.95
البصل	450.3	2490.3	18.08	87.27	122.5	3.03	3.44
الطماطم	1914	65477.7	29.23	65.71	102.3	1.16	1.32
البرتقال	319.7	1419	22.53	62.56	223.4	11.99	13.61

*الذرة الشامية يشمل (البيضاء والصفراء)

** قدر متوسط كمية الفاقد من الحبوب والمحاصيل الزيتية والنشويات والخضراوات والبصل والثوم والموالح نحو 4727.7، 263، 1208.3، 2913، 516، 511 ألف طن خلال الفترة (2018-2020) لكل منهم على الترتيب.

المصدر: جمعت وحسبت من:

- بيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء، النشرة السنوية لحركة الانتاج والتجارة الخارجية والمتاح للاستهلاك من السلع الزراعية، أعداد مختلفة.
- بيانات وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة إحصاءات التجارة الخارجية للصادرات والواردات الزراعية.

كما أوضحت بيانات نفس الجدول أن محاصيل (البطاطس والبصل والطماطم والبرتقال) جميعها تحقق اكتفاء ذاتي وهناك فائض للتصدير حيث بلغ متوسط نسبة الاكتفاء الذاتي لها نحو 112، 123، 102، 223% على الترتيب وبلغ متوسط قيمة الصادرات من تلك لمحاصيل حوالي 4، 3، 1، 12 مليار جنيه على الترتيب، ومثلت تلك القيم نحو(5، 3، 1، 14)% من متوسطإجمالي الصادرات الزراعية والبالغ نحو 88.1 مليار جنيه، وتجدر الإشارة إلى أن البيانات السابقة تشمل المحاصيل الطازجة أي أن المنتجات المصنعة من تللك المحاصيل لها قيمة تصديرية أخرى، هذا وتبلغ نسب الفاقد التسويقي من البطاطس نحو 22% من متوسط إجمالي المتاح للاستهلاك و نحو 94% من متوسط فاقد مجموعة المحاصيل النشوية، وبالنسبة لمحصول البصل بلغ متوسط نسبة الفاقد له 18%من متوسط المتاح منه، 87% من متوسط فاقد مجموعته (البصل والثوم)، اما محصول الطماطم بلغت نسبة الفاقد منها نحو 29% من المتاح وحوالي 66% من متوسط فاقد الخضر، وأخيرا البرتقال بلغت نسبة الفاقد له 23% من المتاح منه، 63% من متوسط فاقد الموالح.

التعاريف وأسس حساب بعض المتغيرات بالدراسة:

يوضح جدول (2) التعاريف والمعادلات لحساب بعض المتغيرات بالدراسة كما وردت في نشرات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء، وكذلك كيفية قياس الدراسة لبعض متوسطات المتغيرات المستخدمة في الدراسة لتحقيق أهدافها.

J. Agric. & Env. Sci. (Damanhour University) 2022, 21(3): 143-161
Print: ISSN 1687-1464 Online: 2735-509

جدول (2) التعاريف والمعادلات لحساب بعض المتغيرات بالدراسة

المتغير	التعريف أو طريقة القياس
المتاح للاستهلاك	يساوي (الإنتاج المحلي+ (مخزون أخر المدة- مخزون أخر المدة) +
كمية الفاقد التسويقي	الكميات المفقودة من السلع والمنتجات خلال العمليات التسويقية
نسبة الفاقد من المتاح للاستهلاك	كمية الفاقد التسويقي/كمية المتاح للاستهلاك *100.
الهامش التسويقية للطن (الهامش	الفرق بين سعر المستهلك وسعر المنتج للطن.
نصيب المنتج من جنيه المستهلك	(سعر المنتج/سعر المستهلك) x 100
نصيب الوسطاء	(الهامش المطلق/ سعر المستهلك) X 100
التعلية السعرية	الهامش المطلق / سعر المنتج × 100(معدل الزيادة في السعر).
إجمالي الهوامش التسويقية	الهامش التسويقية للطن xكمية المتاح للاستهلاك. (التكاليف التسويقية
قيمة الفاقد النقدي من قيمة المتاح	سعر المنتج x كمية الفاقد من المتاح للاستهلاك.
الهوامش التسويقية للكميات المفقودة	الهامش التسويقية للطن (قبل إنخفاض الفاقد) x كمية الفاقد من
اجمالي قيمة الفاقد	= قيمة الفاقد النقدي من قيمة المتاح للاستهلاك الهوامش التسويقية

النتائج والمناقشات:

مؤشرات الكفاءة التسويقية لمحاصيل الدراسة:

يواجه الجهاز التسويقي للمحاصيل الزراعية الكثير من المشكلات والعقبات التي تحول دون تحقيق الكفاءة التسويقية منها ارتفاع التكاليف التسويقية بالنسبة للخدمات التسويقية التي تجرى على المحاصيل وارتفاع نسبة الفاقد وسرعة تلف بعض المحاصيل، وبالإضافة إلى تعدد الهيئات والمؤسسات التي تشارك في تسويق المنتجات الزراعية، ومن مؤشرات تحقيق الكفاءة التسويقية إنخفاض نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك أو ارتفاع نصيب المنتج من جنيه المستهلك، كذلك إنخفاض معدل الزيادة في السعر (التعلية السعرية)، بالإضافة إلى إنخفاض نسبة الفاقد التسويقي.

وتشير بيانات جدول (3) إلى ارتفاع مؤشرات الكفاءة التسويقية للهيئات والمؤسسات التسويقية لمحاصيل الدراسة خلال الفترة (1999-2009) مقارنةً بنظيرتها في الفترة (2010-2020) حيث تشير البيانات إلى ارتفاع متوسط نصيب المنتج من جنيه المستهلك خلال الفترة الأولى عن نظيره في الفترة الثانية لمحاصيل الدراسة (القمح- الذرة- البطاطس- الطماطم- البصل- البرتقال) حيث بلغ في الفترة الأولى حوالي 76، 73، 46، 40، 35، 67% لمحاصيل الدراسة على الترتيب، وبلغ في الفترة (2010-2020) نحو 59، 67، 32، 36، 27، 42% لمحاصيل الدراسة على الترتيب. كذلك إنخفاض معدل الزيادة في الأسعار (التعلية السعرية) خلال الفترة الأولى حيث بلغ نحو 31، 37، 115، 150، 190، 50% لمحاصيل الدراسة وفقا للترتيب السابق، بينما بلغت نفس التعلية السعرية في الفترة الثانية نحو 70، 48، 215، 179، 275، 136%.

كما تبين إنخفاض نسبة الفاقد التسويقي في الفترة الأولى لمحاصيل الدراسة فقد بلغ نحو 4.5% للقمح، و2.7% للذرة الشامية، و2.8% للفول الصويا، و10.7% للبطاطس، و10.2% للطماطم، و5.3% للبصل، و10.2% للبرتقال، بينما بلغت تلك النسبة في الفترة الثانية نحو17% للقمح، و7.4% للذرة الشامية، و6% للفول الصويا، و21% للبطاطس، و28% للطماطم، و18% للبصل، و21% للبرتقال.

J. Agric. & Env. Sci. (Damanhour University) 2022, 21(3): 143-161
Print: ISSN 1687-1464 Online: 2735-509

جدول (3) مؤشرات الكفاءة التسويقية لمحاصيل الدراسة خلال الفترة (1999-2020)

المحصول	القمح	الذرة	فول الصويا	البطاطس	الطماطم	البصل	البرتقال
الفترة الأولى (1999-2009)							
الفاقد التسويقي (%)	4.5	2.7	2.8	10.7	10.2	5.3	10.2
الهامش التسويقي (جنيه)	345.8	372.4	—	729.2	739.5	705.2	465
نصيب المنتج من جنيه المستهلك (%)	76.2	73.0	—	46.4	40.1	34.5	66.7
نصيب الوسطاء (%)	23.8	27.0	—	53.6	59.9	65.5	33.3
التعلية السعرية (%)	31.3	37.0	—	115.3	149.5	189.7	49.8
الفترة الثانية (2010-2020)							
نسبة الفاقد التسويقي (%)	16.8	7.4	6	21.1	28.3	17.9	20.5
الهامش التسويقي (جنيه)	2146.7	1242.4	—	3743.0	2835.2	3599.3	2141.8
نصيب المنتج من جنيه المستهلك (%)	59	67.4	—	31.8	35.8	26.6	42.4
نصيب الوسطاء (%)	41	32.6	—	68.2	64.2	73.4	57.6
التعلية السعرية (%)	69.5	48.4	—	214.9	179.4	275.3	136

المصدر: حسبت من بيانات ملحق (1).

الآثار الاقتصادية للفاقد التسويقي لمحاصيل الدراسة:

تجدر الإشارة إلى أنه لا يمكن الوصول إلى صفر% من الفاقد التسويقي ولذلك حتمية وجود نسبة فاقد تسويقي يعد أمراً لا مناص منه. وسوف تقوم الدراسة بدراسة أثر خفض نسبة الفاقد التسويقي لمحاصيل الدراسة على الهوامش التسويقية وأثر ذلك على أسعار المنتجين والمستهلكين وكذلك إمكانية تحسين الميزان التجاري الزراعي. وقد فرضت الدراسة خفض نسبة الفاقد للمحاصيل إلى ما كانت عليه في الفترة (1999-2009).

ولدراسة أثر التغير في الهامش التسويقي على أسعار المستهلكين والمنتجين فيمكن حساب ذلك بمعلومية مرونة الطلب والعرض حيث يتوزع مقدار التغير في الهامش التسويقي على أسعار المستهلك والمنتج وفقا لمرونتي الطلب والعرض (نصيب المنتج من التغير في الهامش التسويقي = (مرونة الطلب/ مجموع القيمة المطلقة لمرونتي العرض والطلب) × مقدار التغير في الهوامش، نصيب المستهلك من التغير في الهامش التسويقي = (مرونة العرض/ مجموع القيمة المطلقة لمرونتي العرض والطلب) × مقدار التغير في الهوامش).

أولا: المحاصيل الاستيرادية:

قامت الدراسة بتوضيح الآثار الاقتصادية للفاقد التسويقي من (القمح والذرة الشامية وفول الصويا) خلال الفترة (2010-2020)، من حيث أثره على الفاقد النقدي، وأثر خفض نسبتة على الفاقد النقدي والهوامش التسويقية، والواردات الزراعية حيث الكمية التي تم توفرها من إنخفاض نسبة الفاقد يتم خصمها من واردات المحصول.* يمكن النظر إلي الفاقد التسويقي أيضاً علي أنه فاقد في الموارد الزراعية التي تم استخدامها دون أن يترتب علي

* حيث لا يتم تحويلها الي الميزان الغذائي حيث إنه بمقارنة متوسط نصيب الفرد السنوي من محاصيل الدراسة بنظيره لبعض الدول وجود انه مرتفع.

J. Agric. & Env. Sci. (Damanhour University) 2022, 21(3): 143-161
Print: ISSN 1687-1464 Online: 2735-509

استخدامها أي عائد ، بمعني إهدار للموارد الزراعية ولكن يصعب حساب ذلك لأنه لايمكن الفصل بين كمية الفاقد التسويقي من الإنتاج المحلي وكميته من الواردات.

محصول القمح:

يقدر متوسط كمية الفاقد من محصول القمح بنحو 3.3 مليون طن تعادل فاقد نقدي بلغ حوالي 10 مليون جنيه من إجمالي قيمة المتاح للاستهلاك كما بالجدول (4) والتي تمثل حوالي 16.8% من إجمالي المتاح للاستهلاك خلال الفترة (2010-2020)، كما بلغ متوسط قيمة الهوامش التسويقية لإجمالي المتاح للاستهلاك من القمح حوالي 42.4 مليون جنيه خلال الفترة الثانية، تبلغ قيمة الفاقد من تلك الهوامش حوالي 7 مليون جنيه، وعليه يبلغإجمالي الفاقد النقدي لمحصول القمح نحو 17 مليون جنيه كمتوسط للفترة (2010-2020).

وفي حالة خفض نسبة الفاقد لمحصول القمح إلى ما كان عليه في الفترة (1999-2009) والمقدر بحوالي 4.5% فان كمية الفاقد تنخفض بحوالي 2.4 مليون طن، تقدر قيمتها بنحو 7.4 مليون جنيه بمعني أن القيمة النقدية للفاقد انخفضت لنحو 2.7 مليون جنيه، كما أن قيمة الفاقد الذي تم توفيره من الهوامش التسويقية يبلغ نحو 5.2 مليون جنيه ما هي إلا إنخفاض في القيمة الإجمالية للهوامش التسويقية للمتاح للاستهلاك لتصبح 37.2 مليون جنيه وعليه تقل قيمة الهامش التسويقي للطن بحوالي 266 جنيه للطن، وعليه يبلغإجمالي الإنخفاض في الفاقد النقدي لمحصول القمح بنحو 13 مليون جنيه ليصبح فقط 4.6 مليون جنيه. كما أنه وفي ظل افتراض أن الإنتاج المحلي كما هو فإن الكمية المكتسبة من المحصول نتيجة إنخفاض نسبة الفاقد والبالغة نحو 2.411 مليون طن، تستخدم لتقليل كمية الواردات من القمح لتصبح حوالي 8 مليون طن قيمتها 24 مليار جنيه.

جدول (4) الآثار الاقتصادية للفاقد التسويقي لمحصول القمح خلال الفترة (2010-2020).

البيان	خلال الفترة (2010-2020) (1)	أثر خفض نسبة الفاقد (2)	مقدار التغير (1) - (2)
المتغير	القيمة	القيمة	القيمة المكتسبة
نسبة الفاقد من المتاح للاستهلاك	16.77	4.46	12.31
كمية المتاح للاستهلاك (ألف طن)	19587.1	19587.1	-
كمية الفاقد من المتاح للاستهلاك	3284.91	873.58	2411.33
سعر المنتج للطن(جنيه)	3072.1	-	-
قيمة الفاقد من المتاح للاستهلاك	10091.59	2683.73	7407.85
كمية الواردات (بالألف طن)	10325.82	7914.49	-2411.33
سعر الطن المستورد (جنيه)	3041.2	-	-
سعر المستهلك للطن (جنيه)	5235	-	-
الهامش التسويقية للطن (جنيه)	2162.89	1896.6	266.3
إجمالي الهوامش التسويقية (ألف	42364.74	37149.3	5215.44
الهوامش التسويقية للكميات المفقودة	7104.9	1889.47	-
إجمالي قيمة الفاقد (ألف جنيه)	17196.5	4573.2	12623.3

سعر المنتج للطن= (متوسط سعر الطن المزرعي وسعر الطن للواردات)

المصدر: حسبت من بيانات ملحق (1).

J. Agric. & Env. Sci. (Damanhour University) 2022, 21(3): 143-161
Print: ISSN 1687-1464 Online: 2735-509

محصول الذرة:

يتضح من بيانات جدول (5) ارتفاع متوسط نسبة الفاقد التسويقي لمحصول الذرة خلال الفترة (2010- 2020) حيث بلغ 7.41% من متوسط إجمالي المتاح للاستهلاك، في حين بلغه نظيره في الفترة (1999-2009) نحو 2.68%، وقيمة الفاقد نقدي له بلغت 2.9 مليون جنيه من إجمالي قيمة المتاح للاستهلاك، كما تبين من بيانات الجدول ارتفاع قيمة الفاقد النقدي من الهوامش التسويقية للمتاح للاستهلاك حيث بلغت نحو 1 مليون جنيه، وعلية يبلغ متوسطإجمالي الفاقد النقدي حوالي 4.1 مليون جنيه.

جدول (5) الآثار الاقتصادية للفاقد التسويقي لمحصول الذرة خلال الفترة (2010-2020).

البيان	خلال الفترة (2010-2020) (1)	أثر خفض نسبة الفاقد (2)	مقدار التغير (2)- (1)
المتغير	القيمة	القيمة	القيمة المكتسبة
نسبة الفاقد من المتاح	7.41	4.46	2.95
كمية المتاح للاستهلاك (ألف	14371.30	14371.30	-
كمية الفاقد من المتاح	1064.73	640.96	423.77
سعر المنتج للطن(جنيه)	2753.00	-	-
قيمة الفاقد من المتاح	2931.20	1764.56	1166.64
كمية الواردات (ألف طن)	6580.30	6156.53	423.77
سعر الطن المستورد (جنيه)	2937.00	-	-
سعر المستهلك للطن (جنيه)	3811.40	-	-
الهامش التسويقية للطن (جنيه)	1058.40	1027.19	31.21
إجمالي الهوامش التسويقية	15210.58	14762.07	448.52
الهوامش التسويقية للكميات	1126.91	678.39	448.52
إجمالي قيمة الفاقد (ألف جنيه)	4058.11	2442.95	1615.16

سعر المنتج للطن= (متوسط سعر الطن المزرعي وسعر الطن للواردات)

المصدر: حسبت من بيانات ملحق (1).

وفي حالة إنخفاض نسبة الفاقد إلى 2.68% من المتاح للاستهلاك، فان ذلك يؤدي إلى خفض كمية الفاقد من المتاح للاستهلاك بحوالي 641 ألف طن تقدر قيمتها بنحو 1.8 مليون جنيه، ويتضح أيضا إنخفاض قيمة الفاقد النقدي من الهوامش التسويقية بحوالي 448 ألف جنيه مما ترتب عليه خفض الهامش التسويقي للطن بحوالي 31 جنيها، وإنخفاض إجمالي قيمة الفاقد النقدي بحوالي 1.6 مليون جنيه. وحيث أن مصر تستورد الذرة الصفراء لاستخدمها في صناعة الأعلاف فان الكمية المكتسبة نتيجة خفض نسبة الفاقد يمكن خفضها من الواردات من الذرة بحيث تنخفض كمية الواردات من الذرة بحوالي 448 ألف طن وبالتالي تنخفض إجمالي قيمة وارداته بحوالي 1.3 مليون جنيه.

محصول فول الصويا:

يعد فول الصويا من المحاصيل ذات الفوائد الغذائية العالية، وتقوم عليها العديد من الصناعات الغذائية، كما أنه يعد أحد المكونات الرئيسية لعلف الماشية والأغنام وعليقة الدواجن، ويتم استيراده بهدف تحويله لصناعات اللحوم والأعلاف وتكريره لاستخراج

J. Agric. & Env. Sci. (Damanhour University) 2022, 21(3): 143-161
Print: ISSN 1687-1464 Online: 2735-509

الزيوت في مصر ويكاد ينعدم استخدامه كحبوب من المستهلك المصري وبالتالي يكون التسويق للشركات والمصانع، لذلك لا تتوافر بيانات عن أسعار المستهلكين فتقتصر الدراسة على دراسة أثر الفاقد على الفاقد النقدي من قيمة المتاح للاستهلاك وقيمة الواردات منه.

وتشير بيانات الجدول التالي إلى ارتفاع متوسط نسبة الفاقد من حبوب فول الصويا حيث بلغ نحو 6% من إجمالي المتاح للاستهلاك خلال الفترة (2010- 2020) وهو يزيد عن نظيره في الفترة (1999-2009) بحوالي 3.09%، وبلغ متوسط كمية الفاقد نحو 96 ألف طن بقيمة نقدية تبلغ 550 ألف جنيه من إجمالي قيمة المتاح للاستهلاك، وحيث أن معظم المتاح للاستهلاك يحول إلى التصنيع أو لصناعة الأعلاف فان ارتفاع نسبة الفاقد التسويقي تؤثر بشكل غير مباشر على أسعار المنتجات الناتجة من تصنيعه وارتفاع أسعار المنتجات الحيوانية والدواجن.

جدول (6) الآثار الاقتصادية للفاقد التسويقي لمحصول فول الصويا خلال الفترة (2010-2020).

البيان	خلال الفترة (2010-2020) (1)	أثر خفض نسبة الفاقد (2)	مقدار التغير (2) - (1)
المتغير	القيمة	القيمة	القيمة الكتسبة
نسبة الفاقد من المتاح للاستهلاك	5.96	2.87	3.09
كمية المتاح للاستهلاك (ألف طن)	1607	1607	-
كمية الفاقد من المتاح للاستهلاك	95.82	46.12	49.7
سعر المنتج للطن (جنيه)	5744.11	-	-
قيمة الفاقد من المتاح (ألف جنيه)	550.40	264.92	285.48
كمية الواردات (ألف طن)	1569.82	1520.12	ـــ
سعر الطن المستورد (جنيه)	7986.5	-	-

سعر المنتج للطن= (متوسط سعر الطن المزرعي وسعر الطن للواردات

المصدر: حسبت من بيانات ملحق (1).

ويتضح من بيانات جدول (6) أنه في حالة خفض نسبة الفاقد من المتاح للاستهلاك إلى 2.87 % ينخفض متوسط كمية الفاقد التسويقي من المحصول بحوالي 50 ألف طن بقيمة نقدية تبلغ نحو 285.5 ألف جنيه، كما يمكن خفض كمية واردات فول الصويا بحوالي 50 ألف طن وتبلغ قيمتهما حوالي 399 مليون جنيه تخصم من قيمة ورادات فول الصويا.

إجمالي تأثير الفاقد التسويقي لمحاصيل الدراسة على الواردات الزراعية:

تشير بيانات جدول (7) إلى أن إجمالي قيمة الواردات من محاصيل الدراسة تمثل نحو 39% من إجمالي قيمة الواردات الزراعية والبالغة حوالي 158.6 مليار جنيه وذلك خلال الفترة (2010-2020)، كما يتضح من الجدول أن إنخفاض نسبة الفاقد من تلك المحاصيل إلى نسبته في الفترة (1999-2009) فان ذلك يؤدي إلى خفض قيمة الواردات منها بحوالي 15% من إجمالي واردتها والبالغ نحو 62 مليار جنيه، أو بمعني أخر خفضإجمالي الواردات الزراعية بحوالي 9.1 مليار جنيه، لتمثل تلك القيمة حوالي 6% من إجمالي الواردات الزراعية.

J. Agric. & Env. Sci. (Damanhour University) 2022, 21(3): 143-161
Print: ISSN 1687-1464 Online: 2735-509

جدول (7) الآثار الاقتصادية لخفض الفاقد التسويقي للمحاصيل المستوردة بالدراسة على الواردات الزراعية. (القيمة بالمليون جنيه)

المحصول	قيمة الواردات خلال الفترة (2010-2020)		أثر إنخفاض الفاقد في قيمة الواردات		
	قيمة الواردات	%من الواردات الزراعية	قيمة الإنخفاض للفاقد	%من قيمة الواردات	قيمة الواردات
القمح	31447.57	19.83	7343.77	23.35	24103.8
الذرة	19307.8	12.17	1315.8	6.81	17992
الفول الصويا	11135.36	7.02	398.7	3.58	10736.66
إجمالي محاصيل	61890.73	39.02	9058.27	14.64	52832.46
إجمالي الواردات الزراعية*	158614.9	100	9058.27	5.71	149556.63

* بيانات وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة إحصاءات التجارة الخارجية للصادرات والواردات الزراعية.

المصدر: حسبت من بيانات ملحق (1)، وجداول (4،5،6).

ثانيا: المحاصيل التصديرية:

لدراسة الآثار الاقتصادية للفاقد التسويقي للمحاصيل التصديرية (البطاطس والطماطم والبصل والبرتقال) بالدراسة، تم دراسة الخسائر الناجمة من الفاقد التسويقي لكل من المتاح للاستهلاك والهوامش التسويقية، ثم دراسة أثر إنخفاضه على الفاقد النقدي وعلى الهوامش التسويقي، وعلى الصادرات الزراعية حيث الكمية التي يتم توفرها من الفاقد تزيد من المتاح للتصدير من المحصول،* ولدراسة اثر خفض الفاقد التسويقي علي الصادرات الزراعية فرضت الدراسة إمكانية توجية الكميات المكتسبة الي الصادرات الزراعية من تلك المحاصيل، كما أن الفاقد التسويقي من المحاصيل الزراعية التصديرية لا يقتصر أثره علي ما تم فقده من المتاح للاستهلاك فقط ، وإنما يمكن النظر إليه أيضاً علي أنه فاقد في الموارد زراعية التي تم استخدامها دون أن يترتب علي استخدامها أي عائد ، بمعني إهدار للموارد الزراعية من أرض ورأس مال ومياه والعمل البشري وفي ظل ندرة الموارد الزراعية فيمكن تقليل المساحة من تلك المحاصيل وستخدامها في انتاج المحاصيل المنافسة خاصة المحاصيل الاستيرادية كالقمح محصول شتوي و الذرة وفول الصويا محاصيل صيفية وبالتالي يمكن زيادة الإنتاج المحلي من تلك المحاصيل وخفض ورداتها.

محصول البطاطس:

توضح بيانات الجدول التالي ارتفاع متوسط نسبة الفاقد التسويقي لمحصول البطاطس خلال الفترة (2010- 2020) عن نظيره في الفترة (1999-2009) بحوالي 10.3% من متوسط إجمالي المتاح للاستهلاك، وأن متوسط كمية الفاقد من المتاح للاستهلاك بلغ نحو 911 ألف طن بقيمة فاقد نقدي بلغ نحو 1.6 مليون جنيه من المتاح للاستهلاك، مسببا فاقد

* حيث لا يتم تحويلها الي الميزان الغذائي حيث إنه بمقارنة متوسط نصيب الفرد السنوي من محاصيل الدراسة بنظيره لبعض الدول وجود انه مرتفع.

J. Agric. & Env. Sci. (Damanhour University) 2022, 21(3): 143-161
Print: ISSN 1687-1464 Online: 2735-509

نقدي من إجمالي الهوامش التسويقية بلغ نحو 3.4 مليون جنيه، وعليه بلغإجمالي الفاقد النقدي للبطاطس حوالي 5 مليون جنيه.

وفي حالة إنخفاض نسبة الفاقد التسويقي من لمحصول البطاطس إلى 10.7% فان كمية الفاقد من المتاح للاستهلاك تخفض بحوالي 448 ألف طن بقيمة نقدية تبلغ نحو 781 ألف جنيه، وإنخفاض قيمة الفاقد النقدي في الهوامش التسويقية بنحو 1.7 مليون جنيه. وبتوجيه كمية المحصول المكتسبة نتيجة إنخفاض نسبة الفاقد التسويقي إلى الصادرات من البطاطس فانه يزيد من كمية صادرات البطاطس بحوالي 448 ألف طن بقيمة تقدر بحوالي 1744 مليون جنيه.

كما أنه يمكن النظر في تقليل الفاقد أنه زيادة في الإنتاج المحلي بحوالي 448 ألف طن بدون تكاليف هو مايعادل إنتاج 36 ألف فدان في العروات الثالثة للبطاطس حيث يبلغ متوط انتاج الفدان للبطاطس لاجمالي العروات الثالثة حوالي 12.4 طن، وبالتالي يمكن توجية تلك المساحة من الأرضى والمياة وعوامل الإنتاج الأخرى الي إنتاج المحاصيل الشتوية المنافسة بشكل عام والقمح بشكل خاص أيضا مساحة العروة الصيفية والنيلية توجة لزراعة الذرة الشامية أو فول الصويا كمحاصيل استيرادية.

جدول (8) الآثار الاقتصادية للفاقد التسويقي لمحصول البطاطس خلال الفترة (2010-2020).

البيان	خلال الفترة (2010-2020) (1)	أثر خفض نسبة الفاقد (2)	مقدار التغير (1) - (2)
المتغير	القيمة	القيمة	القيمة المكتسبة
نسبة الفاقد من المتاح للاستهلاك	21	10.7	10.3
كمية المتاح للاستهلاك (ألف	4323.64	4323.64	-
كمية الفاقد من المتاح للاستهلاك	911	462.62	448.37
سعر المنتج للطن(جنيه)	1741.5	-	-
قيمة الفاقد من المتاح للاستهلاك	1586.5	805.7	780.85
كمية الصادرات (ألف طن)	643.82	1087	448.37
سعر الطن التصدير (جنيه)	3893.2	-	-
سعر المستهلك للطن (جنيه)	5484.55	-	-
الهامش التسويقية للطن (جنيه)	3743.1	3354.9	388.2
إجمالي الهوامش التسويقية (ألف	16183.6	14505.2	
الهوامش التسويقية للكميات	3409.96	1731.6	1678.4
إجمالي قيمة الفاقد (ألف جنيه)	4996.5	2537.3	2459.2

المصدر: حسبت من بيانات ملحق (1).

محصول الطماطم:

بلغ متوسط نسبة الفاقد لمحصول الطماطم بلغ حوالي 28% من إجمالي المتاح للاستهلاك خلال الفترة (2010-2020) وهو يزيد عن نظيره في الفترة (1999-2009) البالغ 10%، مما يعكس تدهور العمليات التسويقية خلال السنوات الأخيرة، كما هو موضح بالجدول التالي، وبلغ متوسط كمية الفاقد نحو 2.1 مليون طن بقيمة فاقد نقدي من قيمة المتاح

J. Agric. & Env. Sci. (Damanhour University) 2022, 21(3): 143-161
Print: ISSN 1687-1464 Online: 2735-509

للاستهلاك بلغ نحو 3.4 مليون جنيه، وكذلك فاقد نقدي من الهوامش التسويقية بلغت نحو 6 مليون جنيه، وعليه فانإجمالي قيمة الفاقد النقدي من الطماطم يبلغ نحو 9.4 مليون جنيه.

وفي حالة إنخفاض نسبة الفاقد لمحصول الطماطم إلى 10.2% من المتاح للاستهلاك، فان ذلك يؤدي إلى خفض كمية الفاقد من المتاح للاستهلاك بحوالي 1.4 مليون طن بقيمة نقدية تبلغ نحو 1.3 مليون جنية، وإنخفاض قيمة الفاقد النقدي للهوامش التسويقية بحوالي 3.9 مليون جنيه وبالتالي خفض الهامش التسويقي للطن بحوالي 514 جنيها بمعني إنخفاض إجمالي الفاقد النقدي بحوالي 6 مليون جنيه. وبتوجيه الكمية المكتسبة إلى الصادرات من الطماطم تزيد كمية الصادرات منها بحوالي 1.4 مليون طن بقيمة تقدر بحوالي 8627.6 مليون جنيه. ويمكن النظر في تقليل الفاقد أنه زيادة في الإنتاج المحلي بحوالي 1364 ألف طن بدون تكاليف هو مايعادل إنتاج حوالي 80 ألف فدان في العروات الثالثة للطماطم حيث بلغ متوسط إنتاج الفدان من الطماطم لاجمالي العروات الثالثة 17 طن، وعليه يمكن توجية تلك المساحة من الأرضى والمياة وعوامل الإنتاج الأخرى الي إنتاج المحاصيل الشتوية المنافسة بشكل عام والقمح بشكل خاص أيضا مساحة العروة الصيفية والنيلية توجة لزراعة الذرة الشامية أو فول الصويا كمحاصيل استيرادية.

جدول (9) الآثار الاقتصادية للفاقد التسويقي لمحصول الطماطم خلال الفترة (2010-2020).

البيان	خلال الفترة (2010-2020) (1)	أثر خفض نسبة الفاقد (2)	مقدار التغير (2) - (1)
المتغير	القيمة	القيمة	القيمة المكتسبة
نسبة الفاقد من المتاح	28.3	10.2	18.1
كمية المتاح للاستهلاك (ألف	7526.5	7526.5	-
كمية الفاقد من المتاح	2131.9	767.7	1364.2
سعر المنتج للطن(جنيه)	1580.7	-	-
قيمة الفاقد من المتاح للاستهلاك	3369.9	1213.5	2156.4
كمية الصادرات (ألف طن)	102.5	1466.7	
سعر الطن التصدير (جنيه)	6162.6	-	-
سعر المستهلك للطن (جنيه)	4415.90	-	-
الهامش التسويقية للطن (جنيه)	2835.2	2321.3	514
إجمالي الهوامش التسويقية	21339.1	17471.3	3867.8
الهوامش التسويقية للكميات	6044.4	2176.6	-
إجمالي قيمة الفاقد (ألف جنيه)	9414.30	3390.1	6024.2

المصدر: حسبت من بيانات ملحق (1).

محصول البصل:

بلغ متوسط كمية الفاقد التسويقي لمحصول البصل نحو 394 ألف طن ليمثل حوالي 18% من إجمالي المتاح للاستهلاك خلال الفترة (2010-2020) بقيمة فاقد نقدي بلغت نحو 515 ألف جنيه من إجمالي قيمة المتاح للاستهلاك، وقد تسبب الفاقد التسويقي في فاقد نقدي من تلك الهوامش التسويقية بلغ متوسطه نحو 1.4 مليون جنيه، وعليه فإنإجمالي الفاقد النقدي

J. Agric. & Env. Sci. (Damanhour University) 2022, 21(3): 143-161
Print: ISSN 1687-1464 Online: 2735-509

لمحصول البصل بلغ نحو 1.9 مليون جنيه كما هو موضح بجدول (10).و في حالة إنخفاض نسبة الفاقد إلى 5.34% فان كمية الفاقد من المتاح تخفض بحوالي 276 ألف طن، مما يترتب عليه إنخفاض كلا من الفاقد النقدي من المتاح للاستهلاك بحوالي 361 ألف جنيه وقيمة الفاقد النقدي من الهوامش التسويقية بحوالي 994 ألف جنيه وعليه يقل الهامش التسويقي بحوالي 451 جنيه للطن، وينخفضإجمالي الفاقد النقدي بحوالي 1.4 مليون جنيه. ويمكن زيادة كمية الصادرات من البصل بحوالي 276 ألف طن، بقيمة تبلغ نحو 1137 مليون جنيه.

كما تم ايضاحه سابقا يمكن النظر الي الفاقد التسويقي علي أنه هدر للموارد الزراعية فان تقليل الفاقد من البصل يعني الزيادة في الإنتاج المحلي بحوالي 276 الف طن بدون تكاليف هو مايعادل إنتاج حوالي 19 ألف فدان في العروات الثالثة للبصل حيث بلغ متوسط انتاج الفدان منه لاجمالي العروات الثالثة 14.6 طن، وعليه يمكن توجية تلك المساحة من الأرضى والمياة وعوامل الإنتاج الأخرى الي إنتاج المحاصيل الشتوية المنافسة بشكل عام والقمح بشكل خاص أيضا مساحة العروة الصيفية والنيلية توجة لزراعة الذرة الشامية أو فول الصويا كمحاصيل استيرادية.

جدول (10) الآثار الاقتصادية للفاقد التسويقي لمحصول البصل خلال الفترة (2010-2020).

البيان	خلال الفترة (2010-2020) (1)	أثر خفض نسبة الفاقد (2)	مقدار التغير (1) - (2)
المتغير	القيمة	القيمة	القيمة المكتسبة
نسبة الفاقد من المتاح للاستهلاك	17.9	5.34	12.6
كمية المتاح للاستهلاك (ألف	2203.9	2203.9	-
كمية الفاقد من المتاح للاستهلاك	393.9	117.7	276.2
سعر المنتج للطن(جنيه)	1307.5	-	-
قيمة الفاقد من المتاح للاستهلاك	515.02	153.9	361.1
كمية الصادرات (ألف طن)	504.5	780.7	
سعر الطن التصدير (جنيه)	4120.2	-	-
سعر المستهلك للطن (جنيه)	4906.8	-	-
الهامش التسويقية للطن (جنيه)	3599.3	3148.2	451.1
إجمالي الهوامش التسويقية (ألف	7932.5	6938.3	994.2
الهوامش التسويقية للكميات	1417.8	423.6	-
إجمالي قيمة الفاقد (ألف جنيه)	1932.8	577.5	1355.3

المصدر: حسبت من بيانات ملحق (1).

محصول البرتقال:

تشير بيانات الجدول التالي إلى إرتفاع متوسط نسبة الفاقد التسويقي لمحصول البرتقال خلال الفترة (2010- 2020) بمقارنته بنظيره في الفترة (1999-2009) بحوالي 10% من إجمالي المتاح للاستهلاك، وبلغ متوسط كمية الفاقد من المتاح للاستهلاك نحو 348 ألف طن بقيمة فاقد نقدي من المتاح للاستهلاك بلغت نحو 548 ألف جنيه، كما تبين ارتفاع قيمة الفاقد النقدي من إجمالي الهوامش التسويقية حيث بلغت نحو 745 ألف جنيه، وعليه بلغ إجمالي الفاقد النقدي للبرتقال حوالي 1.3 مليون جنيه.

J. Agric. & Env. Sci. (Damanhour University) 2022, 21(3): 143-161
Print: ISSN 1687-1464 Online: 2735-509

وفي حالة إنخفاض نسبة الفاقد التسويقي من لمحصول البرتقال إلى 10.2%، فان كمية الفاقد من المتاح للاستهلاك تخفض بحوالي 175 ألف طن، مما يترتب عليه إنخفاض قيمة الفاقد النقدي من المتاح للاستهلاك بحوالي 276 ألف جنيه، وإنخفاض قيمة الفاقد النقدي من الهوامش التسويقية بحوالي 375 ألف جنيه. وبتوجيه كمية المحصول المكتسبة نتيجة ذلك يمكن توجيها إلى الصادرات من البرتقال وبالتالي تزيد صادراته بحوالي 175 ألف طن بقيمة تقدر بحوالي 779.4 مليون جنيه.

وإذا تم النظر الي الفاقد التسويقي من البرتقال على أنه هدر للموارد الزراعية التي تتسم بالندرة فان تقليل الفاقد التسويقي منه يعني الزيادة في الإنتاج المحلي بحوالي 175 الف طن بدون تكاليف هو مايعادل إنتاج حوالي 19 ألف فدان حيث بلغ متوسط انتاج الفدان منه 10.6 طن، حيث أنه من المعمرات وعليه يمكن توجية تلك المساحة من الأرضى والمياة وعوامل الإنتاج الأخرى الي إنتاج المحاصيل الشتوية والمحاصيل الصيفية والنيلية وخاصة المحاصيل الاستيرادية.

جدول (11) الآثار الاقتصادية للفاقد التسويقي لمحصول البرتقال خلال الفترة (2010-2020).

البيان	خلال الفترة (2010-2020) (1)	أثر خفض نسبة الفاقد (2)	مقدار التغير (1) - (2)
المتغير	القيمة	القيمة	القيمة المكتسبة
نسبة الفاقد من المتاح للاستهلاك	21	10.2	10
كمية المتاح للاستهلاك (ألف	1694.5	1694.5	-
كمية الفاقد من المتاح للاستهلاك	347.9	172.839	175.06
سعر المنتج للطن(جنيه)	1574.6	-	-
قيمة الفاقد من المتاح للاستهلاك	547.8	272.2	275.7
كمية الصادرات (ألف طن)	1254.3	1429.4	-175.1
سعر الطن التصدير (جنيه)	4453.7	-	-
سعر المستهلك للطن (جنيه)	3716.4	-	-
الهامش التسويقية للطن (جنيه)	2141.8	1920.5	221.3
إجمالي الهوامش التسويقية (ألف	3629.3	3254.3	374.9
الهوامش التسويقية للكميات	745.1	370.2	374.9
إجمالي قيمة الفاقد (ألف جنيه)	1292.9	642.3	650.6

المصدر: حسبت من بيانات ملحق (1).

إجمالي تأثير الفاقد التسويقي لمحاصيل الدراسة على الصادرات الزراعية:

تشير بيانات الجدول التالي إلى أنإجمالي قيمة الصادرات الزراعية من محاصيل الدراسة تمثل نحو 22.2% من إجمالي قيمة الصادرات الزراعية والبالغ نحو 52.2 مليار جنيه وذلك خلال الفترة (2010-2020)، كما يتضح من الجدول أن خفض نسبة الفاقد في تلك المحاصيل إلى نسبته في الفترة (1999-2009) فان ذلك يؤدي إلى زيادة إجمالي قيمة الصادرات منها بحوالي 106% من إجمالي صادرتها والبالغ نحو 11.6 مليار جنيه، أي أنه يمكن زيادة قيمة الصادرات من تلك المحاصيل بحوالي 12.3مليار جنيه، لتمثل تلك القيمة حوالي 24% من إجمالي الصادرات الزراعية.

J. Agric. & Env. Sci. (Damanhour University) 2022, 21(3): 143-161
Print: ISSN 1687-1464 Online: 2735-509

جدول (12) الآثار الاقتصادية لخفض الفاقد التسويقي للمحاصيل التصديرية بالدراسة على الصادرات الزراعية. (القيمة بالمليون جنيه)

المحصول	قيمة الواردات خلال الفترة (2010-2020)		أثر إنخفاض الفاقد		
	قيمة الصادرات	%من الصادرات الزراعية	قيمة الزيادة في الصادرات	%من قيمة الصادرات	قيمة الصادرات
البطاطس	2688.94	5.15	1744	64.86	4432.94
الطماطم	654.45	4.13	8627.6	1318.3	9282.05
البصل	2155.22	4.13	1137	52.76	3292.22
البرتقال	6087.79	11.67	779.4	12.8	6867.19
إجمالي محاصيل	11586.40	22.21	12288	106.1	23874.4
إجمالي الصادرات	52166.82	100.00	12288	23.56	64454.82

* المصدر: بيانات وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة إحصاءات التجارة الخارجية للصادرات والواردات الزراعية.
المصدر: حسبت من بيانات ملحق (1)، جداول (8، 9، 10، 11).

إجمالي تأثير الفاقد التسويقي لمحاصيل الدراسة على الميزان التجاري الزراعي:

يتضح من بيانات جدول (13) أن مقدار العجز في الميزان التجاري الزراعي خلال الفترة (12010- 2020) بلغ نحو 106.4 مليار جنيه ، وأنه في حالة إنخفاض نسبة الفاقد التسويقي لمحاصيل الدراسة الي ما كانت عليه في الفترة (1999-2009) فإن ذلك يؤدي إلى زيادة قيمةإجمالي الصادرات الزراعية بحوالي 12.3 مليار جنيه ،إنخفاض إجمالي قيمة الواردات الزراعية بمقدار 9.1 مليار جنيه مما ترتب عليه إنخفاض قيمة العجز في الميزان التجاري الزراعي بحوالي 21 مليار جنيه، وتري الدراسة أن تحقيق ذلك يتطلب دراسة أسباب زيادة نسبة الفاقد من المحاصيل خلال الفترة (2010- 2020) عن نظيره في الفترة (1999- 2009) وإيجاد حلول لتلك الأسباب والمعوقات وكيفية التغلب عليها.

جدول (13) الآثار الاقتصادية لخفض الفاقد التسويقي للمحاصيل الدراسة على الميزان التجاري.
(القيمة بالمليون جنيه)

الميزان التجاري الزراعي					
في حالة الفاقد التسويق خلال الفترة (2010-2020) *			أثر إنخفاض الفاقد التسويقي لمحاصيل الدراسة		
قيمة الصادرات	قيمة الواردات	العجز	قيمة الصادرات	قيمة الواردات	العجز
52166.82	158614.9	106448	64454.82	149556.63	85101.81

* بيانات وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة إحصاءات التجارة الخارجية للصادرات والواردات الزراعية.
المصدر: حسبت من بيانات جدول (7،11).

J. Agric. & Env. Sci. (Damanhour University) 2022, 21(3): 143-161
Print: ISSN 1687-1464 Online: 2735-509

التوصيات المقترحة لخفض نسبة الفاقد من محاصيل الدراسة:

تشير التقارير العالمية والمحلية إلى ارتفاع نسبة الفاقد في مصر من المحاصيل الزراعية ما بين الحصاد والاستهلاك، وضخامة الخسائر الناجمة عنه، وقد أظهرت الدراسة بعض الآثار الاقتصادية للفاقد التسويقي وعليه توصي الدراسة بـــــــــ

- البحث عن الأسباب الفعلية لزيادة نسبة الفاقد التسويقي لمحاصيل الدراسة في الفترة (2010-2020) بمقارنته بنظيره في الفترة (1999-2009) للوقوف على المشكلات التي تزيد من تلك النسبة ووضع حلول لها، فعلي المؤسسات التسويقية والهيئات المعنية القيام بجمع البيانات واجراء ابحاث تحليلية لتطوير السياسيات، ووضع الاولويات وبرامج علمية من أجل تخفيض الفاقد التسويقي من المحاصيل الزراعية.
- الاهتمام بالمنظومة التسويقية للمحاصيل الزراعية من حيث البنية التحتية لوسائل النقل والتخزين والتصنيع والاهتمام بمعايير وموصفات الجودة، وأن تعطي الحكومة المصرية الاهتمام الكافي بالتسويق الزراعي في الخطط التنموية، حيث أشار تقرير أوضاع الأمن الغذائي في مصر عام 2019 إلى تدني منظومة التسويق التي تساهم في زيادة الفاقد من السلع الغذائية وغياب الاهتمام الكافي بالتسويق الزراعي في الخطط التنموية.
- إعادة هيكلة وتصحيح سياسات دعم وترشيد الاستهلاك للسلع الغذائية بصفة عامة والزراعية بصفة خاصة حيث أشار تقرير أوضاع الأمن الغذائي في مصر 2019 إلى التشوهات التي تحدثها السياسات المطبقة حاليا في اسواق الغذاء المصري والتي تؤدي إلى رفع الفاقد والتالف من المنتجات الزراعية على سبيل المثال وليس الحصر سياسة دعم واستهلاك رغيف الخبز.
- رفع الوعي لدي المنتجين والمسوقين والمستهلكين حول الأثار السلبية للفاقد التسويقي من المنتجات الزراعية على المستوي الشخصي لهم وكذلك علي الدولة بشكل عام حيث أظهرت الدراسة ضخامة حجم الخسائر المالية المتسبب فيها تلك الفاقد، وأثره عل الهامش التسويقي مما ينعكس على سعر المستهلك والمنتج، كما إن إنخفاض نسبته لمحاصيل الدراسة يقلل العجز في الميزان التجاري بحوالي 21 مليار جنيه.

J. Agric. & Env. Sci. (Damanhour University) 2022, 21(3): 143-161
Print: ISSN 1687-1464 Online: 2735-509

ملحق (1) متوسطات كمية المتاح للاستهلاك وكمية الفاقد وأسعار المنتج والمستهلك خلال الفترة (1999-2020) لمحاصيل الدراسة. الكمية بالألف طن

البيان	القمح	الذرة	فول الصويا	البطاطس	الطماطم	البصل	البرتقال
بيانات الفترة (1999-2009)							
كمية المتاح	1217	10803.	430.1	2258	7847.1	1340.4	1644.1
كمية الفاقد التسويقي	543.6	290	12	241.7	799.9	71.6	168
السعر المزروعي	1105.	1005.6	1613.2	632.2	494.8	371.8	932.9
سعر المستهلك	1451.	1378	———	1361.4	1234.3	1077	1397.9
بيانات الفترة (2010-2020)							
كمية المتاح	1958	14371.	1607	4323.6	7526.5	2203.9	1694.5
كمية الفاقد التسويقي	3284.	1064.7	95.8	911	2131.9	393.9	347.9
السعر المزرعي	3088.	2569	4290	1741.5	1580.7	1307.5	1574.6
كمية الواردات	1032	6580.3	569.8	———	———	———	———
سعر الطن المستورد	3041.	2937	7986.5	———	———	———	———
كمية الصادرات	———	———	———	643.8	102.5	504.5	1254.3
سعر الطن	———	———	———	3893.2	6162.6	4120.2	4453.7
سعر المستهلك للطن	5235	3811.4	———	5484.5	4415.9	4906.8	3716.4

* جمعت وحسبت من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات(منتج/جملة/مستهلك)، أعداد مختلفة.

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لحركة الإنتاج والتجارة الخارجية والمتاح للاستهلاك من السلع الزراعية، أعداد مختلفة.

المراجع:

- إستراتيجية التنمية الزراعية المستدامة 2030.
- الأمم المتحدة، منظمة الأغذية والزراعة، **تقرير حول انعدام الأمن الغذائي في الشرق الأدنى وشمال إفريقيا** ،2020.
- الأمم المتحدة، منظمة الأغذية والزراعة، **تقرير حول انعدام الأمن الغذائي في الشرق الأدنى وشمال إفريقيا**،2015.
- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، **النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات(منتج/جملة/مستهلك)**، أعداد مختلفة.
- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، **النشرة السنوية لحركة الإنتاج والتجارة الخارجية والمتاح للاستهلاك من السلع الزراعية**، أعداد مختلفة.
- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء، **دراسة اقتصاديات الامن الغذائي في مصر خلال الفترة (2006-2015)**، فبراير 2017.
- المركز الديمقراطي العربي، **أثر العوامل الاقتصادية لسد الفجوة الغذائية للقمح في مصر**،4 ديسمبر 2016.
- المنظمة العربية للتنمية الزراعية، **تقرير أوضاع الأمن الغذائي العربي**،2019.

J. Agric. & Env. Sci. (Damanhour University) **2022, 21(3): 143-161**
Print: ISSN 1687-1464 **Online: 2735-509**

- بسيوني، جابر أحمد، محمود، حنان عبدالجيد، أثر الفاقد في أهم المحاصيل التصديرية على بعض المتغيرات الاقتصادية في محافظة الاسماعلية، مجلة الزقازيق للبحوث الزراعية، المجلد 44، العدد (6) A، 2017.
- بيومي، تهاني صالح محمد، حسن، ايمان رجب، **دراسة اقتصادية للفاقد في إنتاج وتسويق بعض محاصل الخضر والفاكهة بمحافظة الشرقية**، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد السابع والعشرون، العدد الثالث، ستمبر2017.
- جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتنمية الزراعية، **تقرير أوضاع الأمن الغذائي العربي**،2020.
- خليفة، عادل محمد، قمر، سحر عبدالمنعم، **أثار الفاقد للقمح علي الموارد الزراعية والأمن الغذائي في جمهورية مصر العربية**، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد السادس والعشرون، العدد الأول، مارس 2016.
- سليمان، سحر بشير حسن وآخرون، **دراسة اقتصادية للفاقد في مرحلة التخزين للحبوب الغذائية بريف محافظة الشرقية**، مجلة الزقازيق للبحوث الزراعية، المجلد 45، العدد الثاني، 2018.
- عبدالمولى، دعاء أحمد محمد وآخرون، **الإمكانيات والمتضمنات لتخفيض الفاقد والتالف من محصول الطماطم المصرية**، مجلة اتحاد الجامعات العربية للعلوم الزراعية، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر، مجلد (28)، عدد (4)، 2020.
- معهد التخطيط القومي، تقرير أوضاع الأمن الغذائي في مصر،2019.
- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، **نشرة إحصاءات التجارة الخارجية للصادرات والواردات الزراعية**، اعداد مختلفة.
- Sreenivasa Murthy, T.M. Gajanana, M. Sudha, and V. Dakshinamoorth, **Marketing Losses and Their Impact on Marketing Margins: A Case Study of Banana in Karnataka**, Agricultural Economics Research Review Vol. 20 January-June 2007 pp 47-60.
- https://www.fao.org

An Economic Study of the Impact of Marketing Losses for the Most Important Agricultural Crops on the Egyptian Agricultural Economy

Dr. Neama F. M. El Shamy **Dr. Asmaa A. A. Abou Mosalam**

Dept. of Agricultural Economics and Agri-business, Faculty of Agriculture-Menoufia University

Abstract:

The problem of the study is the high quantities of marketing losses for agricultural crops in Egypt, where the report of the Food and Agriculture Organization of the United Nations indicates that the

percentage of marketing losses in Egypt of cereals amounted to 13-15% of imported and locally produced grains, and about 14% of oranges, 15% of Tomatoes, which limits Egypt's ability to create a surplus for export from them. The Sustainable Agricultural Development Strategy 2030 indicated that estimates of marketing loss percentages exceed 30% vegetables and fruits, 20% legumes, and 10% cereals. Therefore, marketing loss is one of the main challenges to development. And the marketing loss causes financial losses ranging between 10-15% of the total value of agricultural output, as it was shown that the average marketing loss percentage for the study crops for the period (2010-2020) was higher than its counterpart in the period (1999-2009).

The study aimed to identify the economic effects of the marketing loss during the period (2010-2020) and estimate the effect of reducing it to what it was during the period (1999-2009). The percentage of losses for these crops, as a result of this, decreases the value of cash losses and decreases the marketing margins of the marketed quantity and in addition to improving the agricultural trade balance by reducing the value of imports of imported crops by about 9.1 billion pounds, and increasing the available for export. The study hypothesized that if the amount gained from reducing marketing losses was directed to exports, as this increases the value of exports of export crops by about 12.3 billion pounds and leads to reducing the deficit in the agricultural trade balance by about 21 billion pounds.

Among the most important recommendations of the study to reduce the marketing loss of agricultural crops, pay attention to the marketing system for agricultural crops, the marketing institutions and agencies concerned with marketing collect data and conduct analytical research to develop policies, and set priorities and scientific programs to reduce marketing losses from agricultural crops.

Keywords: marketing loss - loss of export crops - loss of imported crops - agricultural trade balance - Marketing margins.