

تحليل أداء صادرات الطماطم المصرية ومنتجاتها في الأسواق الدولية: مُدخل الحصة السوقية الثابتة

د. علي زين العابدين قاسم

مدرس بقسم التسويق ونظم المعلومات الزراعية، مركز التخطيط والتنمية الزراعية، معهد التخطيط القومي

الملخص العربي

استهدفت هذه الدراسة تحليل أداء الصادرات المصرية من الطماطم ومنتجاتها في أسواق التصدير. وقد استخدمت الدراسة أدوات التحليل الإحصائي الوصفي لتحليل أداء الصادرات المصرية من الطماطم ومنتجاتها خلال الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩. كما تم توظيف منهجية الحصة السوقية الثابتة في تحليل مصادر النمو أو الانخفاض في الصادرات المصرية من الطماطم ومنتجاتها خلال فترة الدراسة. وكذا، تم حساب الميزة التنافسية السعريّة لمصر في بعض أسواق تصدير الطماطم ومنتجاتها. وتوصلت أهم نتائج الدراسة إلى ما يلي: حققت مصر مكاسب في أسواق التصدير على مستوى جميع منتجات الطماطم التي شملتها الدراسة خلال الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩. وكان التأثير التنافسي بما يشمله من عوامل سعريّة وغير سعريّة ذو المساهمة الأكبر في تفسير زيادة أو انخفاض معدل نمو الصادرات. وتوصي الدراسة بتعزيز آليات تخصص مصر في تصدير منتجات الطماطم الكاملة أو في قطع المجهزة أو المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك، وكذلك منتجات كاتشب الطماطم أو صلصة الطماطم الأخرى. كما يجب ألا تعتمد صادرات مصر من منتجات الطماطم الطازجة والمجمدة على السوق الآسيوي فقط، وإيلاء المزيد من الاهتمام إلى السوق الأوروبي، مع ضرورة استهداف السوق الأوروبي أيضاً بمنتجات الكاتشب وصلصة الطماطم الأخرى.

الكلمات المفتاحية: تسويق الطماطم، تصدير الطماطم، منتجات الطماطم، الحصة السوقية الثابتة، أسواق الطماطم.

١. مقدمة:

إنتاج محافظة الشرقية بمفردها حوالي ١٥.٨٥% من الإنتاج. وفي خارج الوادي تنتج النوبارية بمفردها حوالي ١٣.٥٥% من إنتاج العروة الشتوية، وتنتج أربع محافظات في مصر الوسطى والعليا نحو ٢٦.٥٨% من إنتاج العروة الشتوية، وهي: سوهاج، الأقصر، الفيوم، بنى سويف على الترتيب (وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، ٢٠٢١). أما في العروة الصيفيّة، فينتج الوجه البحري وخارج الوادي مجتمعين نحو ٨٣.٨٢% من إنتاج العروة الصيفيّة. حيث تنتج الإسكندرية، والنوبارية، والبحيرة، والشرقية، والحيزة، وكفر الشيخ، والإسماعيلية مجتمعين ٦٧.٥٩% من إنتاج العروة الصيفيّة على الترتيب (وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، ٢٠٢٠).

وعالمياً، تعتبر مصر خامس أكبر منتج للطماطم في عام ٢٠١٩ بإجمالي إنتاج بلغ حوالي ٦.٧٥٢ مليون طن، تمثل ٣.٧٤% من الإنتاج العالمي للطماطم، البالغ نحو ١٨٠.٧٧ مليون طن في ذات العام. وتتصدر الصين الإنتاج العالمي للطماطم بإجمالي إنتاج بلغ حوالي ٦٢.٧٦ مليون طن، تمثل ٣٤.٧٢% من الإنتاج العالمي للطماطم في عام ٢٠١٩. وفي المركز من الثاني إلى الرابع عالمياً، مثل إنتاج الهند، وتركيا، والولايات المتحدة الأمريكية حوالي ١٠.٥%، ٧.١%، ٦.٠% من الإنتاج العالمي للطماطم في ذات

تنتج الطماطم في مصر في عروات ثلاث، هي: الشتوية، والنيلية، والصيفية. وقد بلغت المساحة المنزرعة من الطماطم في العروة الشتوية في العام ٢٠١٨/٢٠١٩ حوالي ١٩٢.٧٨٢ ألف فدان، بإجمالي إنتاج بلغ نحو ٣.٥٠ مليون طن (وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، ٢٠٢١). وقد بلغ إجمالي المساحة المزروعة بالطماطم في العروة الصيفيّة حوالي ١٩٧.١٢٤ ألف فدان تنتج حوالي ٣.٢١٨ مليون طن في العام ٢٠١٨/٢٠١٩. وفي العروة النيلية، بلغ إجمالي المساحة المنزرعة من الطماطم في ذات العام نحو ٢٦.٣٦٨ ألف فدان، بإجمالي إنتاج ٣٠٦.٤٩ ألف طن (وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، ٢٠٢٠).

ويرتکز حوالي ٤٠.١٠% من إنتاج العروة الشتوية في الوجه البحري، بينما يتوزع الإنتاج المتبقى بين مصر العليا، ومصر الوسطى، وخارج الوادي، والتي تنتج حوالي ٢١.٩٥%، ٢٠.٦٨%، ١٧.٢٧% من إنتاج الطماطم على الترتيب. ويرتکز إنتاج الطماطم في العروة الشتوية في خمس محافظات في الوجه البحري، هي: الشرقية، والبحيرة، والإسماعيلية، وكفر الشيخ، والدقهلية، والتي تنتج مجتمعة حوالي ٣٦.٣٧% من إنتاج العروة الشتوية، حيث يمثل

٢٠١٨؛ شلتوت و سرحان، ٢٠١٧، والحصص السوقية الثابتة (العقفي وعبد الرحيم، ٢٠١٨)، معامل عدم استقرار الأسواق (البديري، ٢٠١٨؛ العقفي وعبد الرحيم، ٢٠١٨).

٢. منهجية الدراسة:

استخدمت الدراسة أدوات التحليل الإحصائي الوصفي لتحليل أداء الصادرات المصرية من الطماطم ومنتجاتها خلال الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩. كما تم توظيف منهجية الحصص السوقية الثابتة في تحليل مصادر النمو أو الانخفاض في الصادرات المصرية من الطماطم ومنتجاتها خلال فترة الدراسة. وكذا، تم حساب الميزة التنافسية السعرية لمصر في بعض أسواق تصدير الطماطم ومنتجاتها.

١.٢. الحصص السوقية الثابتة:

لاحظ (Tyszynski, 1951) أن التحول التدريجي إلى التصنيع في مناطق مختلفة من العالم قد أدى إلى تغييرات كبيرة في طبيعة الطلب على الصادرات من السلع المصنعة. وأن المعدات الصناعية ووسائل النقل الحديثة قد اكتسبت بشكل كبير أهمية نسبية على حساب عدد من السلع الاستهلاكية، ولا سيما المنسوجات. إلا أن الدول الصناعية القديمة قد أظهرت درجات متفاوتة إلى حد كبير من القدرة على التكيف مع هذا التحول. ولمعرفة إلى أي درجة يمكن تفسير التغييرات في حصص السوق لمختلف البلدان في السوق العالمية من خلال التكوين السلعي الأولي لصادرات كل بلد، قام (Tyszynski, 1951) بحساب ما كانت ستصبح عليه الحصص السوقية الإجمالية لبلد ما في السوق العالمية لو ظلت حصصها السوقية في مجموعات السلع الفردية ثابتة. وأعتبر الفرق بين هذه الحصص السوقية الافتراضية والحصص الأولية كتغير في حصص السوق بسبب التغييرات الهيكلية في التجارة العالمية. وتمت الإشارة إلى المتبقي - الفرق بين حصص السوق النهائية وحصص السوق الافتراضية - على أنه تغيير ناتج عن التغييرات في القدرة التنافسية. وعُرفت هذه الطريقة فيما بعد باسم "تحليل حصص السوق الثابتة" Constant Market Share (CMS).

ثم طور (Fagerberg & Sollie, 1987) نسخة جديدة من نهج الحصص السوقية الثابتة تسمح بحساب التأثيرات التي تعكس قدرة كل دولة على تكيف هيكل تصديرها مع التغييرات في تكوين السلع والبلد للواردات العالمية. وتم تطبيق الطريقة على عينة من ٢٠ دولة من دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية خلال الفترة ١٩٦١-١٩٨٣. ويقسم هذا النهج النمو في صادرات بلد ما أو حصص التصدير إلى مكونات تتوافق مع ثبات حصصها في السوق على مستويات مختلفة. ويمكن أن ترتبط هذه المكونات (في ظل ظروف معينة) بالتغييرات

العام على الترتيب. كما مثل إنتاج إيطاليا، إيران، إسبانيا، المكسيك، البرازيل مجتمعاً حوالي ١٣.١١% من الإنتاج العالمي للطماطم في ذات العام، لتحل تلك البلدان المراكز من السادس إلى العاشر على الترتيب في قائمة العشر الأوائل على مستوى إنتاج الطماطم في عام ٢٠١٩ (FAOSTAT, 2021).

وعلى مستوى التصدير، تأتي المكسيك على رأس قائمة البلدان المصدرة للطماطم من حيث كل من الكمية والقيمة، حيث بلغت كمية صادراتها حوالي ١.٨٥٨ مليون طن، بقيمة ٢.١٦٣ مليار دولار في عام ٢٠١٩. والملاحظ أن قائمة الدول العشر الأكثر تصديراً للطماطم من حيث الكمية تتضمن غالبيتها بلداناً من خارج قائمة البلدان العشر الأكثر إنتاجاً، حيث جاءت هولندا، المغرب، بلجيكا، والأردن، وفرنسا، وأفغانستان في المراكز الثاني، والرابع، والسادس، والسابع، والثامن، والتاسع على الترتيب (FAOSTAT, 2021).

١.١ أهمية الدراسة والإشكالية البحثية:

وعلى الرغم من تواجد مصر في مركز متقدم بين دول الإنتاج العشر الأكثر إنتاجاً للطماطم في عام ٢٠١٩، إلا أنها لم تتواجد في قائمة الأكثر تصديراً. وتكتسب هذه الدراسة أهميتها من كونها من أوائل الدراسات التي تُلقي الضوء على تحليل أداء صادرات المنتجات المشتقة من الطماطم في الأسواق الدولية باستخدام بيانات خريطة التجارة الدولية (Trade Map, 2021).

٢.١ أهداف الدراسة:

استهدفت الدراسة تحليل أداء الصادرات المصرية من الطماطم ومنتجاتها في أسواق التصدير، والوقوف على مصادر النمو أو الانخفاض في الحصص السوقية لمصر من هذه المنتجات في أسواق التصدير. وذلك من أجل اقتراح الآليات التي من شأنها تحسين أداء الصادرات من الطماطم ومنتجاتها في الأسواق الدولية.

٣.١ الدراسات السابقة:

تنوعت الأدوات التي تم استخدامها في الدراسات المصرية التي تناولت بالتحليل أداء الصادرات وقياس القدرة التنافسية لبعض محاصيل الخضر والفاكهة. ومن هذه الأدوات: مؤشر الميزة النسبية الظاهرة (الخشن، ٢٠٢٠؛ سليمان وعبد السلام، ٢٠١٨؛ عبد الراضي وآخرون، ٢٠١٦)، ومعامل اختراق السوق (البديري، ٢٠١٨؛ الخشن، ٢٠٢٠؛ الهياق، ٢٠١٨؛ سيد، ٢٠١٣؛ سليمان وعبد السلام، ٢٠١٨؛ عبد الراضي وآخرون، ٢٠١٦)، ومؤشر التنافسية السعرية (البديري، ٢٠١٨؛ الخشن، ٢٠٢٠؛ العقفي وعبد الرحيم، ٢٠١٨؛ الهياق، ٢٠١٨؛ سليمان وعبد السلام، ٢٠١٨؛ سيد، ٢٠١٣؛ عبد الراضي وآخرون، ٢٠١٦، ومعامل التركيز الجغرافي (البديري،

$$P_{Comptittiveness} = \frac{P_{x m Comptitors}}{P_{x m Egypt}}$$

حيث:

$$P_{Comptittiveness} \text{ مؤشر التنافسية السعرية}$$

$$P_{x m Comptitors} \text{ المتوسط المرجح بقيم الصادرات لأسعار تصدير السلعة } x \text{ لأهم ثلاث منافسين لمصر في السوق } m$$

$$P_{x m Egypt} \text{ سعر تصدير مصر للسلعة } x \text{ في السوق } m$$

٣. التجارة الخارجية للطماطم في العالم

١.٣ الصادرات العالمية من الطماطم ومنتجاتها:

وفقاً لموقع خريطة التجارة يتم تصدير الطماطم ومنتجاتها تحت أربعة رموز للنظام المنسق لتصنيف منتجات التجارة Harmonized (Systems (HS) code، هي: (١) الطماطم الطازجة أو المجمدة (HS 0702). (٢) الطماطم المجهزة أو المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك (HS 2002). ويندرج تحتها: (٢.١) الطماطم كاملة أو في قطع مجهزة أو محفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك (HS 200210) تتضمن بشكل أساسي الطماطم المجففة شمسياً أو في الأفران. (٢.٢) الطماطم المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك (مع استبعاد الكاملة أو في قطع مجهزة) (HS 200290). (٣) عصير الطماطم غير المخمر، سواءً يحتوي على سكر مضاف أو مواد تحلية أخرى أم لا (HS 200950). (٤) كاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى (HS 210320) (Trade Map, 2021).

١.١.٣ صادرات الطماطم تحت الكود HS 0702:

وقد بلغت صادرات العالم من الطماطم الطازجة والمجمدة في عام ٢٠١٩ حوالي ٨.٠٥٨ مليون طن، بإجمالي قيمة بلغت نحو ٩.١٥٢ مليار دولار أمريكي. وقد مثلت كمية صادرات المكسيك، هولندا، إسبانيا، المغرب مُجمعة حوالي ٦٤.٥٨% من قيمة تلك الصادرات في ذات العام. وتأتي مصر في المرتبة الخامسة عشرة عالمياً من حيث كمية صادرات الطماطم الطازجة والمجمدة، حيث قُدرت تلك الكميات بحوالي ١٦١.٦٧١ ألف طن في ذات العام، بإجمالي قيمة ٤٨.٩٦٠ مليون دولار أمريكي، تمثل نحو ٠.٥٣% فقط من قيمة الإنتاج العالمي من الطماطم الطازجة والمجمدة، ولا تمثل تلك الكميات المُصدرة من منتجات الطماطم تحت الكود HS 0702 سوى ٢.٣٩% فقط من إنتاج مصر من الطماطم في عام ٢٠١٩ (Trade Map, 2021; FAOSTAT, 2021).

في المراكز التنافسية، والنجاح في التكيف مع الأسواق الجديدة على مستويات مختلفة (Gilbert & Muchova, 2018).

ويمكن القول أن الحصة السوقية الثابتة هي مقياس يُستخدم لتفسير العوامل التي تؤثر على أداء التصدير في بلد ما. حيث يتم أولاً مقارنة صادرات البلد المستهدف بصادرات بعض البلدان أو البلدان القياسية، للعثور على الحصة السوقية للبلد المستهدف خلال عدد من الفترات الزمنية. بعد ذلك، يتم تصنيف المكاسب أو الخسائر في حصة السوق للبلد المستهدف على مدار الفترات الزمنية المذكورة، وفقاً لعدد من المكونات، تسمى التأثيرات، والتي تشمل التغييرات في هيكل التصدير، وفي القدرة التنافسية للبلد.

وبعدما تم التأطير النظري لتاريخ استخدام الحصة السوقية الثابتة، وتطور الآليات المختلفة لحسابها. تتبنى هذه الورقة الطريقة الموضحة في المعادلة التالية (Esfahani, 2006):

$$\Delta X = PE + ME + \varepsilon \dots \dots (1)$$

حيث:

ΔX التغيير في الصادرات الكلية من الفترة 0 إلى الفترة ١
 PE تأثير المنتج أو السلعة بسبب تكوين الصادرات
 ME تأثير السوق أو تأثير التوزيع، بسبب التكوين الجغرافي للصادرات

ε المكون المتبقي، ويشار إليه أيضاً بتأثير التنافسية
 ويأخذ تأثير المنتج أو السلعة (PE) في الاعتبار تأثير التخصص في تصدير المنتج على الصادرات الإجمالية للبلد. وبالتالي، فهو يشير إلى إجمالي التغيير في الحصة السوقية الناتج عن مدى تركيز صادرات الدولة من سلعة ما منسوباً إلى إجمالي صادراتها. سيكون تأثير المنتج إيجابياً إذا كان البلد متخصصاً في منتج له طلب أجنبي متزايد. بينما يأخذ تأثير السوق أو التوزيع (ME) في الاعتبار تأثير وجهات صادرات الدولة. وبالتالي، سيكون تأثير السوق أو التوزيع إيجابياً إذا ذهبت صادرات البلد إلى أسواق التصدير حيث يتزايد الطلب. وأخيراً، يأخذ تأثير التنافسية (ε) في الاعتبار تأثير العوامل السعرية وغير السعرية على أداء الصادرات في بلد ما، حيث سيكون تأثير التنافسية إيجابياً إذا كانت صادرات الدولة تتمتع بميزة تنافسية مقارنة ببقية العالم. وستتبع الحسابات الخاصة بكل من هذه التأثيرات النموذج الذي استخدمه (Idris, et al. 2011).

٢.٢. الميزة التنافسية السعرية:

تم حساب سعر التصدير النسبي لصادرات مصر من منتجات الطماطم تحت الدراسة بالمقارنة بمتوسط أسعار تصدير نفس المنتج لأهم ثلاثة منافسين في السوق موضع الاعتبار (الخنس، ٢٠٢٠) مُرجحاً بقيمة الصادرات.

٢.١.٣ صادرات الطماطم تحت الكود HS 2002:

٢٠١٩. ومثلت قيمة صادرات ست دول أخرى بخلاف إيطاليا والصين نحو ٤٠.٨١% من قيمة الصادرات العالمية لهذه المنتجات في ذات العام، وهذه الدول هي: إسبانيا، الولايات المتحدة الأمريكية، البرتغال، تركيا، شيلي، الإمارات العربية المتحدة. أما صادرات مصر من منتجات الطماطم تحت الكود HS 20290، فبلغت كمياتها حوالي ١١.٩٠٦ ألف طن في عام ٢٠١٩، بإجمالي قيمة بلغت نحو ١٠.٤٣٣ مليون دولار أمريكي، تمثل حوالي ٠.٣٤% من قيمة صادرات العالم من هذه المنتجات (Trade Map, 2021).

٣.١.٣ صادرات الطماطم تحت الكود HS 200950:

وبلغت كمية صادرات العالم من عصير الطماطم غير المخمر، سواء يحتوي على سكر مضاف أو مواد تحلية أخرى أم لا- حوالي ١١٤.٤٢٠ ألف طن، بإجمالي قيمة بلغت حوالي ٧٠.٠٤٧ مليون دولار أمريكي في عام ٢٠١٩. وقد مثلت صادرات إسبانيا بمفردها حوالي ٢٧.٥١% من هذه المنتجات، في حين صدرت إيطاليا، وألمانيا، وروسيا الفيدرالية، وبولندا، والولايات المتحدة الأمريكية، وأوكرانيا مجتمعة ما يمثل حوالي ٣٦.٦١% من قيمة صادرات العالم من الطماطم تحت الكود HS 200950 في ذات العام. أما مصر فبلغ إجمالي صادراتها في عام ٢٠١٩ من هذه المنتجات حوالي ٢٩ طناً فقط، بإجمالي قيمة بلغت حوالي ٥٩٨ ألف دولار أمريكي، تمثل نحو ٠.٨٥% من قيمة الصادرات العالمية من الطماطم تحت الكود HS 200950 (Trade Map, 2021).

٤.١.٣ صادرات الطماطم تحت الكود HS 210320:

بلغت كمية صادرات العالم من كاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى في عام ٢٠١٩ حوالي ١.٤٥٨ مليون طن، بإجمالي قيمة بلغت حوالي ١.٨٠٣ مليار دولار أمريكي في ذات العام. وبلغت حصص الولايات المتحدة الأمريكية، وهولندا، وإيطاليا حوالي ١٧.٦٣%، ١٥.٣٤%، ١٤.٦٩% من قيمة صادرات العالم من الطماطم تحت الكود HS 210320 على الترتيب. وبلغت الحصة السوقية لخمس دول مجتمعة نحو ٢٤.٢٦% من قيمة صادرات العالم من كاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى، وهذه البلدان هي: إسبانيا، ألمانيا، بولندا، بلجيكا، مصر على الترتيب في ذات العام. وقد بلغت كمية صادرات مصر من كاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى حوالي ٣٥.٤١١ ألف طن في عام ٢٠١٩، بإجمالي قيمة بلغت حوالي ٢٨.٥٢٤ مليون دولار، تمثل نحو ١.٥٨% من قيمة الصادرات العالمية من هذه المنتجات. وتُعد مصر ثامن أكبر مُصدر في العالم لمنتجات الطماطم تحت الكود HS 210320 (Trade Map, 2021).

بلغت كمية صادرات العالم من الطماطم المجهزة أو المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك حوالي ٥.٢٠٢ مليون طن، بإجمالي قيمة بلغت حوالي ٤.٤٩٥ مليار دولار أمريكي في عام ٢٠١٩. ومثلت صادرات إيطاليا بمفردها حوالي ٤٢.٠٢% من قيمة صادرات العالم من صادرات الطماطم تحت الكود HS 2002 في عام ٢٠١٩. واشتركت ست دول أخرى مُجمعة في نحو ٥٠.٠٣% من قيمة صادرات هذه المنتجات في ذات العام، وهذه الدول هي: الصين، إسبانيا، الولايات المتحدة الأمريكية، البرتغال، شيلي، تركيا على الترتيب. وقد بلغت كمية صادرات مصر من الطماطم تحت الكود HS 2002 حوالي ١٢.٢٩٥ ألف طن، بإجمالي قيمة بلغت حوالي ١٠.٥٧٩ مليون دولار، تمثل فقط ٠.٢٤% من الصادرات العالمية من هذا المنتج في عام ٢٠١٩ (Trade Map, 2021).

١.٢.١.٣ صادرات الطماطم تحت الكود HS 200210:

وتمثل كمية صادرات العالم من الطماطم الكاملة أو في قطع مجهزة أو محفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك حوالي ١.٨٢٤ مليون طن، بإجمالي قيمة ١.٤٣٥ مليار دولار أمريكي في عام ٢٠١٩. ومثلت صادرات إيطاليا بمفردها حوالي ٧٨.٧٥% من قيمة صادرات هذه المنتجات من الطماطم. ومثلت صادرات إحدى عشرة دولة أخرى بخلاف إيطاليا نحو ١٩.٤٦% من قيمة صادرات الطماطم تحت الكود HS 200210، وهذه البلدان، هي: إسبانيا، الولايات المتحدة الأمريكية، تركيا، هولندا، اليونان، فرنسا، ألمانيا، البرتغال، المكسيك، بلجيكا، المغرب على الترتيب. وقد بلغت صادرات مصر من الطماطم الكاملة أو في قطع مجهزة أو محفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك حوالي ٣٨٩ طناً فقط، بإجمالي قيمة بلغت حوالي ٢٧٩ ألف دولار أمريكي في عام ٢٠١٩، لا تمثل سوى ٠.٠٢% من الصادرات العالمية من هذه المنتجات في عام ٢٠١٩ (Trade Map, 2021).

٢.٢.١.٣ صادرات الطماطم تحت الكود HS 200290:

أما الطماطم المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك (مع استبعاد الكاملة أو في قطع مجهزة)، فقد بلغ إجمالي كمية صادراتها عالمياً حوالي ٣.٤٢٨ مليون طن، بإجمالي قيمة بلغت حوالي ٣.٠٥٩ مليار دولار أمريكي في عام ٢٠١٩. وجاءت إيطاليا والصين على رأس دول العالم المُصدرة للطماطم تحت الكود HS 200290، حيث مثلت صادراتهما نحو ٢٤.٦٢%، ٢٣.١٦% من قيمة صادرات العالم من تلك المنتجات في عام

٢.٣ الواردات العالمية من التمور ومنتجاتها:

حمض الأسيتيك (مع استبعاد الكاملة أو في قطع مجهزة) في عام ٢٠١٩. في حين دفعت سبع دول أخرى ما يمثل حوالي ٣٢.١٤% من قيمة صادرات العالم من الطماطم تحت الكود HS 200290 في ذات العام وهذه الدول، هي: العراق، اليابان، المملكة المتحدة، فرنسا، هولندا، إيطاليا، روسيا الفيدرالية على الترتيب (Trade Map, 2021).

٣.٢.٣ واردات الطماطم تحت الكود HS 200950:

تُعد المملكة المتحدة هي أكثر بلدان العالم استيراداً لعصير الطماطم غير المخمر، سواء يحتوي على سكر مضاف أو مواد تحلية أخرى أم لا- في عام ٢٠١٩. حيث استقبلت المملكة المتحدة ما يمثل حوالي ٢٣.٨٣% من صادرات العالم من منتجات الطماطم تحت الكود HS 200290. ودفعت ست دول أخرى ما يمثل نحو ٥٤.٥٧% من قيمة صادرات العالم من هذه المنتجات من الطماطم في عام ٢٠١٩، هي: ألمانيا، اليابان، بيلاروسيا، هونج كونج، فرنسا، هولندا (Trade Map, 2021).

٤.٢.٣ واردات الطماطم تحت الكود HS 210320:

وبلغت قيمة ما استوردته فرنسا، ألمانيا، المملكة المتحدة، كندا مجتمعة ما يمثل نحو ٣٧.٦٠% من قيمة واردات العالم من كاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى في عام ٢٠١٩. واستقبلت ست دول أخرى ما يمثل نحو ١٤.٢٦% من قيمة واردات العالم من هذه المنتجات من الطماطم في ذات العام، وهذه الدول هي: الولايات المتحدة الأمريكية، المكسيك، هولندا، سويسرا، المملكة العربية السعودية، بلجيكا (Trade Map, 2021).

٤. نتائج الدراسة:

٤.١.٤ تقديرات الحصة السوقية الثابتة للطماطم المصرية ومنتجاتها في أسواق التصدير:

٤.١.٤ تحليل الحصة السوقية لصادرات الطماطم المصرية تحت الكود HS 0702:

يوضح الجدول رقم (١) أن هناك زيادة مستمرة في صادرات مصر من الطماطم الطازجة والمجمدة من عام ٢٠١٧ حتى عام ٢٠١٩. ويتبين من الجدول رقم (٢) أنه في الفترة (٢٠١٧-٢٠١٨)، كان لحجم التأثير التنافسي بما يشمله من عوامل سعرية وغير سعرية التأثير الأكبر على الزيادة في نمو الصادرات المصرية من الطماطم الطازجة والمجمدة (٧٤% من التأثير)، في حين مثل حجم تأثير المنتج، وتأثير التوزيع نحو ١٨%، ٨% فقط من هذه الزيادة في نمو الصادرات. وفي الفترة (٢٠١٨-٢٠١٩) ساهم التأثير التنافسي في زيادة صادرات مصر من الطماطم الطازجة والمجمدة بنحو ١٦٤%، إلا أن تأثير التوزيع والمنتج كانا لهما تأثيرات سلبية على هذا النمو فُدر بنحو -٤٢%، -٢٢% على الترتيب. وفي الفترة

وتُعتبر الولايات المتحدة الأمريكية هي أكثر بلدان العالم استيراداً للطماطم في عام ٢٠١٩، حيث استوردت ١.٨٦١ مليون طن، بإجمالي قيمة فُدرت بحوالي ٢.٤٢٠ مليار دولار. وتضم قائمة البلدان العشر الأكثر استيراداً للطماطم، بخلاف الولايات المتحدة الأمريكية: ألمانيا، روسيا الفيدرالية، فرنسا، العراق، المملكة المتحدة، باكستان، هولندا، كندا، المملكة العربية السعودية (FAOSTAT, 2021).

١.٢.٣ واردات الطماطم تحت الكود HS 0702:

وقد مثلت قيمة واردات الولايات المتحدة الأمريكية، وألمانيا من الطماطم الطازجة والمجمدة حوالي ٢٦.٦٧%، ١٥.٧٢% من قيمة الواردات العالمية من الطماطم الطازجة أو المجمدة في عام ٢٠١٩. كما مثلت قيمة واردات فرنسا، المملكة المتحدة، روسيا الفيدرالية، هولندا، كندا، بولندا، وإيطاليا مُجمعة نحو ٣١.٤٣% من الواردات العالمية من الطماطم الطازجة والمجمدة في ذات العام (Trade Map, 2021).

٢.٢.٣ واردات الطماطم تحت الكود HS 2002:

مثلت واردات المملكة المتحدة، ألمانيا، اليابان، فرنسا مجتمعة حوالي ٣٢.٧٦% من قيمة واردات العالم من الطماطم المجهزة أو المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك في عام ٢٠١٩. وشاركت واردات العراق، هولندا، روسيا الفيدرالية، إيطاليا، بلجيكا، كندا، المملكة العربية السعودية، بولندا مُجمعة بحوالي ٢٠.٥٩% من قيمة واردات هذه المنتجات من الطماطم في ذات العام (Trade Map, 2021).

١.٢.٢.٣ واردات الطماطم تحت الكود HS 200210:

وجاءت المملكة المتحدة، ألمانيا، فرنسا على رأس أهم الدول المستوردة للطماطم الكاملة أو في قطع مجهزة أو محفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك في عام ٢٠١٩، حين بلغ إجمالي قيمة ما استوردته هذه البلدان الثلاث نحو ٤٤.٤٥% من قيمة واردات هذه المنتجات. بينما استوردت اليابان، كندا، بلجيكا، أستراليا، هولندا، السويد، سويسرا، أيرلندا، بولندا، الدنمارك، والولايات المتحدة الأمريكية، والنمسا مجتمعة حوالي ٣٠.٣١% من منتجات الطماطم تحت الكود HS 200210 في ذات العام على الترتيب (Trade Map, 2021).

٢.٢.٢.٣ واردات الطماطم تحت الكود HS 200290:

واستقبلت ألمانيا ما يمثل نحو ٩.١٣% من قيمة صادرات العالم من الطماطم المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو

بحوالي ٢% فقط. وفي الفترة (٢٠١٧-٢٠١٩) بلغ حجم التأثير التنافسي في زيادة نمو الصادرات من منتجات الطماطم تحت الكود HS 2002 نحو ٥٣.٧%، وكذا، ساهم تأثير التوزيع والمنتج بنحو ٢٩.٤%، ١٦.٩% في هذا النمو على الترتيب.

٤.١.٤ تحليل الحصة السوقية لصادرات الطماطم المصرية تحت الكود HS 200290:

يوضح الجدول رقم (٧) أن صادرات مصر من الطماطم المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك قد شهدت نمواً خلال الفترة ٢٠١٧-٢٠١٨، وكذا خلال متوسط الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩، في حين شهدت الصادرات المصرية من هذا المنتج تناقصاً في الفترة ٢٠١٨-٢٠١٩. ويتبين من الجدول رقم (٨) أنه في الفترة (٢٠١٧-٢٠١٨)، قُدر حجم التأثير التنافسي على الزيادة في نمو الصادرات المصرية من منتجات الطماطم تحت الكود HS 200210 بنحو ٨٩%، في حين ساهم تأثير التوزيع، وتأثير المنتج بنحو ٦%، ٥% في هذا النمو على الترتيب. وفي الفترة (٢٠١٨-٢٠١٩) ساهم تأثير التوزيع، وتأثير المنتج بنحو ٢٨١%، ١١٠% من الانخفاض في حجم الصادرات المصرية من الطماطم المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك، وعض التأثير التنافسي هذا الانخفاض بنسبة ٢٩٢%. وفي الفترة (٢٠١٧-٢٠١٩) مثل التأثير التنافسي حوالي ١٠٣% من الزيادة في نمو صادرات منتجات الطماطم تحت الكود HS 2002، وكذا، ساهم تأثير المنتج بنحو ٠.٤% من هذا النمو، في حين كان لتأثير التوزيع تأثير سلبي على نمو الصادرات المصرية من منتجات الطماطم تحت الكود ٢٠٠٢٩٠ مقداره -٣.٤%.

٥.١.٤ تحليل الحصة السوقية لصادرات الطماطم المصرية تحت الكود HS 200950:

يوضح الجدول رقم (٩) أن صادرات مصر من عصير الطماطم غير المخمر، -سواء يحتوي على سكر مضاف أو مواد تحلية أخرى أم لا- قد شهدت نمواً خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠١٨)، وكذلك خلال متوسط الفترة ٢٠١٧-٢٠١٩، في حين شهدت الصادرات المصرية من هذا المنتج تناقصاً في الفترة من ٢٠١٨ إلى ٢٠١٩. ويتبين من الجدول رقم (١٠) أنه في كل من الفترتين (٢٠١٧-٢٠١٨)، (٢٠١٩-٢٠١٧) ساهم التأثير التنافسي بمفرده بنحو ١٠٠% من الزيادة في نمو الصادرات المصرية من منتجات الطماطم تحت الكود HS 200950. وفي الفترة (٢٠١٨-٢٠١٩) ساهم التأثير التنافسي، وتأثير التوزيع بنحو ٨٨.٤%، ١٦.٢% من الانخفاض الذي شهدته الصادرات المصرية من هذا المنتج على الترتيب، في حين عوض تأثير المنتج هذه الانخفاض بما قدره -٤.٦%.

(٢٠١٧-٢٠١٩) ساهم التأثير التنافسي بنحو ١١٠.٤% من الزيادة في حجم الصادرات المصرية من هذا المنتج، وكان تأثير المنتج في هذا النمو حوالي ٢.٢% فقط، في حين كان لتأثير التوزيع تأثيراً سلبياً على النمو مقداره -١٢.٦%.

٢.١.٤ تحليل الحصة السوقية لصادرات الطماطم المصرية تحت الكود HS 2002:

يوضح الجدول رقم (٣) أن صادرات مصر من الطماطم المجهزة أو المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك قد شهدت نمواً في الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٨، وكذلك خلال متوسط الفترة (٢٠١٧-٢٠١٩)، في حين شهدت الصادرات المصرية من هذا المنتج تناقصاً في الفترة (٢٠١٨-٢٠١٩). ويتبين من الجدول رقم (٤) أنه في الفترة (٢٠١٧-٢٠١٨)، قُدر حجم التأثير التنافسي على الزيادة في نمو الصادرات المصرية من منتجات الطماطم تحت الكود HS 2002 بحوالي ٩٣%، في حين مثل حجم تأثير المنتج، وتأثير التوزيع بنحو ٥%، ٢% فقط على الترتيب. وفي الفترة (٢٠١٨-٢٠١٩) ساهم التأثير التنافسي في الانخفاض الحادث في صادرات الطماطم تحت الكود HS 2002 بنسبة ٢٢٥%، إلا أن تأثير التوزيع والمنتج قد عوضا هذا الانخفاض في النمو بنسبة -١١٣%، -٤٢% على الترتيب. وفي الفترة (٢٠١٧-٢٠١٩) ساهم التأثير التنافسي بنحو ٨٨.٥% من الزيادة في حجم الصادرات المصرية من الطماطم المجهزة أو المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك، وكان تأثير المنتج، وتأثير التوزيع في هذا النمو حوالي ٨.٩%، ٢.٦% على الترتيب.

٣.١.٤ تحليل الحصة السوقية لصادرات الطماطم المصرية تحت الكود HS 200210:

يوضح الجدول رقم (٥) أن صادرات مصر من الطماطم سواء كاملة أو في قطع مجهزة أو محفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك قد شهدت نمواً خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠١٨)، وكذا خلال متوسط الفترة ٢٠١٧-٢٠١٩، في حين شهدت الصادرات المصرية من هذا المنتج تناقصاً في الفترة ٢٠١٨-٢٠١٩. ويتبين من الجدول رقم (٦) أنه في الفترة (٢٠١٧-٢٠١٨)، قُدر حجم التأثير التنافسي على الزيادة في نمو الصادرات المصرية من منتجات الطماطم تحت الكود HS 200210 بحوالي ٨٥%، في حين مثل حجم تأثير التوزيع، وتأثير المنتج في نمو الصادرات من هذا المنتج بنحو ٨%، ٧% على الترتيب. وفي الفترة (٢٠١٨-٢٠١٩) ساهم التأثير التنافسي بنحو ١١٠% من الانخفاض في حجم الصادرات المصرية من الطماطم المجهزة أو المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك، وعض تأثير التوزيع هذا الانخفاض بنسبة -١٢%، بينما قُدر تأثير المنتج في هذا الانخفاض

جدول ١. الحصة السوقية لمصر ومحددات قيم التصدير الافتراضية من الطماطم الطازجة والمجمدة (HS 0702) خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠١٩)

محددات قيم التصدير الافتراضية						٢٠١٩			٢٠١٨			٢٠١٧			المناطق المستوردة
(8)-(14)	(3)*(7)	(8)-(12)	(6)*(7)	(5)-(10)	(3)*(4)	الحصة السوقية	صادرات مصر (٨)	صادرات العالم (٧)	الحصة السوقية	صادرات مصر (٥)	صادرات العالم (٤)	الحصة السوقية	صادرات مصر (٢)	صادرات العالم (١)	
٢١٩-	٧٣٢	٩٠	٤٢٣	٢٧٩-	٦٦٠	%٠.٠٠٦	٥١٣	٨٩٢٥٥٨	%٠.٠٠٥	٣٨١	٨٠٤٨٥٢	%٠.٠٠٨	٥٥٦	٦٧٧٩٨٤	إفريقيا
١٧٨٣١	٢٥٦٥٨	١٤٨٣٨	٢٨٦٥١	٣٤٨٣	٢٩٨٥٨	%٣.٧٨	٤٣٤٨٩	١١٥١٥٦٤	%٢.٤٩	٣٣٣٤١	١٣٤٠٠٥٢	%٢.٢٣	٢٧٤١٦	١٢٣٠٤٧١	آسيا
٨٩٧	٤٠٥٩	٢٦١١-	٧٥٦٧	٣٥٧١	٤١٣٣	%٠.١٢	٤٩٥٦	٤٢٠٧٢٢٦	%٠.١٨	٧٧٠٤	٤٢٨٣٥١٨	%٠.١٠	٤٢٢١	٤٣٧٤٩٧٨	أوروبا
١١-	١١	٨٤-	٨٤	٧٩	١١	%٠.٠٠٠	.	٢٨٩٠٤٤٣	%٠.٠٠٠	٩٠	٣٠٩٠١٧٥	%٠.٠٠٠	١٠	٢٧٥٢٣٢٦	الأمريكتين
.	%٠.٠٠٠	.	١٠١٠١	%٠.٠٠٠	.	٩٢٩٥	%٠.٠٠٠	.	١٠٩٢٣	أوسيانيا
١٨٤٩٨	٣٠٤٦٠	١٢٢٣٣	٣٦٧٢٥	٦٨٥٤	٣٤٦٦٢	%٠.٠٥٣	٤٨٩٥٨	٩١٥١٨٩٢	%٠.٠٤٤	٤١٥١٦	٩٥٢٧٨٩٢	%٠.٠٣٦	٣٢٢٠٣	٩٠٤٦٦٨٢	الإجمالي

المصدر: جمعت وحسبت من قاعدة بيانات <https://www.trademap.org>، آخر تحديث ٢٥ إبريل ٢٠٢١. القيمة بالآلاف دولار

جدول ٢. محددات نمو الصادرات من الطماطم الطازجة والمجمدة (HS 0702) خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠١٩)

٢٠١٩-٢٠١٧		٢٠١٩-٢٠١٨		٢٠١٨-٢٠١٧		محددات نمو الصادرات
%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	
%١٠٠	$\sum(8) - \sum(2)$ ١٦٧٥٥	%١٠٠	$\sum(8) - \sum(5)$ ٧٤٤٢	%١٠٠	$\sum(5) - \sum(2)$ ٩٣١٣	إجمالي الربح (الفعلي ٢ - الفعلي ١)
%٢.٢	$[\sum(2)/\sum(1) \times \sum(7)] - \sum(2)$ ٣٧٥	%٢٢-	$[\sum(5)/\sum(4) \times \sum(7)] - \sum(5)$ ١٦٣٨-	%١٨	$[\sum(2)/\sum(1) \times \sum(4)] - \sum(2)$ ١٧١٣	حجم تأثير المنتج (الافتراضي المحسوب - الفعلي)
%١٢.٦-	$\sum(14) - [\sum(2)/\sum(1) \times \sum(7)]$ ٢١١٨.٠١-	%٤٢-	$\sum(12) - [\sum(5)/\sum(4) \times \sum(7)]$ ٣١٥٢.٨١٥-	%٨	$\sum(10) - [\sum(2)/\sum(1) \times \sum(4)]$ ٧٤٦	تأثير التوزيع (إجمالي افتراضي - افتراضي محسوب)
%١١.٠٤	$\sum(8) - \sum(14) = \sum(15)$ ١٨٤٩٨	%١٦٤	$\sum(8) - \sum(12) = \sum(13)$ ١٢٢٣٣	%٧٤	$\sum(5) - \sum(10) = \sum(11)$ ٦٨٥٤	التأثير التنافسي (الفعلي ٢ - الإجمالي الافتراضي)

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات جدول رقم (١). القيمة بالآلاف دولار

جدول ٣. الحصة السوقية لمصر ومحددات قيم التصدير الافتراضية من الطماطم المجهزة أو المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك (HS 2002) خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠١٩)

محددات قيم التصدير الافتراضية		٢٠١٩		٢٠١٨		٢٠١٧			
المناطق المستوردة	صادرات العالم (١)	الحصة السوقية لمصر (٣)	صادرات مصر (٢)	صادرات العالم (٤)	صادرات مصر (٥)	الحصة السوقية لمصر (٦)	صادرات العالم (٧)	صادرات مصر (٨)	الحصة السوقية لمصر (٩)
إفريقيا	٣٦٠٢٢٠	%٠.٣٧	١٣٣٥	٣٨٣٥٦٨	٢٠٨٩	%٠.٥٤	٤٠٣٠١١	٢٦٠١	%٠.٦٥
آسيا	٩٥٤٤٦٨	%٠.١٣	١٢٤٢	٩٩٤٧٧٠	٢٤٥٥	%٠.٢٥	١٠٢٨٦٢٢	٢٤٨٧	%٠.٢٤
أوروبا	٢١٨٦٥٩٥	%٠.٢٠	٤٤٦٨	٢٢٣٥٨٦٢	٦٠٦١	%٠.٢٧	٢٢٥٤٠٨٩	٥٤٥١	%٠.٢٤
الأمريكتين	٤٣٨٦٧٤	%٠.٠٢	١٠٥	٤٢١٨٨٤	١٢٩	%٠.٠٣	٤٢٤١٣٢	٤٠	%٠.٠١
أوسيانيا	١١١٠٥٤	%٠.٠٧	٧٦	١١٥٥٨٥	٠	%٠.٠٠	١٠٩٣٨٥	٠	%٠.٠٠
الإجمالي	٤٠٥١٠١١	%٠.١٨	٧٢١٦	٤١٥١٦٦٩	١٠٧٣٤	%٠.٢٦	٤٢١٩٢٣٩	١٠٥٧٩	%٠.٢٥

المصدر: جمعت وحسبت من قاعدة بيانات <https://www.trademap.org>، آخر تحديث ٢٥ إبريل ٢٠٢١. القيمة بالآلاف دولار

جدول ٤. محددات نمو الصادرات من الطماطم مجهزة أو محفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك (HS 2002) خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠١٩)

٢٠١٩-٢٠١٧		٢٠١٩-٢٠١٨		٢٠١٨-٢٠١٧		محددات نمو الصادرات
%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	
%١٠٠	$\frac{\sum(8) - \sum(2)}{3373}$	%١٠٠	$\frac{\sum(8) - \sum(5)}{100-}$	%١٠٠	$\frac{\sum(5) - \sum(2)}{3018}$	إجمالي الربح (الفعلي ٢ - الفعلي ١)
%٨.٩	$\frac{[\sum(2)/\sum(1) \times \sum(7)] - \sum(2)}{300}$	%١١٣-	$\frac{[\sum(5)/\sum(4) \times \sum(7)] - \sum(5)}{170}$	%٥	$\frac{[\sum(2)/\sum(1) \times \sum(4)] - \sum(2)}{179}$	حجم تأثير المنتج (الافتراضي المحسوب - الفعلي)
%٢.٦	$\frac{\sum(14) - [\sum(2)/\sum(1) \times \sum(7)]}{87.02}$	%٤٢-	$\frac{\sum(12) - [\sum(5)/\sum(4) \times \sum(7)]}{74.83}$	%٢	$\frac{\sum(10) - [\sum(2)/\sum(1) \times \sum(4)]}{09}$	تأثير التوزيع (إجمالي افتراضي - افتراضي محسوب)
%٨٨.٥	$\frac{\sum(8) - \sum(14) = \sum(15)}{2976}$	%٢٥٥	$\frac{\sum(8) - \sum(12) = \sum(13)}{390-}$	%٩٣	$\frac{\sum(5) - \sum(10) = \sum(11)}{3280}$	التأثير التنافسي (الفعلي ٢ - الإجمالي الافتراضي)

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات جدول رقم (٣). القيمة بالآلاف دولار

جدول ٥. الحصة السوقية لمصر ومحددات قيم التصدير الافتراضية من الطماطم الكاملة أو في قطع المجهزة أو المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك (HS 200210) خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠١٩)

محددات قيم التصدير الافتراضية		٢٠١٩		٢٠١٨		٢٠١٧									
(8)-(14)	(3)*(7)	(8)-(12)	(6)*(7)	(5)-(10)	(3)x(4)	الحصة السوقية	صادرات مصر	صادرات	الحصة السوقية	صادرات	صادرات	الحصة السوقية	صادرات مصر	صادرات العالم	المناطق المستوردة
(١٥)	(١٤)	(١٣)	(١٢)	(١١)	(١٠)	لمصر (٩)	(٨)	العالم (٧)	لمصر (٦)	مصر (٥)	العالم (٤)	لمصر (٣)	(٢)	(١)	
٨٧-	٨٧	٢٧-	٢٧	٦٠-	٨٧	%٠.٠٠	٠	١٣٥٣٥	%٠.٢٠	٢٧	١٣٥٣٦	%٠.٦٥	٦٩	١٠٦٧٨	إفريقيا
٧١	٥٨	٦	١٢٣	٦١	٥٤	%٠.٣٤	١٢٩	٣٧٨٠٤	%٠.٣٣	١١٥	٣٥٣٥٨	%٠.١٥	٤٩	٣٢٠١٨	آسيا
٤٨	٠	١٩-	٦٧	٦٨	٠	%٠.٠٠	٤٨	١٣٠٧٧٧٦	%٠.٠١	٦٨	١٣٢٠١٠٢	%٠.٠٠	٠	١٢١٠٧٠٤	أوروبا
٠	٠	٧٢-	٧٢	٦٩	٠	%٠.٠٠	٠	٧٤٧٤٩	%٠.١٠	٦٩	٧١٦٦١	%٠.٠٠	٠	٦٥٦٠٦	الأمريكتين
٠	٠	٠	٠	٠	٠	%٠.٠٠	٠	٥٥٧٣٥	%٠.٠٠	٠	٦١٦١٢	%٠.٠٠	٠	٥٤٦٢٩	أوسيانيا
٣٢	١٤٥	١١٢-	٢٨٩	١٣٨	١٤١	%٠.٠١	١٧٧	١٤٨٩٥٩٩	%٠.٠٢	٢٧٩	١٥٠٢٢٦٩	%٠.٠١	١١٨	١٣٧٣٦٣٥	الإجمالي

المصدر: جمعت وحسبت من قاعدة بيانات <https://www.trademap.org>، آخر تحديث ٢٥ إبريل ٢٠٢١. القيمة بالآلاف دولار

جدول ٦. محددات نمو الصادرات من الطماطم الكاملة أو في قطع المجهزة أو المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك (HS 200210) خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠١٩)

٢٠١٩-٢٠١٧		٢٠١٩-٢٠١٨		٢٠١٨-٢٠١٧		محددات نمو الصادرات
القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	
%١٠٠	$\frac{\sum(8) - \sum(2)}{٥٩}$	%١٠٠	$\frac{\sum(8) - \sum(5)}{١٠٢-}$	%١٠٠	$\frac{\sum(5) - \sum(2)}{١٦١}$	إجمالي الربح (الفعلي ٢ - الفعلي ١)
%١٦.٩	$\frac{[\sum(2)/\sum(1) \times \sum(7)] - \sum(2)}{١٠}$	%٢	$\frac{[\sum(5)/\sum(4) \times \sum(7)] - \sum(5)}{٢-}$	%٧	$\frac{[\sum(2)/\sum(1) \times \sum(4)] - \sum(2)}{١١}$	حجم تأثير المنتج (الافتراضي المحسوب - الفعلي)
%٢٩.٤	$\frac{\sum(14) - [\sum(2)/\sum(1) \times \sum(7)]}{١٧.٣٥}$	%١٢-	$\frac{\sum(12) - [\sum(5)/\sum(4) \times \sum(7)]}{١٢.٦٥}$	%٨	$\frac{\sum(10) - [\sum(2)/\sum(1) \times \sum(4)]}{١٢}$	تأثير التوزيع (إجمالي افتراضي - افتراضي محسوب)
%٥٣.٧	$\frac{\sum(8) - \sum(14) = \sum(15)}{٣٢}$	%١١٠	$\frac{\sum(8) - \sum(12) = \sum(13)}{١١٢-}$	%٨٥	$\frac{\sum(5) - \sum(10) = \sum(11)}{١٣٨}$	التأثير التنافسي (الفعلي ٢ - الإجمالي الافتراضي)

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات جدول رقم (٥). القيمة بالآلاف دولار

٦.١.٤ تحليل الحصص السوقية لصادرات الطماطم المصرية تحت الكود HS 210320: ٢.٥ حجم تأثير التوزيع:

ربما دل التأثير السلبي لتوزيع الطماطم الطازجة والمجففة على سبيل المثال - على أن المناطق التي استهدفتها الصادرات المصرية هي مناطق يتناقص فيها الطلب على هذه المنتجات. ويظهر ذلك جلياً، عندما تبين استهداف ٨٤.٩٨% من الصادرات المصرية من الطماطم الطازجة والمجمدة السوق الآسيوي بصفة أساسية خلال فترة الدراسة كمتوسط مرجح بقيمة الصادرات، وهو السوق الذي شهد انخفاضاً في قيم صادرات هذه المنتجات مقداره ٦.٤١% مقارنة بعام ٢٠١٧. كما ساهم تأثير التوزيع بنحو ٢٨١% من خسائر صادرات الطماطم المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك (مع استبعاد الكاملة أو في قطع مجهزة)، عندما استهدفت ٢١.٣%، ٢٠.٥% من الصادرات المصرية من هذا المنتج الأسواق الإفريقية والآسيوية، وهي الأسواق التي شهدت تراجعاً في قيم وارداتها من منتجات الطماطم تحت الكود (٢٠٠٢٩٠) بنسبة ٢٣.٤٠%، ٧.٧٥% خلال الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩.

وكذلك ساهم تأثير التوزيع بنسبة ١٦.٢% من خسائر عصير الطماطم غير المخمر، سواء يحتوي على سكر مضاف أو مواد تحلية أخرى أم لا، عندما اعتمدت ٢١.٠% من قيم الصادرات من هذا المنتج على السوق الإفريقي، والذي شهد أيضاً تراجعاً في قيمة الواردات من هذه المنتجات خلال الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩ بنسبة ٥٤.٥٦%. وقد عوضت الزيادة بنسبة ٣٤.٥١% في قيمة الواردات الأوروبية من منتجات الطماطم تحت الكود ٢٠٠٢٩٠ التأثير السلبي لإتهيار الطلب الإفريقي على هذه المنتجات خلال الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩، والمعلوم أن مصر تُصدر إلى أوروبا نحو ٧٠.٣% من قيمة صادرات عصير الطماطم غير المخمر، سواء يحتوي على سكر مضاف أو مواد تحلية أخرى أم لا.

وقد ساهم تأثير التوزيع بنحو ٣٩.١% من المكاسب التي حققتها منتجات كاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى خلال متوسط الفترة ٢٠١٧-٢٠١٩، وذلك على الرغم من شبه ثبات قيم الواردات الآسيوية من هذه المنتجات، وهو السوق الذي يدفع إلى مصر حوالي ٤٨.١% من قيم صادراتها من هذه المنتجات. حيث استهدفت ٣٩.٨% من صادرات مصر من منتجات كاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى الأسواق الإفريقية، وهي الأسواق التي شهدت زيادة في قيم الصادرات الواردة إليها من كاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى بنسبة ١١.٣٤% خلال الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩.

يوضح الجدول رقم (١١) أن صادرات مصر من كاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى قد شهدت نمواً خلال الفترة من ٢٠١٨ إلى ٢٠١٩، وخلال مجموع الفترة (٢٠١٧-٢٠١٩)، في حين شهدت الصادرات المصرية من هذا المنتج تناقصاً في الفترة (٢٠١٧-٢٠١٨). ويتبين من الجدول رقم (١٢) أنه في الفترة (٢٠١٧-٢٠١٨)، ساهم التأثير التنافسي بنحو ١٢٢% من الانخفاض الذي شهدته صادرات كاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى، كما ساهم تأثير التوزيع بنحو ١٠% من هذا الانخفاض، في حين عوض تأثير المنتج الانخفاض في نمو صادرات منتجات الطماطم تحت الكود HS 210320 بمقدار ٢-%. وقدر حجم التأثير التنافسي، وتأثير التوزيع على الزيادة في نمو الصادرات المصرية من كاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى في الفترة من ٢٠١٨ إلى ٢٠١٩ بنحو ٩٢%، ١٠% على الترتيب، بينما كان تأثير المنتج سلبياً على هذا النمو بحوالي ٢-%. وفي متوسط الفترة (٢٠١٧-٢٠١٩) ساهم التأثير التنافسي، وتأثير التوزيع بنسب متقاربة في النمو الذي شهدته صادرات هذه المجموعة من المنتجات بحوالي ٣٩.٣%، ٣٩.١% على الترتيب، بينما ساهم تأثير المنتج أيضاً بنحو ٢١.٦% من هذا النمو.

٥. مناقشة نتائج الدراسة:

١.٥ حجم تأثير المنتج:

توضح نتائج الدراسة أن تأثير المنتج في نمو الصادرات المصرية من الطماطم ومنتجاتها خلال الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩ كان إيجابياً على مستوى جميع المنتجات محل الدراسة ما عدا منتجات الطماطم تحت الكود ٢٠٠٢٩٠ الذي شهدت تأثيراً سلبياً للمنتج على الحصص السوقية. وإن كانت أكثر المنتجات التي ساهم فيها تأثير المنتج تأثيراً إيجابياً في المكاسب التي حققها المنتج في أسواق التصدير هي منتجات الطماطم تحت الأكواد ٢١٠٣٢٠، ٢١٠٢١٠. حيث ساهم تأثير المنتج بحوالي ٢١.٦% من النمو الذي شهدته الصادرات من كاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠١٩). كما ساهم تأثير المنتج أيضاً بحوالي ١٦.٩% من النمو في صادرات الطماطم الكاملة أو في قطع المجزة أو محفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك والتي تتضمن الطماطم المجففة شمسياً أو بالأفران خلال الفترة نفسها. وربما دل ذلك على أن مصر بتخصصها في هاتين المنتجين من منتجات الطماطم فهي تستجيب لمعدلات الطلب العالمي المتزايد عليهما أيضاً.

جدول ٧. الحصة السوقية لمصر ومحددات قيم التصدير الافتراضية من الطماطم المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك (مع استبعاد الكاملة أو في قطع مجهزة) (HS 200290) خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠١٩)

محددات قيم التصدير الافتراضية		٢٠١٩		٢٠١٨		٢٠١٧			
(8)- (14)	(8)- (3)*(7)	(5)- (10)	(6)*(7) (12)	الحصة السوقية لمصر (٩)	صادرات العالم (٧)	الحصة السوقية لمصر (٦)	صادرات العالم (٤)	الحصة السوقية لمصر (٣)	صادرات العالم (١)
(١٥)	(١٤)	(١١)	(١٢)	(١٠)	(٨)	(٥)	(٤)	(٢)	(١)
١٦١٢	٩٦٢	٧٧٣	١٥٣٩	١٢٨٩	٢٥٧٤	٢٠٦٢	٥٢٧٣١	١٢٥٦	٥١٣٩٢
١١٩٧	١٠٢٧	١٢٥١	١٨	١٠٨٩	٢٢٢٤	٢٣٤٠	١٠٩٠١٧٢	١١١٣	١١١٤١١٤
٦٣٤	٤٧٦٩	١١٤٧	٤٩٥-	٤٨٤٦	٥٤٠٣	٥٩٩٣	١٥٨٤٧٧٢	٤٤٦٨	١٤٦١١٤٣
٦٧-	١٠٧	٦٠-	٤١	٩٧	٤٠	٣٧	٣٨٨٥٣١	١٠٥	٤١٩٥٨٤
٥٨-	٥٨	٦٢-	٠	٦٢	٠	٠	٤٦١١	٧٦	٥٦٤٣
٣٣١٨	٦٩٢٣	٧٣٨٣	٥٥٧	٣٠٤٩	١٠٢٤١	١٠٤٣٢	٣١٢٠٨١٧	٧٠١٨	٣٠٥١٨٧٦

المصدر: جمعت وحسبت من قاعدة بيانات <https://www.trademap.org>، آخر تحديث ٢٥ إبريل ٢٠٢١. القيمة بالآلاف دولار

جدول ٨. محددات نمو الصادرات من الطماطم المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك (HS 200290) خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠١٩)

٢٠١٩-٢٠١٧		٢٠١٩-٢٠١٨		٢٠١٨-٢٠١٧		محددات نمو الصادرات
القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	
١٠٠%	$\frac{\sum(8) - \sum(2)}{3223}$	١٠٠%	$\frac{\sum(8) - \sum(5)}{191-}$	١٠٠%	$\frac{\sum(5) - \sum(2)}{3414}$	إجمالي الربح (الفعلي ٢ - الفعلي ١)
٠.٤%	$\frac{[\sum(2)/\sum(1) \times \sum(7)] - \sum(2)}{14}$	١١٠%	$\frac{[\sum(5)/\sum(4) \times \sum(7)] - \sum(5)}{211-}$	٥%	$\frac{[\sum(2)/\sum(1) \times \sum(4)] - \sum(2)}{109}$	حجم تأثير المنتج (الافتراضي المحسوب - الفعلي)
٣.٤%	$\frac{\sum(14) - [\sum(2)/\sum(1) \times \sum(7)]}{108.52-}$	٢٨١%	$\frac{\sum(12) - [\sum(5)/\sum(4) \times \sum(7)]}{537.11-}$	٦%	$\frac{\sum(10) - [\sum(2)/\sum(1) \times \sum(4)]}{207}$	تأثير التوزيع (إجمالي افتراضي - افتراضي محسوب)
١٠٣.٠%	$\frac{\sum(8) - \sum(14) = \sum(15)}{3318}$	٢٩٢%	$\frac{\sum(8) - \sum(12) = \sum(13)}{557}$	٨٩%	$\frac{\sum(5) - \sum(10) = \sum(11)}{3049}$	التأثير التنافسي (الفعلي ٢ - الإجمالي الافتراضي)

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات جدول رقم (٧). القيمة بالآلاف دولار

جدول ٩. الحصّة السوقية لمصر ومحددات قيم التصدير الافتراضية من عصير الطماطم غير المخمر، سواء يحتوي على سكر مضاف أو مواد تحلية أخرى أم لا (HS 200950) خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠١٩)

محددات قيم التصدير الافتراضية		٢٠١٩			٢٠١٨			٢٠١٧			المناطق المستوردة		
(8)- (14)	(8)- (12)	(5)- (10)	(3)* (7)	(6)* (7)	(3)* (4)	صادرات العالم	صادرات العالم	الحصّة السوقية	صادرات العالم	صادرات العالم		الحصّة السوقية	صادرات العالم
(15)	(14)	(13)	(12)	(11)	(10)	مصر (٨)	مصر (٧)	لمصر (٦)	مصر (٥)	مصر (٤)	لمصر (٣)	مصر (٢)	(١)
٠	٠	٣١-	٣١	١٣٢	٠	٠	٢٣٤	%١٢.٢٣	١٣٢	٩٩٨	%٠.٠٠	٠	٥١٥
٣١	٠	٥-	٣٦	٢٤	٠	٣١	٧٨٣٥	%٠.٤٦	٢٤	٥٢٠٩	%٠.٠٠	٠	٥٥٨٢
٠	٠	٤٦٥-	٤٦٥	٤٤٢	٠	٠	٥٦١٤٥	%٠.٨٣	٤٤٢	٥٣٣١٥	%٠.٠٠	٠	٤١٧٤١
٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٥٧١٢	%٠.٠٠	٠	٧٤٥١	%٠.٠٠	٠	١٠١٧٥
٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١١٦	%٠.٠٠	٠	١٤٣	%٠.٠٠	٠	٥٩
٣١	٠	٥٠١-	٥٣٢	٥٩٨	٠	٣١	٧٠٠٤٢	%٠.٨٩	٥٩٨	٦٧١١٦	%٠.٠٠	٠	٥٨٠٧٢

المصدر: جمعت وحسبت من قاعدة بيانات <https://www.trademap.org>، آخر تحديث ٢٥ إبريل ٢٠٢١. القيمة بالآلاف دولار

جدول ١٠. محددات نمو الصادرات من عصير الطماطم غير المخمر، سواء يحتوي على سكر مضاف أو مواد تحلية أخرى أم لا (HS 200950) خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠١٩)

٢٠١٩-٢٠١٧		٢٠١٩-٢٠١٨		٢٠١٨-٢٠١٧		محددات نمو الصادرات
القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	
%١٠٠	$\frac{\sum(8)-\sum(2)}{31}$	%١٠٠	$\frac{\sum(8)-\sum(5)}{567-}$	%١٠٠	$\frac{\sum(5)-\sum(2)}{598}$	إجمالي الربح (الفعلي ٢ - الفعلي ١)
%٠	$[\sum(2)/\sum(1) \times \sum(7)] - \sum(2)$	%٤.٦-	$[\sum(5)/\sum(4) \times \sum(7)] - \sum(5)$	%٠	$[\sum(2)/\sum(1) \times \sum(4)] - \sum(2)$	حجم تأثير المنتج (الافتراضي المحسوب - الفعلي)
%٠	$\sum(14) - [\sum(2)/\sum(1) \times \sum(7)]$	%١٦.٢	$\sum(12) - [\sum(5)/\sum(4) \times \sum(7)]$	%٠	$\sum(10) - [\sum(2)/\sum(1) \times \sum(4)]$	تأثير التوزيع (إجمالي افتراضي - افتراضي محسوب)
%١٠٠	$\sum(8) - \sum(14) = \sum(15)$	%٨٨.٤	$\sum(8) - \sum(12) = \sum(13)$	%١٠٠	$\sum(5) - \sum(10) = \sum(11)$	التأثير التنافسي (الفعلي ٢ - الإجمالي الافتراضي)

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات جدول رقم (٩). القيمة بالآلاف دولار

Aly Zein Elabdeen Kassem., 2021

جدول ١١. الحصة السوقية لمصر ومحددات قيم التصدير الافتراضية من كاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى (HS 210320) خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠١٩)

المناطق المستوردة	٢٠١٧			٢٠١٨			٢٠١٩			محددات قيم التصدير الافتراضية		
	صادرات العالم (١)	صادرات مصر (٢)	الحصة السوقية لمصر (٣)	صادرات العالم (٤)	صادرات مصر (٥)	الحصة السوقية لمصر (٦)	صادرات العالم (٧)	صادرات مصر (٨)	الحصة السوقية لمصر (٩)	(3)×(4)	(5)-	(8)-
إفريقيا	٦٢٧٧١	١٤٩٧١	%٢٣.٨٥	٦٣٧٤٤	٩٧٠٥	%١٥.٢٢	٦٩٨٩٢	١٣٧٨٥	%١٩.٧٢	١٥٢.٣	٥٤٩٨-	١٠.٦٤١
آسيا	١٤٤٨٨٥	١٥١١٠	%١٠.٤٣	١٤٩٠٤٦	١٥٥٣٩	%١٠.٤٣	١٤٥٤٥٦	١٥٧٧٦	%١٠.٨٥	١٥٥٤٤	٥-	١٥١٦٥
أوروبا	١٠٢٠٠٦١	٢١٩٩	%٠.٢٢	١١٠٧٩٩٢	٢٧٦٨	%٠.٢٥	١١١٩٠٣٣	٥٢٥٩	%٠.٤٧	٢٣٨٩	٣٧٩	٢٧٩٦
الأمريكتين	٥٢١٢٨٩	١٠٥	%٠.٠٢	٤٧٥٠٨٢	٣٢٠	%٠.٠٧	٤٥٠٩٦١	٧٣٠	%٠.١٦	٩٦	٢٢٤	٣٠٤
أوسيانيا	١٦٣٤١	٣٦	%٠.٢٢	١٨٣١٨	١٩١	%١.٠٤	١٨٠٢٥	١٠١	%٠.٥٦	٤٠	١٥١	١٨٨
الإجمالي	١٧٦٥٣٤٧	٣٢٤٢١	%١.٨٤	١٨١٤١٨٢	٢٨٥٢٣	%١.٥٧	١٨٠٣٣٦٧	٣٥٦٥١	%١.٩٨	٣٢٢٧٢	٤٧٤٩-	٢٩٠٩٤

المصدر: جمعت وحسبت من قاعدة بيانات <https://www.trademap.org>، آخر تحديث ٢٥ إبريل ٢٠٢١. القيمة بالآلاف دولار

جدول ١٢. محددات نمو الصادرات من كاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى (HS 210320) خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠١٩)

محددات نمو الصادرات	٢٠١٧-٢٠١٨	٢٠١٨-٢٠١٩	٢٠١٧-٢٠١٩
	القيمة	القيمة	القيمة
إجمالي الربح (الفعلي ٢ - الفعلي ١)	$\sum(5) - \sum(2)$ ٣٨٩٨-	$\sum(8) - \sum(5)$ ٧١٢٨	$\sum(8) - \sum(2)$ ٣٢٣٠
حجم تأثير المنتج (الافتراضي المحسوب - الفعلي)	$[\sum(2) / \sum(1) \times \sum(4)] - \sum(2)$ ٨٩٧	$[\sum(5) / \sum(4) \times \sum(7)] - \sum(5)$ ١٧٠-	$[\sum(2) / \sum(1) \times \sum(7)] - \sum(2)$ ٦٩٨
تأثير التوزيع (إجمالي افتراضي - افتراضي محسوب)	$\sum(10) - [\sum(2) / \sum(1) \times \sum(4)]$ ٤٦-	$\sum(12) - [\sum(5) / \sum(4) \times \sum(7)]$ ٧٤٠.٠٧	$\sum(14) - [\sum(2) / \sum(1) \times \sum(7)]$ ١٢٦٢.٥٧٩
التأثير التنافسي (الفعلي ٢ - الإجمالي الافتراضي)	$\sum(5) - \sum(10) = \sum(11)$ ٤٧٤٩-	$\sum(8) - \sum(12) = \sum(13)$ ٦٥٥٧	$\sum(8) - \sum(14) = \sum(15)$ ١٢٦٩

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات جدول رقم (١١). القيمة بالآلاف دولار

٣.٥. التأثير التنافسي:

وتبين نتائج الدراسة أن التأثير التنافسي بما يشمله من عوامل سعرية وغير سعرية كان هو الأكثر تأثيراً سواء في نمو أو تراجع الصادرات المصرية من منتجات الطماطم خلال فترات الدراسة. فعلى سبيل المثال بلغ حجم التأثير التنافسي في نمو صادرات مصر من الطماطم الطازجة والمجففة حوالي ١١٠.٤% خلال متوسط الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩. وتوجه ٨٥% من صادرات مصر من الطماطم الطازجة والمجففة إلى آسيا، وتدفع المملكة العربية السعودية حوالي ٣٠.٢٤% من قيمة صادرات مصر من هذه المنتجات. وبالاقترب من السوق السعودي نجد أن الطماطم المصرية ليست لها ميزة تنافسية سعرية خلال الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩ مقارنة بالمنافسين في السوق السعودي، وإن اقتربت مستويات أسعارها أو كادت تتساوى مع أسعار الأردن المنافس الأول لمصر في السوق السعودي، إلا أن الواضح من الجدول رقم (١٣) أن المنتج التركي يتمتع بميزة نسبية سعرية كبيرة بالمقارنة بالمنتج المصري. ولربما كان التأثير التنافسي لمصر في السوق السعودي يعود لعوامل غير سعرية.

وعلى النقيض، وعلى الرغم من تحقيق منتجات الطماطم المجهزة أو المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك خسائر خلال الفترة من ٢٠١٨ إلى ٢٠١٩، إلا أن تأثير التوزيع قد عوض هذه الخسائر بنسبة ٤٢- %، نظراً لاستهداف ٥٦% من الصادرات المصرية من هذا المنتج السوق الأوروبي، والذي شهد نمواً في قيم الواردات من هذه النوعية من منتجات الطماطم بنسبة ٣.٠٩% خلال الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩ كمتوسط مرجح بقيمة الصادرات. كما عوض تأثير التوزيع بنسبة ١٢% خسائر الصادرات من الطماطم الكاملة أو في قطع المجهزة أو المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك خلال الفترة من ٢٠١٨ إلى ٢٠١٩، حيث استهدفت ٥١%، ٢٠.٢% من الصادرات المصرية من هذه المنتجات الأسواق الآسيوية، والأوروبية على الترتيب، وهي أسواق زادت قيم وارداتها من منتجات الطماطم تحت الكود HS 200210 بنسبة ١٨.٠٧%، ٨.٠٢% على الترتيب خلال الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩.

جدول ١٣. الميزة التنافسية السعرية لمجموعات مختارة من منتجات الطماطم في أهم الأسواق العالمية خلال الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٨

كود 210320				كود 0702			
السوق	أهم المنافسين	سعر (دولار)*	سعر (دولار)*	السوق	أهم المنافسين	سعر (دولار)*	سعر (دولار)*
الأهم		مصر	مصر	الأهم		مصر	مصر
الأردن	إسبانيا	١.٨٥	٠.٩١	السوق	سوريا	٠.٣٤	٠.٧١
السوق	البرتغال	١.٨٥	٠.٩١	المغربي	تركيا	٠.٢٣	٠.٤٨
السعودية	إيطاليا	١.٩٠	٠.٩٣	جميع البلدان**	جميع البلدان**	٠.٤١	٠.٨٧
	جميع البلدان**	١.٩٥	٠.٩٦				

* السعر مرجحاً بكميات الصادرات خلال الفترة ٢٠١٧-٢٠١٩. جميع مصدري الطماطم إلى السوق. المصدر: جمعت وحسبت من قاعدة بيانات <https://www.trademap.org>، آخر تحديث ٢ مايو ٢٠٢١.

المغربي من حيث قيمة الصادرات في عام ٢٠١٩. وتُعد البرتغال، إيطاليا، بلجيكا أهم ثلاث منافسين في السوق المغربي لكاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى. ويتضح من الجدول (١٣) أن المنتج المصري من كاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى وإن كان لا يتمتع بميزة تنافسية سعرية مقارنة بالمنافسين في السوق المغربي خلال الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩، إلا أن متوسط السعر مرجحاً بقيمة الصادرات لا يبتعد كثيراً عن المتوسط العام لسعر الواردات الأخرى من المنتج في السوق المغربي. وهو ما يدفع أيضاً إلى القول بأن التأثير التنافسي لمصر في السوق المغربي لكاتشب

أما منتجات كاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى التي تتميز مصر في تصديرها، فقد ساهم التأثير التنافسي بنحو ٥٣.٧% من الزيادة في حجم صادرات مصر منها خلال الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩. وتُصدر مصر ٤٩.٨٧% من كاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى إلى أربع دول، هي: المغرب، والإمارات العربية المتحدة، والمملكة العربية السعودية، وكينيا. ودفعت المغرب بمفردها حوالي ٢٠.٦٦% من قيمة الصادرات المصرية من هذه المنتجات في عام ٢٠١٩. وبالاقترب من السوق المغربي، تُعد مصر سادس مورد لكاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى إلى السوق

الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى ربما يرجع إلى عوامل غير سعرية.

٦. توصيات الدراسة:

تحتاج مصر إلى تركيز المزيد من الجهود في تدعيم تخصصها في إنتاج منتجات الطماطم تحت الأكواد ٢٠٠٢١٠، ٢١٠٣٢٠. حيث يتوكل تخصص مصر في منتجات الطماطم الكاملة أو في قطع المجهزة أو المحفوظة بواسطة أي طريقة بخلاف الخل أو حمض الأسيتيك - كود ٢٠٠٢١٠، وكذلك منتجات كاتشب الطماطم أو صلصة الطماطم الأخرى - كود ٢١٠٣٢٠ مع الطلب العالمي المتنامي عليهما.

ومن ناحية أخرى، يجب ألا تعتمد صادرات مصر من منتجات الطماطم الطازجة والمجمدة على السوق الآسيوي فقط، وإيلاء المزيد من الاهتمام إلى السوق الأوروبي الذي دفع حوالي ٤٨.٣٦% من قيمة الصادرات العالمية من هذه المنتجات في عام ٢٠١٩، ولا تتوجه إليه سوى ١٣.٨% فقط من صادرات مصر من الطماطم الطازجة والمجمدة. كما يُعد السوق الإفريقي سوقاً واعداً لهذه النوعية من منتجات الطماطم، حيث دفع حوالي ٩.٧٥% من قيمة صادرات العالم من الطماطم الطازجة والمجففة في عام ٢٠١٩، وشهد طلباً متزايداً ممثلاً في زيادة قيمة الصادرات من هذه المنتجات بنسبة ٣١.٦٥% خلال الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩، إلا أن مصر لم توجه إلى السوق الإفريقي سوى ما لا يزيد عن ١.٢% من قيمة صادراتها من الطماطم الطازجة والمجففة كمتوسط مرجح بقيمة الصادرات خلال الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩.

مع ضرورة المزيد من استهداف السوق الأوروبي بمنتجات الكاتشب وصلصة الطماطم الأخرى، والتي لا يتوجه إليها إلا ١٠.٦% من قيمة صادرات مصر من هذه المنتجات، وهو سوق يدفع حوالي ٦٢.٠٥% من قيمة صادرات العالم من هذه المنتجات في عام ٢٠١٩، وقد شهد السوق الأوروبي زيادة في الطلب على منتجات كاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى بنسبة ٩.٧٠% خلال مجموع الفترة من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩. كما تشير نتائج الدراسة إلى أن مصر تتمتع بمزايا نسبية غير سعرية في أسواق البلدان العربية مثل المملكة العربية السعودية في حالة الطماطم الطازجة والمجمدة، والمملكة المغربية في حالة كاتشب الطماطم وصلصة الطماطم الأخرى. وربما تطلب الأمر بحث العوامل غير السعرية التي تمنح مصر تأثيراً تنافسياً إيجابياً في بعض أسواق التصدير، ومن هذه العوامل المحتملة: القرب المكاني، والاتفاقيات التجارية المشتركة، والجودة، والوقت الذي تورد فيه مصر منتجاتها مقارنة بالمنافسين، وغيرها.

الخلاصة:

حققت مصر مكاسب في أسواق تصدير جميع منتجات الطماطم تحت الدراسة خلال الفترة ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩. وقد ساهم التأثير التنافسي بما يشمله من عوامل سعرية وغير سعرية بالنصيب الأكبر في الزيادة في نمو الصادرات المصرية من الطماطم ومنتجاتها.

٧. المراجع

١.٧. المراجع العربية:

السيد عبد العظيم الخشن (٢٠٢٠). دراسة اقتصادية للقدرة التنافسية لمحصول الطماطم في مصر، مجلة اتحاد المجالات العربية للعلوم الزراعية، ٢٨(٢)، ٧٦٣-٧٨٢.

جيهان محمد العفيفي، و هشام أحمد عبد الرحيم (٢٠١٨). دراسة اقتصادية للصادرات المصرية من بعض المحاصيل البستانية في السوق السعودي، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، ٢٨(٣)، ١٢٦٥-١٢٨٣.

سرحان أحمد سليمان، ومديحة عطية عبد السلام (٢٠١٨). المؤشرات الاقتصادية والقدرة التنافسية التسويقية لأهم الصادرات الزراعية المصرية إلى السوق السعودي. المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، ٢٨(١)، ١٣٩-١٦٠.

شادية محمد سيد (٢٠١٣). بعض مؤشرات تنافسية صادرات البصل والبطاطس المصرية في أهم الأسواق العالمية. مجلة أسيوط للعلوم الزراعية. ٤٤(٤)، ٧٣-٨٨.

صبري يحيى شلتوت، وحسين السيد سرحان (٢٠١٧). دراسة تحليلية لصادرات السلع الزراعية المصرية للسوق السعودي. المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، ٢٧(٣)، ١٢٥٥-١٢٧٢.

محمود مصطفى الهباق (٢٠١٨). الإمكانيات التصديرية للعنب المصري في السوق الإنجليزي في ظل البريكست. حوليات العلوم الزراعية بمشتهر، ٥٦(٤)، ١٣١٣-١٣٢٦.

مدوح البديري (٢٠١٨). دراسة اقتصادية للقدرة التنافسية لأهم محاصيل الصادرات الزراعية المصرية. المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، ٢٨(٣)، ١٤١٠-١٣٨٩.

وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي (٢٠٢٠). قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة الإحصائيات الزراعية: الجزء الثاني المحاصيل الصيفية والنيلية ٢٠١٨/٢٠١٩.

وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي (٢٠٢١). قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة الإحصائيات الزراعية: الجزء الأول المحاصيل الشتوية ٢٠١٩/٢٠٢٠.

Idris N, Hameed A, Niti M, Arshad F (2011). Export performance and trade competitiveness of the Malaysian cocoa products. African Journal of Business Management, 5(31), 12291-12309.

Tyszynski H (1951). World Trade in Manufactured Commodities, 1899-1950. The manchester School, 19(3), 272-304.

٢٠٧. مصادر الكترونية:

قاعدة البيانات الإحصائية لمنظمة الأغذية والزراعة FAOSTAT:

<http://www.fao.org>

آخر تحديث: ٢٥ إبريل، ٢٠٢١.

قاعدة البيانات الإحصائية التجارية Trade Map، آخر تحديث: ١

مايو، ٢٠٢١. <https://www.trademap.org>

ياسر عبد الحميد عبد الراضي، وآخرون (٢٠١٦). دراسة اقتصادية لتنافسية أهم صادرات مصر الزراعية في سوق الاتحاد الأوروبي، مجلة أسبوت للعلوم الزراعية، ٤٧(٣)، ١٨٩-٢٠٥.

REFERENCES

Esfahani AF (2006). Constant market shares analysis: uses, limitations and prospects. Australian Journal of Agricultural and Resource Economics, 50(4), 510-526.

Fagerberg J, Sollie G (1987). The method of constant market shares analysis reconsidered. Applied Economics, 19(12), 1571-1583.

Gilbert J, Muchova E (2018). Export competitiveness of Central and Eastern Europe Since the enlargement of the EU. International Review of Economics and Finance, 78-85.

Analyzing the Exports Performance of Egyptian Tomatos and their Products in the International Markets: the Constant Market Share Approach

Aly Zein Elabdeen Kassem

Department of Agricultural Marketing and Information Systems, Center for Agricultural Planning and Development• Institute of National Planning

Received on: 24-5-2021

Accepted on: 29-6-2021

ABSTRACT

This study aims to analyze the performance of Egyptian exports of tomatoes and their products during the period from 2017 to 2019. The Constant Market Share (CMS) method was employed to analyze the sources of growth or decline in exports of tomatoes and their products during the study period. Likewise, the competitive price advantage of Egypt in some export markets for tomatoes and their products was calculated. The most important results of the study concluded that: Egypt achieved gains in export markets at the level of all tomato products under study during the period from 2017 to 2019. The competitive effect has the largest contribution to explaining the increase or decrease in the rate of export growth. The study recommends strengthening the mechanisms of Egypt's specialization in exporting whole tomatoes or in prepared or preserved pieces by any method other than vinegar or acetic acid, as well as tomato ketchup products or other tomato sauce. Also, Egypt's exports of fresh and frozen tomato products should not depend on the Asian market only, and pay more attention to the European market, with the need to target the European market also with ketchup products and other tomato sauce.

KEYWORDS: Tomato Marketing, Tomato Export, Tomato Products, Tomato Markets, Constant Market Share (CMS).