

التكاليف التسويقية لمحاصيل الخضار و الفاكهة في المملكة^١

أ.د. سفر حسين القحطاني و د. محمد أحمد الفيل
قسم الاقتصاد الزراعي، كلية علوم الأغذية و الزراعة، جامعة الملك سعود
ص.ب. ٢٤٦٠ الرياض ١١٤٥١ المملكة العربية السعودية

المخلص

هدفت هذا الورقة إلى دراسة هيكل التكاليف التسويقية لبعض محاصيل الخضار و الفاكهة المحلية و المستوردة بالمملكة وذلك لاستنباط بعض المؤشرات عن كفاءة النظام التسويقي لهذه المحاصيل. لتحقيق هذا الهدف تم جمع البيانات المطلوبة من عينة ممثلة لمنتجي الخضار و الفاكهة من مختلف مناطق المملكة. اعتمدت الدراسة على الأسلوب الاستقرائي في التحليل و استخدمت نسبة التكاليف التسويقية إلى الهامش التسويقي كمؤشر للكفاءة التسويقية لمحاصيل الخضار و الفاكهة في المملكة. أظهرت نتائج الدراسة أن التكاليف التي يتحملها تاجر التجزئة (الإيجارات و الإهلاكات و الطاقة) و تكاليف الفرز و التدرج و التعبئة في المزرعة و تكاليف الفرز و التدرج علي مستوى التجزئة مثلت أعلى بنود التكاليف بالنسبة لمحاصيل الخضار و الفاكهة المحلية، بينما مثلت التكاليف التي يتحملها تاجر التجزئة و تكاليف الفرز و التدرج و إعادة التعبئة و تكاليف النقل المبرد أعلى بنود التكاليف بالنسبة لمحاصيل الفاكهة و الخضار المستوردة. أظهرت نتائج الدراسة كذلك أن نسبة التكاليف التسويقية للهامش التسويقي كانت أكثر من ٥٥% لكل محاصيل الخضار (المحلية و المستوردة) باستثناء محصول الخيار، بينما عادت هذه النسبة ٢٤% و ٣٩% و ٣٢% لمحاصيل التمور و البرتقال و العنب، على التوالي. هذه النتائج تعني أن أقل من ٤٥% من الهامش التسويقي لمحاصيل الخضار يذهب لأرباح تجار الجملة و المستوردين و تجار و التجزئة و الوسطاء، بينما يصل هذه الفئات حوالي ٧٦% و ٦١% و ٦٨% من الهامش التسويقي لمحاصيل التمور و البرتقال و العنب، على التوالي. هذه النتائج تشير إلى أن الكفاءة التسويقية لمحاصيل الخضار أفضل من الكفاءة التسويقية لمحاصيل الفاكهة و التمور في المملكة، و قد يرجع السبب في ذلك إلى كبر حجم الخدمات التسويقية التي تؤدي لمحاصيل الخضار قياساً بتلك التي تؤدي لمحاصيل الفاكهة و التمور في المملكة.

المقدمة

التكاليف التسويقية لمحاصيل الخضار و الفاكهة المحلية شملت البنود التالية: تكاليف الفرز و التدرج و التعبئة في المزرعة، تكاليف النقل، تكاليف الفرز و التدرج علي مستوى التجزئة و التكاليف التي يتحملها تاجر التجزئة و تشمل تكاليف الإيجارات و الإهلاكات و الطاقة. أما التكاليف التسويقية لمحاصيل الخضار و الفاكهة المستوردة فقد شملت تكاليف النقل و النقل المبرد، تكاليف الفرز و التدرج و إعادة التعبئة، تكاليف التخزين المبرد و التكاليف التي يتحملها تاجر التجزئة. الهوامش التسويقية لسلعة معينة تمثل الفرق بين السعر الذي يتقاضاه المنتج و السعر الذي يدفعه المستهلك النهائي لهذه السلعة. و تغطي الهوامش التسويقية تكاليف تأدية الخدمات التسويقية المختلفة كتكاليف الفرز و التدرج و التعبئة و التخزين و التبريد و النقل بالإضافة إلى الأرباح و العمولات التي يحصل عليها التجار و الوسطاء. و يتسم النظام التسويقي الزراعي في الدول النامية بارتفاع الهوامش التسويقية الزراعية على الرغم من تواضع الخدمات التسويقية الزراعية، الشيء الذي يشير إلى ضعف الكفاءة التسويقية للسلع الزراعية في تلك البلدان. هذا الضعف في الكفاءة التسويقية للسلع الزراعية في البلدان النامية يمكن قراءته من تواضع الخدمات التسويقية التي يطلبها المستهلك و ارتفاع نسبة الهامش التسويقي الذي يذهب لعمولات و أرباح الوسطاء. في هذه الورقة،

تستخدم نسبة التكاليف التسويقية إلى الهامش التسويقي كمؤشر لاختبار الكفاءة التسويقية لمحاصيل الخضار و الفاكهة بالمملكة. وشملت هذه المحاصيل الطماطم، الخيار، البطاطس، البصل، البطيخ، الشمام والتمور المحلية بالإضافة للطماطم، البطاطس، البصل، البرتقال و العنب المستورد .

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث بصفة أساسية إلى دراسة هيكل التكاليف التسويقية لبعض محاصيل الخضار و الفاكهة المحلية و المستوردة بالمملكة و ذلك بغرض الحصول على بعض المؤشرات عن كفاءة النظام التسويقي لهذه السلع. و يتم ذلك من خلال تقدير النسبة من الهامش التسويقي التي تذهب لتغطية تكاليف الخدمات التسويقية المختلفة و مقارنتها بالنسبة من الهامش التسويقي التي تذهب لأرباح تجار الجملة و المستوردين و تجار التجزئة و الوسطاء.

الأسلوب البحثي:

اتبعت هذه الدراسة الأسلوب الإستقرائي في التحليل من الناحية الوصفية و الكمية. الهامش التسويقي هو عبارة عن الفرق بين ثمن الشراء و ثمن البيع للوحدة الواحدة من سلعة ما بواسطة هيئة تسويقية. و يكمن تعميم هذا التعريف ليشمل المسلك التسويقي كله، و في هذه الحالة يشمل الهامش التسويقي الفرق بين سعر بيع المنتج و سعر شراء المستهلك النهائي للسلعة. و عند تقسيم الهامش التسويقي لمحاصيل الخضار و الفاكهة إلى مكوناته يمكن النظر إليه باعتباره عوائد عوامل الإنتاج المستخدمة في أداء الخدمات التسويقية و عوائد الهيئات التسويقية في هذه الدراسة تم تقدير الهامش التسويقي لمحاصيل الخضار و الفاكهة المحلية و المستوردة كما تم تقدير تكاليف الخدمات التسويقية المختلفة و التي شملت تكاليف الفرز و التدرج و التعبئة و التخزين و النقل و النقل المبرد و تكاليف إيجار محل التجزئة . كذلك تم تقدير حجم الهامش التسويقي الذي يغطي الخدمات التسويقية كنسبة من حجم الهامش التسويقي الذي يذهب لأرباح تجار الجملة و المستوردين و تجار التجزئة و الوسطاء. كلما كانت النسبة من الهامش التسويقي التي تغطي الخدمات التسويقية المختلفة التي يطلبها المستهلك أكبر، كلما زادت الكفاءة التسويقية لمحاصيل الخضر و الفاكهة، و في المقابل كلما قلت هذه النسبة كلما ضعفت الكفاءة التسويقية لهذه السلع.

مصادر البيانات: اعتمد هذا البحث بصفة أساسية علي البيانات الأولية لاستمارات الاستبيان التي صممت لتحقيق أهداف البحث و قد تم تجميعها عام ٢٠٠٥ م. و شملت استمارات الاستبيان كل من المنتجين و تجار الجملة و التجزئة لأهم محاصيل الخضار و الفاكهة في مختلف مناطق المملكة.

الدراسات المرجعية:

أظهرت كثير من الدراسات أن الجهاز التسويقي لمحاصيل الخضار و الفاكهة في كثير من البلدان العربية يعاني من تعدد الوسطاء مما يؤدي إلى ارتفاع سعر المستهلك بدون خدمات تسويقية إضافية للسلعة (رزق، ١٩٦٣). يلاحظ كذلك ارتفاع نصيب تجار الجملة و عمولة التصريف نتيجة كثرة عدد الوسطاء في الجهاز التسويقي لمحاصيل الموالح في جمهورية مصر العربية مما يشير إلى ضعف الكفاءة التسويقية لهذه المحاصيل (حسن، ١٩٦٣). عيسى (١٩٧٩) أوضح أن الهيئات التسويقية المختلفة تحصل على ما يزيد عن ٥٥% مما يدفعه المستهلك لمحاصيل الفاكهة في جمهورية مصر العربية و في بعض الأسواق الاحتكارية تحصل الهيئات التسويقية على ٦٣،٤% مما يدفعه المستهلك. كذلك أشار إسماعيل (١٩٧٩) إلى ضعف الكفاءة التسويقية للطماطم في جمهورية مصر العربية في الفترة ٦٢-١٩٧٢. كثير من الدراسات أشارت إلى ضعف الكفاءة التسويقية لمحاصيل الخضار و الفاكهة قياسا بمستوى أداء الخدمات التسويقية لهذه المحاصيل، من هذه الدراسات مصيلحي (١٩٩٥) و أبو النجا (١٩٧٦) و خليفة و العضيبي و الدسوقي (١٩٨١). بعض الدراسات أوضحت أن الجمعيات التعاونية التسويقية كان لها دور رئيس في زيادة الكفاءة التسويقية لبعض محاصيل الخضار في جمهورية مصر العربية و ذلك بزيادة بتخفيض نسبة الهامش التسويقي الذي يذهب لأرباح تجار الجملة و تجار التجزئة و الوسطاء حيث أنها تقوم بتسويق الإنتاج نظير عمولة منخفضة جدا. من هذه الدراسات إسماعيل (١٩٧٩) ومفتاح و الزهيري (١٩٩٤) ومصيلحي (١٩٩٥) وكلها أشارت إلى الدور الكبير الذي يمكن أن تلعبه الجمعيات التعاونية في تسويق محاصيل الخضار و الفاكهة.

النتائج و المناقشة

الجدول (1) – (7) تعرض بنود التكاليف التسويقية و نسبة التكاليف التسويقية من الهامش لبعض محاصيل الخضار و الفاكهة المحلية في المملكة، بينما تعرض الجداول (8) – (12) بنود التكاليف التسويقية و نسبة التكاليف التسويقية من الهامش التسويقي لبعض محاصيل الخضار و الفاكهة المستوردة في المملكة،
الطماطم المحلية:

كما تشير بيانات الجدول (1) فقد تراوحت التكاليف التسويقية الكلية لمحصول الطماطم بين حد أعلى ٠,٧٣ ريال/كجم في المنطقة الوسطى وحد أدنى ٠,٣٣ ريال كجم في المنطقة الشمالية بمتوسط مقداره ٠,٥٣ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. مثلت التكاليف التي يتحملها تاجر التجزئة أعلى بنود التكاليف وقد تراوحت بين حد أدنى ٠,١٠ ريال/كجم في المنطقة الشرقية وحد أعلى ٠,٢٥ ريال/كجم في المنطقة الوسطى بمتوسط مقداره ٠,١٩ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. تكاليف الفرز والتدريج على مستوى التجزئة تراوحت قيمتها ٠,٥ ريال/كجم في المنطقة الشمالية و ٠,٢٦ ريال/كجم في المنطقة الوسطى بمتوسط مقداره ٠,١٥ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. أما تكاليف الفرز والتدريج على مستوى المزرعة فقد تراوحت قيمتها بين ٠,٠٨ ريال/كجم في المنطقة الشمالية و ٠,١٥ ريال/كجم في المنطقة الوسطى والجنوبية، وكانت في المتوسط ٠,١٣ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. تكاليف النقل من سوق الجملة إلى محل التجزئة تراوحت قيمتها بين ٠,٠٣ ريال/كجم في المنطقة الشرقية و ٠,٠٦ ريال/كجم في المنطقتين الوسطى والجنوبية وكانت في المتوسط ٠,٠٥ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. أدنى بنود التكاليف التسويقية مثلتها تكاليف النقل من المزرعة إلى سوق الجملة وقد تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ١,٤% في المنطقة الوسطى و ٣,٠% في المنطقة الشمالية و على مستوى مناطق المملكة فقد عادل تكاليف النقل من المزرعة إلى سوق الجملة ١,٩% من إجمالي التكاليف التسويقية. أما نسبة التكاليف التسويقية الكلية إلى الهامش التسويقي الكلي لمحصول الطماطم المحلية فقد تراوحت بين حد أعلى ٥٦,٣% في المنطقة الغربية وحد أدنى ٥٠,٦% في المنطقة الشرقية بينما كانت ٥٤,٦% على مستوى مناطق المملكة. هذه النتيجة تشير إلى أن أكثر من نصف الهامش التسويقي لمحصول الطماطم المحلية يذهب لتغطية تكاليف الخدمات التسويقية المختلفة بينما يذهب الباقي إلى أرباح تاجر التجزئة والجملة والوسطاء. هذا ورغم ارتفاع التكاليف التسويقية نسبياً قياساً بالهامش التسويقي الكلي فإن ذلك لا يشير إلي ضعف كفاءة تسويق محصول الطماطم المحلي إذ أن هذه التكاليف تغطي خدمات يطلبها المستهلك.

محصول الخيار:

كما تشير بيانات الجدول (٢) فإن التكاليف التسويقية الكلية لمحصول الخيار تراوحت بين حد أدنى ٠,٢٦ ريال/كجم في المنطقة الشرقية وحد أعلى ٠,٦١ ريال/كجم في المنطقة الجنوبية وكان متوسط التكاليف التسويقية الكلية لمحصول الخيار ٠,٥١ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. مثلت التكاليف التي يدفعها تاجر التجزئة أعلى بنود التكاليف على مستوى المملكة وقد تراوحت بين ٠,١٠ ريال/كجم في المنطقة الشرقية و ٠,٢٥ ريال/كجم في المنطقة الوسطى بينما كانت في المتوسط ٠,١٩ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. تكاليف الفرز والتدريج والتعبئة في المزرعة تراوحت قيمتها بين ٠,٠٣ ريال/كجم في المنطقة الشرقية و ٠,١٥ ريال/كجم في المناطق الوسطى والشمالية والجنوبية وكانت في المتوسط ٠,١٢ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. تكاليف الفرز والتدريج على مستوى التجزئة تراوحت قيمتها بين ٠,٠٦ ريال/كجم في المنطقة الوسطى و ٠,٢٠ ريال/كجم في المنطقة الجنوبية وكانت في المتوسط ٠,١٤ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. تكاليف النقل من سوق الجملة إلى سوق التجزئة تراوحت قيمتها بين ٠,٠٣ ريال/كجم في المنطقة الشرقية و ٠,٠٦ ريال/كجم في المنطقتين الوسطى والجنوبية وكانت في المتوسط ٠,٠٥ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. أقل بنود التكاليف التسويقية تمثلت في تكاليف النقل من باب المزرعة إلى سوق الجملة وقد تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ١,٦% في المنطقة الجنوبية و ٣,٩% في المنطقة الشرقية وكانت في المتوسط

٢,٠% من التكاليف التسويقية الكلية على مستوى مناطق المملكة. أما نسبة التكاليف التسويقية الكلية من الهامش التسويقي الكلي فقد تراوحت بين ٣٦,٤% في المنطقة الغربية و ٦٥,٠% في المنطقة الشرقية وكانت في المتوسط ٤٤,٠% على مستوى مناطق المملكة. هذه النتيجة تشير إلى أن حوالي ٤٤,٠% فقط من الهامش التسويقي تمثله التكاليف التسويقية والتي تغطي مختلف الخدمات التسويقية التي يطلبها المستهلك أما الباقي ٦٦,٠% فيذهب لأرباح تجار الجملة والتجزئة والوسطاء مما قد يشير إلى ضعف كفاءة النظام التسويقي لمحصول الخيار في المملكة.

محصول البطاطس المحلية:

كما تشير بيانات الجدول (٣) فإن التكاليف التسويقية الكلية لمحصول البطاطس المحلية تراوحت بين ٠,٤٢ ريال/كجم في المنطقة الشمالية و ٠,٦٣ ريال/كجم في المنطقة الجنوبية وكان متوسطها ٠,٥٤ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. أعلى بنود التكاليف التسويقية تمثلت في التكاليف التي يدفعها تاجر التجزئة وقد تراوحت قيمتها بين ٠,١٠ ريال/كجم في المنطقة الشرقية و ٠,٢٥ ريال/كجم في المنطقة الوسطى وكانت في المتوسط ٠,١٩ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. تكاليف الفرز والتدريج والتعبئة في المزرعة تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٢٧,٠% في المنطقة الجنوبية و ٤٠,٥% في المنطقة الشمالية بينما كانت في المتوسط تمثل ٣١,٥% من التكاليف التسويقية الكلية على مستوى مناطق المملكة. تكاليف الفرز والتدريج على مستوى التجزئة تراوحت قيمتها بين ٠,٠٥ ريال/كجم في المنطقة الشمالية و ٠,٢٠ ريال/كجم في المنطقة الجنوبية وكانت في المتوسط ٠,١٢ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. تكاليف النقل من سوق الجملة إلى محل التجزئة تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٦,٠% في المنطقة الشرقية و ١٠,٩% في المنطقة الوسطى وكانت في المتوسط تمثل ٩,٣% من التكاليف التسويقية الكلية على مستوى مناطق المملكة. أدنى بنود التكاليف التسويقية لمحصول البطاطس المحلية تمثلت في تكاليف النقل من باب المزرعة إلى سوق الجملة والتي تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ١,٦% في المنطقة الجنوبية و ٢,٤% في المنطقة الشمالية وكانت في المتوسط تمثل ١,٩% من التكاليف التسويقية على مستوى مناطق المملكة. أما نسبة التكاليف التسويقية الكلية من الهامش التسويقي الكلي فقد تراوحت بين ٥٦,٨% في المنطقة الشرقية و ٦٥,٥% في المنطقة الوسطى بينما كانت التكاليف التسويقية الكلية تمثل ٦٤,٣% من الهامش التسويقي الكلي على مستوى مناطق المملكة. هذه النتيجة تشير إلى أن حوالي ثلثي الهامش التسويقي لمحصول البطاطس المحلية يذهب إلى تمويل الخدمات التسويقية المختلفة التي يطلبها المستهلك.

محصول البصل المحلي:

كما تشير بيانات الجدول (٤) فإن التكاليف التسويقية الكلية لمحصول البصل المحلي في المملكة تراوحت بين ٠,٤٦ ريال/كجم في المنطقة الشرقية و ٠,٥٦ ريال/كجم في المنطقة الغربية وكانت في المتوسط ٠,٥٣ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. تكاليف الفرز والتدريج تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ١١,٨% في المنطقة الوسطى و ٤١,٣% في المنطقة الشرقية بينما كانت في المتوسط تعادل ٢٨,٣% من إجمالي التكاليف التسويقية على مستوى مناطق المملكة. التكاليف التي يتحملها تاجر التجزئة تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٢١,٧% في المنطقة الشرقية و ٤٩,٠% في المنطقة الوسطى وكانت تعادل في المتوسط ٣٥,٨% من إجمالي التكاليف التسويقية على مستوى مناطق المملكة. تكاليف الفرز والتدريج والتعبئة في المزرعة لمحصول البصل تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٢١,٢% في المنطقة الغربية و ٢٦,٥% في المنطقة الجنوبية وكانت في المتوسط تعادل ٢٤,٥% من التكاليف التسويقية الكلية لمحصول البصل على مستوى مناطق المملكة. تكاليف النقل من سوق الجملة إلى محل التجزئة تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية لمحصول البصل بين ٦,٥% في المنطقة الشرقية و ١٢,٣% في المنطقة الجنوبية وكانت في المتوسط تمثل ٩,٤% من إجمالي التكاليف التسويقية الكلية لمحصول البصل على مستوى مناطق المملكة. أدنى بنود التكاليف التسويقية تمثلت في تكاليف النقل من المزرعة إلى سوق الجملة والتي تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ١,٨% في المنطقة الغربية و ٢,٢% في المنطقة الشرقية وكانت في المتوسط تعادل

١,٩% من التكاليف التسويقية الكلية على مستوى مناطق المملكة. أما نسبة التكاليف التسويقية الكلية من الهامش التسويقي الكلي فقد تراوحت بين ٥٢,٣% في المنطقة الشرقية و ٨٠,٩% في المنطقة الوسطى وكانت التكاليف التسويقية الكلية لمحصول البصل تعادل في المتوسط ٦٦,٣% من الهامش التسويقي الكلي لمحصول البصل على مستوى مناطق المملكة. هذه النتيجة تشير إلى أن أكثر من ٦٦% من الهامش التسويقي لمحصول البصل تمول مختلف الخدمات التسويقية التي يطلبها المستهلك. بينما يذهب الباقي (٣٤%) إلى أرباح تجار الجملة والتجزئة والوسطاء.

محصول البطيخ المحلي:

كما تشير بيانات الجدول (٥) فإن التكاليف التسويقية الكلية لمحصول البطيخ المحلي تراوحت بين ٠,٣٨% ريال/كجم في المنطقة الشرقية و ٠,٥٨ ريال/كجم في المنطقة الغربية وكانت في المتوسط تعادل ٠,٥١ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. التكاليف التي يدفعها تاجر التجزئة تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٢٦,٣% في المنطقة الشرقية و ٤٧,٢% في المنطقة الوسطى وكانت في المتوسط تعادل ٣٧,٣,٨% من إجمالي التكاليف التسويقية على مستوى مناطق المملكة. تكاليف الفرز والتدريج والتعبئة في المزرعة تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٢٥,٩% في المنطقة الغربية و ٣٩,٥% في المنطقة الشرقية وكانت في المتوسط تعادل ٢٩,٤% من التكاليف التسويقية الكلية على مستوى مناطق المملكة. تكاليف الفرز والتدريج على مستوى التجزئة لمحصول البطيخ المحلي تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ١١,٣% في المنطقة الوسطى و ٣٢,٨% في المنطقة الغربية وكانت في المتوسط تعادل ٢٣,٥% من إجمالي التكاليف التسويقية لمحصول البطيخ المحلي على مستوى مناطق المملكة. أما تكاليف النقل من سوق الجملة إلى محلات التجزئة فقد تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٦,٩% في المنطقة الغربية و ١١,٣% في المنطقة الوسطى وكانت في المتوسط تعادل ٧,٨% من التكاليف التسويقية الكلية على مستوى مناطق المملكة. أدنى بنود التكاليف التسويقية لمحصول البطيخ المحلي تمثلت في تكاليف النقل من المزرعة إلى سوق الجملة وقد تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية ١,٧% في المنطقة الغربية و ٢,٦% في المنطقة الشرقية وكانت في المتوسط تعادل ١,٩% من إجمالي التكاليف التسويقية الكلية على مستوى مناطق المملكة. أما نسبة التكاليف التسويقية الكلية من الهامش التسويقي الكلي لمحصول البطيخ المحلي فقد تراوحت بين ٤٨,٢% في المنطقة الوسطى و ٧٢,٥% في المنطقة الشمالية وكانت في المتوسط تعادل ٥٥,٤% من الهامش التسويقي الكلي لمحصول البطيخ المحلي على مستوى مناطق المملكة. هذه النتيجة تشير إلى أنه وفي المتوسط فإن أكثر من ٥٥% من الهامش التسويقي لمحصول البطيخ المحلي تذهب لتمويل الخدمات التسويقية المختلفة التي يطلبها المستهلك، ويذهب حوالي ٤٥% من الهامش إلى أرباح تجار الجملة والتجزئة والوسطاء.

محصول الشمام المحلي:

كما تشير بيانات الجدول (٦) فإن التكاليف التسويقية الكلية لمحصول الشمام المحلي تراوحت بين ٠,٤٨ ريال/كجم في المنطقة الشرقية والغربية و ٠,٥٣ ريال/كجم في المنطقة الوسطى وكانت في المتوسط تعادل ٠,٥٥ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. التكاليف التي يدفعها تاجر التجزئة تراوحت نسبتها من التكاليف الكلية بين ٢٠,٨% في المنطقة الشرقية و ٤٧,٢% في المنطقة الوسطى وكانت في المتوسط تعادل ٣٤,٦% من إجمالي التكاليف التسويقية على مستوى مناطق المملكة. تكاليف الفرز والتدريج والتعبئة في المزرعة تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٢٨,٣% في المنطقة الوسطى و ٣١,٣% في المنطقة الشرقية والغربية وكانت في المتوسط تعادل ٢٧,٣% من إجمالي التكاليف التسويقية على مستوى مناطق المملكة. تكاليف الفرز والتدريج على مستوى التجزئة تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ١١,٣% في المنطقة الوسطى و ٣٩,٦% في المنطقة الشرقية وكانت في المتوسط تعادل ٢٧,٣% من التكاليف التسويقية الكلية على مستوى مناطق المملكة. تكاليف النقل من سوق الجملة إلى محلات التجزئة تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٦,٣% في المنطقة الشرقية و ١١,٣% في المنطقة الوسطى وكانت في المتوسط تمثل ٩,١% من إجمالي

التكاليف التسويقية لمحصول الشمام المحلي على مستوى مناطق المملكة. أدنى بنود التكاليف التسويقية لمحصول الشمام المحلي تمثلت في تكاليف النقل من المزرعة إلى سوق الجملة وقد تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ١,٩% في المنطقة الوسطى و ٢,١% في المنطقة الشرقية والغربية وكانت في المتوسط تعادل ١,٨% من إجمالي التكاليف التسويقية لمحصول الشمام المحلي على مستوى مناطق المملكة. أما نسبة التكاليف التسويقية الكلية لمحصول الشمام المحلي من الهامش التسويقي الكلي لمحصول الشمام المحلي فقد تراوحت بين ٤٦,٤% في المنطقة الشرقية و ٧٢% في المنطقة الشمالية وكانت في المتوسط تعادل ٥٧,٣% من الهامش التسويقي لمحصول الشمام المحلي على مستوى مناطق المملكة. هذه النتيجة تشير إلى أن أكثر من ٥٥% من الهامش التسويقي الكلي لمحصول الشمام المحلي في المملكة تذهب لتمويل مختلف الخدمات التسويقية لمحصول الشمام المحلي التي يطلبها المستهلك. بينما تذهب ٤٥% من الهامش التسويقي لأرباح تجار الجملة والتجزئة والوسطاء.

محاصيل التمر:

كما تشير بيانات الجدول (٧) فإن التكاليف التسويقية الكلية لمحاصيل التمر تراوحت بين ١,٥ ريال/كجم لصنف المنيفي و ١,٢٥ ريال/كجم لبقية الأصناف بينما كانت في المتوسط تعادل ١,٢٣ ريال/كجم لمختلف محاصيل التمر على مستوى مناطق المملكة. أعلى بنود التكاليف التسويقية لمحاصيل التمر تمثلت في تكاليف الفرز والتدريج والتعبئة في المزرعة وتراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٣٦,٢% لصنف المنيفي و ٤٤,٠% لصنف السلج وكانت في المتوسط تعادل ٤١,٥% من إجمالي التكاليف التسويقية لمحاصيل التمر على مستوى مناطق المملكة. تكاليف الفرز والتدريج على مستوى التجزئة لمحاصيل التمر في المملكة تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية لمحاصيل التمر بين ١٨,٤% لصنف السلج و ٢١,٦% لصنف نبوت سيف بينما كانت في المتوسط تعادل ٢٠,٣% من التكاليف التسويقية الكلية لمحاصيل التمر على مستوى مناطق المملكة. التكاليف التي يتحملها تاجر التجزئة تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية بين ٢٣,٨% لصنف المنيفي و ٢٠,٠% لبقية الأصناف وكانت في المتوسط تعادل ٢٠,٣% من إجمالي التكاليف التسويقية لمحاصيل التمر في المملكة. تكاليف التخزين لمحاصيل التمر تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ١٤,٣% لصنف المنيفي و ٢٠,٠% لبقية الأصناف وكانت في المتوسط تعادل ٢٠,٣% من التكاليف التسويقية الكلية لمحاصيل التمر في المملكة. تكاليف النقل من سوق الجملة لمحلات التجزئة تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية لمحاصيل التمر بين ٥,٧% لصنف المنيفي و ٤,٨% لبقية الأصناف وكانت في المتوسط تعادل ٤,٩% من التكاليف التسويقية لمحاصيل التمر في المملكة. تكاليف النقل من المزرعة إلى سوق الجملة مثلت أدنى بنود التكاليف وقد تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٠,٩% لصنف المنيفي و ٠,٨% لبقية الأصناف وقد كانت في المتوسط تعادل ٠,٨% من إجمالي التكاليف التسويقية لمحاصيل التمر على مستوى مناطق المملكة. أما نسبة التكاليف التسويقية الكلية من الهامش التسويقي الكلي لمحاصيل التمر في المملكة فقد تراوحت بين ٨,٩% لصنف السكري و ٦٧,٧% لصنف نبوت سيف وكانت في المتوسط تعادل ٢٤,١% من الهامش التسويقي الكلي لمحاصيل التمر على مستوى مناطق المملكة. هذه النتيجة تشير إلى ضعف كفاءة النظام التسويقي للتمر حيث أن ٢٤% فقط من الهامش التسويقي للتمر يذهب لتمويل الخدمات التسويقية المختلفة التي يطلبها المستهلك، أما الباقي من الهامش التسويقي (٧٦%) فيذهب لأرباح تجار الجملة والوسطاء وتجار التجزئة، وهي نسبة مرتفعة نسبياً إذا ما قورنت بالنسبة اليسيرة من الهامش التسويقي التي تذهب لتغطية الخدمات التسويقية التي يطلبها المستهلك. هذه النتائج أيضاً تشير إلى أن الكفاءة التسويقية لمحاصيل الخضار المحلي في المملكة أفضل من الكفاءة التسويقية لمحاصيل التمر حيث أن الجزء الأكبر من الهامش التسويقي لمحاصيل الخضار يذهب لتغطية الخدمات التسويقية التي يطلبها المستهلك بينما يذهب الجزء الأكبر من الهامش التسويقي لمحاصيل التمر إلى الوسطاء.

جدول ١: هيكل التكاليف التسويقية لمحصول الطماطم.

المملكة		الجنوبية		الشمالية		الغربية		الشرقية		الوسطى		المناطق بنود التكاليف
%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	
٢٤,٥	٠,١٣	٢٥,٠	٠,١٥	١٧,٤	٠,٠٨	٢٩,٨	٠,١٤	٢٨,٣	٠,١٣	٢٠,٥	٠,١٥	الفرز والتدريج والتعبئة في المزرعة
١,٩	٠,٠١	١,٦	٠,٠١	٣,٠	٠,٠١	٢,١	٠,٠١	٢,٢	٠,٠١	١,٤	٠,٠١	النقل من المزرعة إلى سوق الجملة
٩,٤	٠,٠٥	٩,٨	٠,٠٦	١٢,١	٠,٠٤	٨,٥	٠,٠٤	٦,٥	٠,٠٣	٨,٣	٠,٠٦	النقل من سوق الجملة إلى محل التجزئة
٢٨,٣	٠,١٥	٣٢,٨	٠,٢٠	١٥,٢	٠,٠٥	١٩,٢	٠,٠٩	٤١,٣	٠,١٩	٣٥,٦	٠,٢٦	الفرز والتدريج على مستوى التجزئة
٣٥,٩	٠,١٩	٣١,١	٠,١٩	٤٥,٥	٠,١٥	٤٠,٤	٠,١٩	٢١,٧	٠,١٠	٣٤,٣	٠,٢٥	تكاليف يتحملها تاجر التجزئة
١٠٠,٠	٠,٥٣	١٠٠,٠	٠,٦١	١٠٠,٠	٠,٣٣	١٠٠,٠	٠,٤٧	١٠٠,٠	٠,٤٦	١٠٠,٠	٠,٧٣	التكاليف التسويقية الكلية
	٠,٩٧		١,٠٩		٠,٥٩		٠,٧٣		٠,٩١		١,٢٩	الهامش التسويقي الكلي
٥٤,٦		٥٦,٠		٥٥,٩		٦٥,٣		٥٠,٦		٥٦,٦		التكاليف التسويقية الكلية كنسبة من الهامش التسويقي الكلي (%)

المصدر: جمعت وحسبت من البيانات الأولية لاستمارات الاستبيان التي تم تجميعها عام ١٤٢٦هـ.

جدول ٢: هيكل التكاليف التسويقية لمحصول الخيار.

المملكة		الجنوبية		الشمالية		الغربية		الشرقية		الوسطى		المناطق بنود التكاليف
%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	
٢٣,٥	٠,١٢	٢٤,٦	٠,١٥	٣٠,٠	٠,١٥	٢٣,٢	٠,١٣	١١,٥	٠,٠٣	٢٨,٣	٠,١٥	الفرز والتدريج والتعبئة في المزرعة
٢,٠	٠,٠١	١,٦	٠,٠١	٢,٠	٠,٠١	١,٨	٠,٠١	٣,٩	٠,٠١	١,٩	٠,٠١	النقل من المزرعة إلى سوق الجملة
٩,٨	٠,٠٥	٩,٨	٠,٠٦	٨,٠	٠,٠٤	٧,١	٠,٠٤	١١,٥	٠,٠٣	١١,٣	٠,٠٦	النقل من سوق الجملة إلى محل التجزئة
٢٧,٥	٠,١٤	٣٢,٨	٠,٢٠	٣٠,٠	٠,١٥	٣٣,٩	٠,١٩	٣٤,٦	٠,٠٩	١١,٣	٠,٠٦	الفرز والتدريج والتعبئة على مستوى التجزئة
٣٧,٣	٠,١٩	٣١,١	٠,١٩	٣٠,٠	٠,١٥	٣٣,٩	٠,١٩	٣٨,٥	٠,١٠	٤٧,٢	٠,٢٥	تكاليف يتحملها تاجر التجزئة
١٠٠,٠	٠,٥١	١٠٠,٠	٠,٦١	١٠٠,٠	٠,٥٠	١٠٠,٠	٠,٥٦	١٠٠,٠	٠,٢٦	١٠٠,٠	٠,٥٣	التكاليف التسويقية الكلية
	١,١٦		١,٤٧		١,١١		١,٥٤		٠,٤٠		١,٢٧	الهامش التسويقي الكلي
٤٤,٠		٤١,٥		٤٥,١		٣٦,٤		٦٥,٠		٤١,٧		التكاليف التسويقية الكلية كنسبة من الهامش التسويقي الكلي (%)

المصدر: جمعت وحسبت من البيانات الأولية لاستمارات الاستبيان التي تجميعها عام ١٤٢٦هـ.

جدول ٣: هيكل التكاليف التسويقية لمحصول البطاطس.

المملكة		الجنوبية		الشمالية		الغربية		الشرقية		الوسطى		المناطق بنود التكاليف
%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	
٣١,٥	٠,١٧	٢٧,٠	٠,١٧	٤٠,٥	٠,١٧	٣٤,٠	٠,١٧	٣٤,٠	٠,١٧	٣٠,٩	٠,١٧	الفرز والتدريج والتعبئة في المزرعة
١,٩	٠,٠١	١,٦	٠,٠١	٢,٤	٠,٠١	٢,٠	٠,٠١	٢,٠	٠,٠١	١,٨	٠,٠١	النقل من المزرعة إلى سوق الجملة
٩,٣	٠,٠٥	٩,٥	٠,٠٦	٩,٥	٠,٠٤	٨,٠	٠,٠٤	٦,٠	٠,٠٣	١٠,٩	٠,٠٦	النقل من سوق الجملة إلى محل التجزئة
٢٢,٢	٠,١٢	٣١,٨	٠,٢٠	١١,٩	٠,٠٥	٤٨,٠	٠,٠٩	٣٨,٠	٠,١٩	١٠,٩	٠,٠٦	الفرز والتدريج على مستوى التجزئة
٣٥,٢	٠,١٩	٣٠,٢	٠,١٩	٣٥,٧	٠,١٥	٣٨,٠	٠,١٩	٢٠,٠	٠,١٠	٤٥,٥	٠,٢٥	تكاليف يتحملها تاجر التجزئة
١٠٠,٠	٠,٥٤	١٠٠,٠	٠,٦٣	١٠٠,٠	٠,٤٢	١٠٠,٠	٠,٥٠	١٠٠,٠	٠,٥٠	١٠٠,٠	٠,٥٥	التكاليف التسويقية الكلية
	٠,٨٤		٠,٩٩		٠,٦٧		٠,٨٢		٠,٨٨		٠,٨٤	الهامش التسويقي الكلي
٦٤,٣		٣٦,٦		٦٢,٧		٠,٦١		٥٦,٨		٦٥,٥		التكاليف التسويقية الكلية كنسبة من الهامش التسويقي الكلي (%)

المصدر: جمعت وحسبت من البيانات الأولية لاستمارات الاستبيان التي تم تجميعها عام ١٤٢٦هـ.

جدول ٤: هيكل التكاليف التسويقية لمحصول البصل.

المملكة		الجنوبية		الشمالية		الغربية		الشرقية		الوسطى		المناطق بنود التكاليف
%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	
٢٤,٥	٠,١٣	٢٦,٥	٠,١٣	٢٧,١	٠,١٣	٢٣,٣	٠,١٣	٢٨,٣	٠,١٣	٢٥,٥	٠,١٣	الفرز والتدريج والتعبئة في المزرعة
١,٩	٠,٠١	٢,٠	٠,٠١	٢,١	٠,٠١	١,٨	٠,٠١	٢,٢	٠,٠١	٢,٠	٠,٠١	النقل من المزرعة إلى سوق الجملة
٩,٤	٠,٠٥	١٢,٣	٠,٠٦	٨,٣	٠,٠٤	٧,١	٠,٠٤	٦,٥	٠,٠٣	١١,٨	٠,٠٦	النقل من سوق الجملة إلى محل التجزئة
٢٨,٣	٠,١٥	٢٤,٧	٠,١٠	٣١,٣	٠,١٥	٣٣,٩	٠,١٩	٤١,٣	٠,١٩	١١,٨	٠,٠٦	الفرز والتدريج على مستوى التجزئة
٣٥,٨	٠,١٩	٣٨,٨	٠,١٩	٣١,٣	٠,١٥	٣٣,٩	٠,١٩	٢١,٧	٠,١٠	٤٩,٠	٠,٥	تكاليف يتحملها تاجر التجزئة
١٠٠,٠	٠,٥٣	١٠٠,٠	٠,٤٩	١٠٠,٠	٠,٤٨	١٠٠,٠	٠,٥٦	١٠٠,٠	٠,٤٦	١٠٠,٠	٠,٥١	التكاليف التسويقية الكلية
	٠,٨٠		٠,٦٧		٠,٦٨		٠,٨٦		٠,٨٨		٠,٦٣	الهامش التسويقي الكلي
٦٦,٣		٧٣,١		٧٠,٦		٦٥,١		٥٢,٣		٨٠,٩		التكاليف التسويقية الكلية كنسبة من الهامش التسويقي الكلي (%)

المصدر: حسبت وجمعت من البيانات الأولية لاستمارات الاستبيان التي تم تجميعها عام ١٤٢٦هـ.

جدول ٥: هيكل التكاليف التسويقية لمحصول البطيخ.

المملكة		الشمالية		الغربية		الشرقية		الوسطى		المناطق بنود التكاليف
%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	
٢٩,٤	٠,١٥	٣٠,٥	٠,١٥	٢٥,٩	٠,١٥	٣٩,٥	٠,١٥	٢٨,٣	٠,١٥	الفرز والتدريج والتعبئة في المزرعة
١,٩	٠,٠١	٢,٠	٠,٠١	١,٧	٠,٠١	٢,٦	٠,٠١	١,٩	٠,٠١	النقل من المزرعة إلى سوق الجملة
٧,٨	٠,٠٤	٨,٠	٠,٠٤	٦,٩	٠,٠٤	٧,٩	٠,٠٣	١١,٣	٠,٠٦	النقل من سوق الجملة إلى محل التجزئة
٢٣,٥	٠,١٢	٣٠,٠	٠,١٥	٣٢,٨	٠,١٩	٢٣,٧	٠,٠٩	١١,٣	٠,٠٦	الفرز والتدريج على مستوى التجزئة
٢٣,٥	٠,١٧	٣٠,٠	٠,١٥	٣٢,٨	٠,١٩	٢٦,٣	٠,١٠	٤٧,٢	٠,٢٥	تكاليف يتحملها تاجر التجزئة
١٠٠,٠	٠,٥١	١٠٠,٠	٠,٥٠	١٠٠,٠	٠,٥٨	١٠٠,٠	٠,٣٨	١٠٠,٠	٠,٥٣	التكاليف التسويقية الكلية
	٠,٩٢		٠,٦٩		١,١٩		٠,٧١		١,١٠	الهامش التسويقي الكلي
٥٥,٤		٧٢,٥		٤٨,٧		٥٣,٥		٤٨,٢		التكاليف التسويقية الكلية كنسبة من الهامش التسويقي الكلي (%)

المصدر: جمعت وحسبت من البيانات الأولية لاستمارات الاستبيان التي تم تجميعها عام ١٤٢٦هـ.

جدول ٦: هيكل التكاليف التسويقية لمحصول الشمام.

المملكة		الشمالية		الغربية		الشرقية		الوسطى		المناطق بنود التكاليف
%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	
٢٧,٣	٠,١٥	٣٠,٠	٠,١٥	٣١,٣	٠,١٥	٣١,٣	٠,١٥	٢٨,٣	٠,١٥	الفرز والتدريج والتعبئة في المزرعة
١,٨	٠,٠١	٢,٠	٠,٠١	٢,١	٠,٠١	٢,١	٠,٠١	١,٩	٠,٠١	النقل من المزرعة إلى سوق الجملة
٩,١	٠,٠٥	٨,٠	٠,٠٤	٨,٣	٠,٠٤	٦,٣	٠,٠٣	١١,٣	٠,٠٦	النقل من سوق الجملة إلى محل التجزئة
٢٧,٣	٠,١٥	٣٠,٠	٠,١٥	١٨,٨	٠,٠٩	٣٩,٦	٠,١٩	١١,٣	٠,٠٦	الفرز والتدريج على مستوى التجزئة
٣٤,٦	٠,١٩	٣٠,٠	٠,١٥	٣٩,٦	٠,١٩	٢٠,٨	٠,١٠	٤٧,٢	٠,٢٥	التكاليف التي يتحملها تاجر التجزئة
١٠٠,٠	٠,٥٥	١٠٠,٠	٠,٥٠	١٠٠,٠	٠,٤٨	١٠٠,٠	٠,٤٨	١٠٠,٠	٠,٥٣	التكاليف التسويقية الكلية
	٠,٩٦		٠,٦٩		٠,٧٩		١,٠٣		١,٠٩	الهامش التسويقي الكلي
٥٧,٣		٧٢,٥		٦٠,٨		٤٦,٦		٤٨,٦		التكاليف التسويقية الكلية كنسبة من الهامش التسويقي الكلي (%)

المصدر: حسبت وجمعت من البيانات الأولية لاستثمارات الاستبيان التي تجميعها عام ١٤٢٦هـ.

جدول ٧: هيكل التكاليف التسويقية لمحاصيل التمور. .

المملكة		روثان		منيقي		نبوت سيف		سلج		برحي		سكري		المناطق بنود التكاليف
%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	
٤١,٥	٠,٥١	٤٢,٤	٠,٥٣	٣٦,٢	٠,٣٨	٤٠,٨	٠,٥١	٤٤,٠	٠,٥٥	٤١,٦	٠,٥٢	٤٢,٤	٠,٥٣	الفرز والتدريج والتعبئة في المزرعة
٠,٨	٠,٠١	٠,٨	٠,٠١	٠,٩	٠,٠١	٠,٨	٠,٠١	٠,٨	٠,٠١	٠,٨	٠,٠١	٠,٨	٠,٠١	النقل من المزرعة إلى سوق الجملة
٤,٩	٠,٠٦	٤,٨	٠,٠٦	٥,٧	٠,٠٦	٤,٨	٠,٠٦	٤,٨	٠,٠٦	٤,٨	٠,٠٦	٤,٨	٠,٠٦	النقل من سوق الجملة إلى محل التجزئة
٢٠,٣	٠,٢٥	٢٠,٠	٠,٢٥	١٩,١	٠,٢٠	٢١,٦	٠,٢٧	١٨,٤	٠,٢٣	٢٠,٨	٠,٢٦	٢٠,٠	٠,٢٥	الفرز والتدريج على مستوى التجزئة
١٢,٢	٠,١٥	١٢,٠	٠,١٥	١٤,٣	٠,١٥	١٢,٠	٠,١٥	١٢,٠	٠,١٥	١٢,٠	٠,١٥	١٢,٠	٠,١٥	التخزين
٢٠,٣	٠,٢٥	٢٠,٠	٠,٢٥	٢٣,٨	٠,٢٥	٢٠,٠	٠,٢٥	٢٠,٠	٠,٢٥	٢٠,٠	٠,٢٥	٢٠,٠	٠,٢٥	تكاليف يتحملها تاجر التجزئة
١٠٠,٠	١,٢٣	١٠٠,٠	١,٢٥	١٠٠,٠	١,٠٥	١٠٠,٠	١,٢٥	١٠٠,٠	١,٢٥	١٠٠,٠	١,٢٥	١٠٠,٠	١,٢٥	التكاليف التسويقية الكلية
	٥,١		٢,٥٥		١,٥٥		٢,٦٨		٢,٨٦		٦,٨٨		١٤,١٣	الهامش التسويقي الكلي
٢٤,١		٤٩,٠		٦٧,٧		٤٦,٦		٤٣,٧		١٨,٢		٨,٩		التكاليف التسويقية الكلية كنسبة من الهامش التسويقي الكلي (%)

المصدر: حسبت وجمعت من البيانات الأولية لاستثمارات الاستبيان التي تم جمعها عام ١٤٢٦ هـ.

محصول الطماطم المستوردة:

كما تشير بيانات الجدول (٨) فإن التكاليف التسويقية الكلية لمحصول الطماطم المستوردة تراوحت بين حد أدنى ٠,٣٠ ريال/كجم في المنطقة الشمالية وحد أعلى ٠,٦١ ريال/كجم في المنطقة الوسطى وكان متوسط التكاليف التسويقية الكلية ٠,٤٥ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. التكاليف التي يتحملها تاجر التجزئة مثلت أعلى بنود التكاليف التسويقية لمحصول الطماطم المستوردة وتراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية بين ٢٣,٨% في المنطقة الشرقية و ٤٠,٤% في المنطقة الجنوبية بينما مثلت ٣٣,٣% من متوسط التكاليف التسويقية الكلية على مستوى مناطق المملكة. تكاليف الفرز والتدريج وإعادة التعبئة تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ١٦,٧% في المنطقة الشمالية و ٤٢,٩% في المنطقة الشرقية بينما كانت نسبة تكاليف الفرز والتدريج وإعادة التعبئة تعادل ٢٨,٩% من متوسط التكاليف التسويقية الكلية على مستوى مناطق المملكة. تكاليف النقل المبرد تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ١٢,٨% في المنطقة الشرقية و ٢٠,٠% في المنطقة الشمالية وكانت في المتوسط تعادل ١٥,٦% من متوسط التكاليف التسويقية الكلية على مستوى مناطق المملكة. تكاليف التخزين المبرد تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٨,٢% في المنطقة الوسطى و ١٦,٧% في المنطقة الشمالية بينما كانت تعادل ١١,١% من متوسط التكاليف التسويقية لمحصول الطماطم المستوردة على مستوى مناطق المملكة. تكاليف النقل من سوق الجملة لمكان التجزئة مثلت أدنى بنود التكاليف التسويقية وقد تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٧,١% في المنطقة الشرقية و ١٣,٣% في المنطقة الشمالية وكانت في المتوسط تعادل ١١,١% من متوسط التكاليف التسويقية لمحصول الطماطم المستوردة على مستوى مناطق المملكة. نسبة التكاليف التسويقية الكلية إلى الهامش التسويقي الكلي لمحصول الطماطم المستوردة تراوحت بين حد أدنى ٥٢,١% في المنطقة الوسطى وحد أعلى ٦٦,٧% في المنطقة الشمالية بينما كانت تعادل ٦٠,٨% على مستوى المملكة. هذه النتيجة الأخيرة تشير إلى أن أكثر من ٦٠% من الهامش التسويقي لمحصول الطماطم المستوردة في المملكة يذهب لتمويل الخدمات التسويقية المختلفة وهي خدمات يطلبها المستهلك النهائي لمحصول الطماطم المستوردة في مختلف مناطق المملكة.

محصول البطاطس المستوردة:

كما تشير بيانات الجدول (٩) فإن التكاليف التسويقية الكلية لمحصول البطاطس المستوردة تراوحت بين حد أدنى ٠,٣٠ ريال/كجم في المنطقة الجنوبية والشمالية والغربية و ٠,٥١ ريال/كجم في المنطقة الوسطى وكانت في المتوسط ٠,٣٤ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. التكاليف التي يتحملها تاجر التجزئة مثلت أعلى بنود التكاليف التسويقية وقد تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٣١,٣% في المنطقة الشرقية و ٣٩,٢% في المنطقة الوسطى وكانت في المتوسط تعادل ٣٥,٣% من متوسط التكاليف التسويقية الكلية على مستوى مناطق المملكة. تكاليف الفرز والتدريج وإعادة التعبئة تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ١٣,٣% في المنطقة الجنوبية و ٢٥,٠% في المنطقة الشرقية وقد كانت في المتوسط تعادل ١٧,٦% من متوسط التكاليف التسويقية الكلية على مستوى مناطق المملكة. تكاليف التخزين المبرد تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ١٥,٦% في المنطقة الشرقية و ١٩,٦% في المنطقة الوسطى وقد كانت تعادل ١٤,٧% من متوسط التكاليف التسويقية الكلية على مستوى مناطق المملكة. تكاليف النقل المبرد تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ١٥,٧% في المنطقة الوسطى و ٢٣,٣% في المنطقة الجنوبية بينما كانت تعادل ٢٠,٦% من متوسط التكاليف التسويقية الكلية على مستوى مناطق المملكة. تكاليف النقل من سوق الجملة لمكان التجزئة مثلت أدنى بنود التكاليف التسويقية لمحصول الطماطم المستوردة وقد تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٥,٩% في المنطقة الوسطى و ١٣,٣% في المنطقة الغربية والشمالية والجنوبية بينما كانت تعادل ١١,٨% من متوسط التكاليف التسويقية الكلية لمحصول الطماطم المستوردة على مستوى مناطق المملكة. نسبة التكاليف التسويقية الكلية من الهامش التسويقي الكلي تراوحت بين حد أدنى ٤٤,١% في المنطقة الغربية و ٦٦,٧% في المنطقة الجنوبية وكانت في المتوسط تعادل ٥٦,٠% من الهامش التسويقي الكلي لمحصول الطماطم المستوردة على مستوى مناطق المملكة. هذه النتيجة تشير

إلى أن حوالي ٥٦,٠% من الهامش التسويقي الكلي لمحصول الطماطم المستوردة تذهب لتمويل مختلف الخدمات التسويقية التي يطلبها المستهلك أما بقية هذا الهامش فيذهب لأرباح تجار الجملة وتجار التجزئة والوسطاء.

محصول البصل المستورد:

كما تشير بيانات الجدول (١٠) فإن التكاليف التسويقية الكلية لمحصول البصل المستورد تراوحت بين حد أدنى ٠,٣٠ ريال/كجم في المنطقة الشمالية والجنوبية وحد أعلى ٠,٤٢ ريال/كجم في المنطقة الوسطى وكانت في المتوسط تعادل ٠,٣٣ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. أعلى بنود التكاليف التسويقية لمحصول البصل المستورد مثلتها تكاليف التي يتحملها تاجر التجزئة والتي تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٤١,٧% في المنطقة الرقبة وبين ٥٩,٥% في المنطقة الوسطى وكانت تعادل ٥١,٥% من متوسط التكاليف التسويقية الكلية لمحصول البصل المستورد على مستوى مناطق المملكة. تكاليف الفرز والتدريج وإعادة التعبئة تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ١٩,١% في المنطقة الوسطى و ٣٣,٣% في المنطقة الشرقية بينما كانت تعادل ٢٤,٢% من متوسط التكاليف التسويقية الكلية على مستوى مناطق المملكة. تكاليف التخزين تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٧,١% في المنطقة الوسطى و ١٢,٥% في المنطقة الشرقية بينما كانت في المتوسط تعادل ٩,١% من متوسط التكاليف التسويقية الكلية على مستوى مناطق المملكة. تكاليف النقل من سوق الجملة لمكان التخزين تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ١١,٨% في المنطقة الغربية و ٢٠,٠% في المنطقة الجنوبية بينما كانت نسبتها ١٥,٢% من متوسط التكاليف التسويقية الكلية لمحصول البصل المستورد على مستوى مناطق المملكة. نسبة التكاليف التسويقية الكلية لمحصول البصل المستورد من الهامش التسويقي الكلي للمحصول تراوحت بين حد أدنى ٥٠,٠% في المنطقة الشرقية وحد أعلى ٦٣,٨% في المنطقة الجنوبية بينما كانت تعادل ٥٧,٩% على مستوى مناطق المملكة. هذه النتيجة تشير إلى أن حوالي ٥٧,٩% من الهامش التسويقي الكلي لمحصول البصل المستورد يذهب لتمويل الخدمات التسويقية المختلفة بينما يذهب بقية الهامش التسويقي لأرباح تجار الجملة والمستوردين وتجار التجزئة والوسطاء.

محصول البرتقال المستورد:

كما تشير بيانات الجدول (١١) فإن التكاليف التسويقية الكلية لمحصول البرتقال في المملكة تراوحت بين حد أدنى ٠,٣٦ ريال/كجم في المنطقة الشرقية وبين حد أعلى ٠,٦٣ ريال/كجم في المنطقة الوسطى وكانت في المتوسط تعادل ٠,٤٨ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. تكاليف الفرز والتدريج وإعادة التعبئة لمحصول البرتقال تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ١٩,١% في المنطقة الجنوبية وبين ٣٤,٨% في المنطقة الشمالية وكانت تعادل ٢٧,١% من متوسط التكاليف التسويقية الكلية على مستوى مناطق المملكة. التكاليف التي يتحملها تاجر التجزئة تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٢٧,٨% في المنطقة الشرقية و ٤٤,٢% في المنطقة الغربية وكانت تعادل ٣٧,٥% من متوسط التكاليف التسويقية الكلية على مستوى مناطق المملكة. تكاليف التخزين المبرد تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٧,٩% في المنطقة الوسطى و ١٣,٩% في المنطقة الشرقية وكانت تعادل ١٠,٤% من التكاليف التسويقية الكلية لمحصول البرتقال على مستوى مناطق المملكة. تكاليف النقل المبرد تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ١٢,١% في المنطقة الوسطى و ١٧,٠% في المنطقة الجنوبية وكانت تعادل ١٤,٦% من متوسط التكاليف التسويقية الكلية لمحصول البرتقال على مستوى مناطق المملكة. تكاليف النقل من سوق الجملة لمكان التجزئة مثلت أدنى بنود التكاليف وتراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٨,٣% في المنطقة الشرقية و ١٢,٨% في المنطقة الجنوبية وكانت تعادل ١٠,٤% من متوسط التكاليف التسويقية الكلية لمحصول البرتقال على مستوى مناطق المملكة. نسبة التكاليف التسويقية الكلية من الهامش التسويقي الكلي لمحصول البرتقال المستورد تراوحت بين حد أدنى ٢٧,١% في المنطقة الشمالية وحد أعلى ٦٩,١% في المنطقة الشرقية بينما كانت تعادل في المتوسط ٣٩,٣% على مستوى مناطق المملكة. هذه النتيجة تشير إلى عدم كفاءة النظام التسويقي

لمحصول البرتقال في المملكة حيث أن حوالي ٣٩,٠% فقط من الهامش التسويقي الكلي للمحصول يذهب لتغطية الخدمات التسويقية التي يطلبها المستهلك بينما يذهب حوالي ٦٠,٠% من الهامش التسويقي لمحصول البرتقال لأرباح تجار الجملة والمستوردين وتجار التجزئة والوسطاء في إشارة واضحة إلى ضعف الكفاءة التسويقية لهذا المحصول.

محصول العنب المستورد:

كما تشير بيانات الجدول (١٢) فإن التكاليف التسويقية الكلية لمحصول العنب المستورد تراوحت بين حد أدنى ٠,٤٤ ريال/كجم في المنطقة الشرقية و ٠,٦٤ ريال/كجم في المنطقة الوسطى وكانت في المتوسط تعادل ٠,٥٧ ريال/كجم على مستوى مناطق المملكة. أعلى بنود التكاليف التسويقية لمحصول العنب المستورد مثلتها تكاليف الفرز والتدريج وإعادة التعبئة وتراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٣٧,٣% في المنطقة الوسطى و ٤٥,٥% في المنطقة الشرقية بينما كانت تعادل ٣٨,٦% من متوسط التكاليف التسويقية الكلية لمحصول العنب المستورد على مستوى مناطق المملكة. التكاليف التي يتحملها تاجر التجزئة تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ٢٢,٧% في المنطقة الشرقية و ٣٩,١% في المنطقة الوسطى وكانت تعادل ٣١,٦% من متوسط التكاليف التسويقية الكلية لمحصول العنب المستورد على مستوى مناطق المملكة. تكاليف التخزين المبرد تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية بين ١١,٤% في المنطقة الشرقية بينما كانت تعادل ٨,٨% من متوسط التكاليف التسويقية الكلية على مستوى مناطق المملكة. تكاليف النقل المبرد تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية لمحصول العنب المستورد بين ١٠,٧% في المنطقة الغربية و ١٣,٦% في المنطقة الشرقية وكانت تعادل ١٢,٣% من متوسط التكاليف التسويقية لمحصول العنب المستورد على مستوى مناطق المملكة. تكاليف النقل من سوق الجملة لمكان التجزئة تراوحت نسبتها من التكاليف التسويقية الكلية لمحصول العنب المستورد بين ٦,٨% في المنطقة الشرقية والغربية و ٩,٥% في المنطقة الجنوبية وكانت تعادل ٨,٨% من متوسط التكاليف التسويقية الكلية لمحصول العنب المستورد على مستوى مناطق المملكة. نسبة التكاليف التسويقية الكلية من الهامش التسويقي الكلي لمحصول العنب المستورد تراوحت بين حد أدنى ٣٢,٣% في المنطقة الشرقية و ٣٧,٠% في المنطقة الوسطى وكانت في المتوسط تعادل ٣٢,٠% على مستوى مناطق المملكة. هذه النتيجة تشير إلى عدم كفاءة النظام التسويقي لمحصول العنب المستورد حيث أن الثلث فقط من الهامش التسويقي الكلي للمحصول يذهب لتغطية الخدمات التسويقية المختلفة التي يطلبها المستهلك أما الباقي والذي يعادل ثلثي الهامش التسويقي لمحصول العنب المستورد فيذهب لأرباح تجار الجملة والمستوردين وتجار التجزئة والوسطاء في إشارة واضحة إلى ضعف كفاءة النظام التسويقي لهذا المحصول.

هذه النتائج مجتمعة تشير إلى الكفاءة التسويقية لمحاصيل الفاكهة المستوردة (البرتقال والعنب) أقل بكثير من الكفاءة التسويقية لمحاصيل الخضار المستوردة (الطماطم، البطاطس والبصل) حيث أن أكثر من ٦٠,٠% من الهامش التسويقي لمحاصيل الخضار المستوردة يذهب لتغطية الخدمات التسويقية المختلفة بينما يذهب الباقي (٤٠%) لأرباح تجار الجملة والمستوردين وتجار التجزئة والوسطاء بينما نجد أن أقل من ٣٥,٠% من الهامش التسويقي لمحاصيل الفاكهة المستوردة يذهب لتغطية الخدمات التسويقية المختلفة وتذهب ٦٥% من الهامش التسويقي لأرباح تجار الجملة والمستوردين وتجار التجزئة والوسطاء، في إشارة واضحة لضعف الكفاءة التسويقية لمحاصيل الفاكهة المستوردة مقارنة بمحاصيل الخضار المستوردة. هذه النتائج تتفق في مجملها مع ما أشار إليه رزق (١٩٦٣) و حسن (١٩٦٣) و عيسي (١٩٧٩) من أن النظام التسويقي في البلدان العربية يعاني من تعدد الوسطاء، احدي علامات ضعف الكفاءة التسويقية ومع ما أشار إليه أبو النجا (١٩٧٦) وخليفة و آخرون (١٩٨١) و مصيلحي (١٩٩٥) من ارتفاع الهوامش التسويقية لمحاصيل الخضار و الفاكهة مقارنة مع مستوي الخدمات التسويقية التي تؤدي لتسويق هذه المحاصيل، علامة أخرى لضعف الكفاءة التسويقية لمحاصيل الخضار و الفاكهة في البلدان العربية.

جدول ٨: هيكل التكاليف التسويقية لمحصول الطماطم.

بنود التكاليف	الوسطى		الشرقية		الغربية		الشمالية	
	ريال/كجم	%	ريال/كجم	%	ريال/كجم	%	ريال/كجم	%
تكاليف النقل من سوق الجملة لمكان التجزئة	٠,٠٦	٩,٨	٠,٠٣	٧,١	٠,٠٤	١٢,١	٠,٠٤	١٣,٣
تكاليف النقل المبرد	٠,٠٨	١٣,١	٠,٠٦	١٢,٨	٠,٠٦	١٨,٢	٠,٠٦	٢٠,٠
تكلفة الفرز والتدريج وإعادة التعبئة	٠,١٧	٢٧,٩	٠,١٨	١٤,٣	٠,٠٨	٢٤,٢	٠,٠٥	١٦,٧
تكاليف التخزين المبرد	٠,٠٥	٨,٢	٠,٠٥	١١,٩	٠,٠٥	١٥,٢	٠,٠٥	١٦,٧
تكاليف يتحملها تاجر التجزئة	٠,٢٥	٤١,٠	٠,١٠	٢٣,٨	٠,١٠	٣٠,٣	٠,١٠	٣٣,٣
التكاليف التسويقية الكلية	٦١,٠	١٠٠	٠,٤٢	١٠٠	٠,٣٣	١٠٠	٠,٣٠	١٠٠
الهامش التسويقي الكلي	١,١٧		٠,٧٨		٠,٥٠		٠,٤٥	
التكاليف التسويقية الكلية كنسبة من الهامش التسويقي الكلي (%)	٥٢,١		٥٣,٩		٦٦,٠		٦٦,٧	

المصدر: جمعت وحسبت من البيانات الأولية لاستثمارات الاستبيان التي تم تجميعها عام ١٤٢٦ هـ.

جدول ٩: هيكل التكاليف التسويقية لمحصول البطاطس.

بنود التكاليف	الوسطى		الشرقية		الغربية		الشمالية	
	ريال/كجم	%	ريال/كجم	%	ريال/كجم	%	ريال/كجم	%
تكاليف النقل من سوق الجملة لمحل التجزئة	٠,٠٦	٥,٩	٠,٠٣	٩,٤	٠,٠٤	١٣,٣	٠,٠٤	١٣,٣
تكاليف النقل المبرد	٠,٠٨	١٥,٧	٠,٠٦	١٨,٨	٠,٠٦	٢٠,٠	٠,٠٦	٢٠,٠
تكلفة الفرز والتدريج وإعادة التعبئة	٠,٠٧	١٩,٦	٠,٠٨	٢٥,٠	٠,٠٥	١٦,٧	٠,٠٥	١٦,٧
تكاليف التخزين المبرد	٠,٠٥	١٩,٦	٠,٠٥	١٥,٦	٠,٠٥	١٦,٧	٠,٠٥	١٦,٧
تكاليف يتحملها تاجر التجزئة	٠,٢٥	٣٩,٢	٠,١٠	٣١,٣	٠,١٠	٣٣,٣	٠,١٠	٣٣,٣
التكاليف التسويقية الكلية	٠,٥١	١٠٠	٠,٣٢	١٠٠	٠,٣٠	١٠٠	٠,٣٠	١٠٠
الهامش التسويقي الكلي	٠,٧٩		٠,٥٩		٠,٦٨		٠,٤٩	
التكاليف التسويقية الكلية كنسبة من الهامش التسويقي الكلي (%)	٦٤,٦		٥٤,٢		٤٤,١		٦١,٢	

المصدر: جمعت وحسبت من البيانات الأولية لاستمارات البيانات التي تم تجميعها عام ١٤٢٦هـ.

جدول ١٠: هيكل التكاليف التسويقية لمحصول البصل.

ريال/كجم	الشمالية		الغربية		الشرقية		الوسطى		المناطق بنود التكاليف
	%	ريال/كجم	%	ريال/كجم	%	ريال/كجم	%	ريال/كجم	
٠,٦	١٣,٣	٠,٠٤	١١,٨	٠,٠٤	١٢,٥	٠,٠٣	١٤,٣	٠,٠٦	تكاليف النقل من سوق الجملة لمكان التجزئة
٠,٦	٢٦,٧	٠,٠٨	٢٣,٥	٠,٠٨	٣٣,٣	٠,٠٨	١٩,١	٠,٠٨	تكلفة الفرز والتدريج وإعادة التعبئة
٠,٣	١٠,٠	٣,٠٣	٨,٨	٠,٠٣	١٢,٥	٠,٠٣	٧,١	٠,٠٣	تكاليف التخزين
١,٥	٥٠,٠	٠,١٥	٥٥,٩	٠,١٩	٤١,٧	٠,١٠	٥٩,٥	٠,٢٥	تكاليف يتحملها تاجر التجزئة
٣,٠	١٠٠	٠,٣٠	١٠٠	٠,٣٤	١٠٠	٠,٢٤	١٠٠	٠,٤٢	التكاليف التسويقية الكلية
٤,٧		٠,٥٦		٠,٥٩		٠,٤٨		٠,٧٧	الهامش التسويقي الكلي
	٥٣,٦		٥٧,٦		٥٠,٠		٥٤,٦		التكاليف التسويقية الكلية كنسبة من الهامش التسويقي الكلي (%)

المصدر: جمعت وحسبت من البيانات الأولية لاستثمارات الاستبيان التي تم تجميعها عام ١٤٢٦ هـ.

جدول ١١: هيكل التكاليف التسويقية لمحصول البرتقال.

بنود التكاليف	الشمالية		الغربية		الشرقية		الوسطى		المناطق
	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	%	ريال/ كجم	
تكاليف النقل من سوق الجملة لمكان التجزئة	٨,٧	٠,٠٤	٩,٣	٠,٠٤	٨,٣	٠,٠٣	٩,٥	٠,٠٦	
تكاليف النقل المبرد	١٣,٠	٠,٠٦	١٤,٠	٠,٠٦	١٦,٧	٠,٠٦	١٢,٧	٠,٠٨	
تكلفة الفرز والتدريج وإعادة التعبئة	٣٤,٨	٠,١٦	٢٠,٩	٠,٠٩	٣٣,٣	٠,١٢	٣٠,٢	٠,١٩	
تكاليف التخزين المبرد	١٠,٩	٠,٠٥	١١,٦	٠,٠٥	١٣,٩	٠,٠٥	٧,٩	٠,٠٥	
تكاليف يتحملها تاجر التجزئة	٣٢,٦	٠,١٥	٤٤,٢	٠,١٩	٢٧,٨	٠,١٠	٣٩,٧	٠,٢٥	
التكاليف التسويقية الكلية	١٠٠	٠,٤٦	١٠٠	٠,٤٣	١٠٠	٠,٣٦	١٠٠	٠,٦٣	
الهامش التسويقي الكلي		١,٧		٠,٨٥		٠,٧٦		٢,١	
التكاليف التسويقية الكلية كنسبة من الهامش التسويقي الكلي (%)	٢٧,١		٥٠,٦		٤٧,٤		٣٠,٠		

المصدر: جمعت وحسبت من البيانات الأولية لاستثمارات الاستبيانات التي تم تجميعها عام ١٤٢٦ هـ.

جدول ١٢: هيكل التكاليف التسويقية لمحصول العنب.

بنود التكاليف	الوسطى		الشرقية		الغربية		الشمالية	
	ريال/كجم	%	ريال/كجم	%	ريال/كجم	%	ريال/كجم	%
تكاليف النقل من سوق الجملة لمكان التجزئة	٠,٠٦	٩,٤	٠,٠٣	٦,٨	٠,٠٤	٦,٨	٠,٠٤	٨,٠
تكاليف النقل المبرد	٠,٠٨	١٢,٥	٠,٠٦	١٣,٦	٠,٠٦	١٠,٧	٠,٠٦	١٢,٠
تكلفة الفرز والتدريج وإعادة التعبئة	٠,٢٠	٣١,٣	٠,٢٠	٤٥,٥	٠,٢٥	٤٢,٤	٠,٢٠	٤٠,٠
تكاليف التخزين المبرد	٠,٠٥	٧,٨	٠,٠٥	١١,٤	٠,٠٥	٨,٥	٠,٠٥	١٠,٠
تكاليف يتحملها تاجر التجزئة	٠,٢٥	٣٩,١	٠,١٠	٢٢,٧	٠,١٩	٣٢,٢	٠,١٥	٣٠,٠
التكاليف التسويقية الكلية	٠,٦٤	١٠٠	٠,٤٤	١٠٠	٠,٥٩	١٠٠	٠,٥٠	١٠٠
الهامش التسويقي الكلي	١,٧٣		١,٩٧		١,٨٩		١,٥١	
التكاليف التسويقية الكلية كنسبة من الهامش التسويقي الكلي (%)	٣٧,٠		٢٢,٣		٣١,٢		٣٣,١	

المصدر: جمعت وحسبت من البيانات الأولية لاستثمارات الاستبيان التي تم تجميعها عام ١٤٢٦ هـ.

الخلاصة و التوصيات:

هدفت هذه الورقة إلى استنباط بعض المؤشرات عن كفاءة النظام التسويقي لبعض محاصيل الخضار و الفاكهة، المحلية و المستوردة، في المملكة. اعتمدت الدراسة علي الأسلوب الاستقرائي في التحليل من الناحية الوصفية والكمية و استخدمت نسبة التكاليف التسويقية الكلية إلي الهامش التسويقي الكلي كمؤشر للكفاءة التسويقية لمحاصيل الخضار و الفاكهة بالمملكة. أظهرت نتائج الدراسة أن التكاليف التي يتحملها تاجر التجزئة و تكاليف الفرز و التدريج و التعبئة مثلت أعلى بنود التكاليف التسويقية لمحاصيل الخضار و الفاكهة المحلية بينما مثلت نفس التكاليف بالإضافة لتكاليف النقل المبرد أعلى بنود التكاليف التسويقية لمحاصيل الخضار و الفاكهة المستوردة. أظهرت نتائج الدراسة كذلك أن الكفاءة التسويقية لمحاصيل الخضار أفضل من الكفاءة التسويقية لمحاصيل التمور و الفاكهة المستوردة في المملكة حيث أن جزء كبير من الهامش التسويقي لمحاصيل التمور و الفاكهة المستوردة يذهب لأرباح تجار الجملة و المستوردين و تجار التجزئة و الوسطاء مقارنة بمحاصيل الخضار التي يذهب الجزء الأكبر من الهامش التسويقي لها لتغطية تكاليف الخدمات التسويقية المختلفة. في ضوء بعض التجارب المصرية في نجاح تجربة الجمعيات التعاونية في تسويق المنتجات الزراعية، توصي هذه الدراسة بمحاولة تطبيق التجربة في المملكة و تتوقع أن تسهم هذه الجمعيات التعاونية التسويقية في تخفيض الهامش التسويقي الكبير الذي يذهب للوسطاء في حلقة تسويق محاصيل الخضار و الفاكهة في المملكة.

المراجع:

أبو النجا، صبحي أحمد (١٩٧٦). اقتصاديات إنتاج و تسويق أهم الحاصلات الزراعية في محافظة الشرقية. رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد، كلية الزراعة، جامعة المنوفية.
إسماعيل، صبحي محمد السيد (١٩٧٩). الكفاءة التسويقية لبعض الزر و ع الخضرية الهامة في جمهورية مصر العربية. رسالة دكتوراه، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة القاهرة.

حسن، رجاء عبد الرسول (١٩٦٣). تحسين الكفاءة الاقتصادية لتسويق الموالح في الجمهورية العربية المتحدة. رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة القاهرة.

خليفة، على عبد العال، العضيبي، محمود صادق و الدسوقي محمد عبد الحميد (١٩٨١). تقدير الهوامش و الكفاءة التسويقية لبعض الخضر و الفاكهة بسوق الرياض المركزي. مركز البحوث، كلية الزراعة، جامعة الملك سعود، نشرة بحثية رقم (١٤).

رزق، محمد محمود (١٩٦٣). المشاكل التسويقية لمحصول البطاطس في الجمهورية العربية المتحدة. رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة القاهرة.

عيسى، سيد محمد عيسى (١٩٧٩). دراسة اقتصادية لإنتاج و تسويق بعض محاصيل الفاكهة في جمهورية مصر العربية. رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد، كلية الزراعة، جامعة عين شمس.

مصيلحي، محمد أمين (١٩٩٥). دراسة تحليلية للأسعار و الهوامش التسويقية لبعض الخضر و الفاكهة بمحافظة الشرقية. المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الخامس، العدد الثاني.

مفتاح، محمود محمد على و الزهيري، السيد أحمد (١٩٩٤). دراسة اقتصادية قياسية للتقلبات السعرية و الكفاءة التسويقية للبطاطس المسوقة محليا على مستوى جمهورية مصر العربية. المؤتمر الرابع للاقتصاد و التنمية في مصر. المركز الإقليمي للتخطيط و التنمية الزراعية، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة المنصورة.