

دراسة اقتصادية لبعض الجوانب التسويقية للطماطم الشتوية بمحافظة دمياط

ياسر توفيق أحمد حمزة & عماد الدين عبد الرحمن الشربينى

معهد بحوث الاقتصاد الزراعي - مركز البحوث الزراعية

الملخص: يعتبر القطاع الزراعي أحد أهم القطاعات الاقتصادية في الاقتصاد القومي وتعتبر الطماطم من محاصيل الخضر الهمة التي تجود زراعتها في الأراضي الجيرية والرملية والطينية، وبعد تسويق المحاصيل الزراعية من العمليات الهمة في النشاط الزراعي لما له من أهمية من وجهة نظر المستهلك لإشباع رغباته بالمستوى المطلوب وتمثل مشكلة البحث في أن محصول الطماطم يتسم بسرعة القابلية للتلف وارتفاع نسبة الفاقد به، الأمر الذي يتطلب إدامة مختلف الوظائف التسويقية المتعلقة به بمستوى مرتفع من الكفاءة، فضلاً عن ارتفاع عدم التأكيد واللزيقين والذي يؤدي إلى زيادة حده القبلات السعرية عند مختلف مستوياتها إضافة إلى ارتفاع الفروق التسويقية ومن ثم انخفاض نصيب المنتج للطماطم من جنيه المستهلك، كما أن المشكلات التي تواجه تسويق الطماطم أكثر تعقيداً من المشكلات التي تواجه إنتاجه، الأمر الذي يستلزم أهمية دراسة مختلفة لبعض الجوانب التسويقية المتعلقة بممحصول الطماطم خلال المراحل التسويقية وإلقاء الضوء على الهوامش والتکاليف والکفاءة التسويقية للطماطم. وتهدف الدراسة إلى دراسة كفاءة الأداء الاقتصادي لتسويق الطماطم الشتوى في مصر ومحافظة دمياط وذلك من خلال: دراسة تطور أهم المؤشرات الإنتاجية و التسويقية للطماطم بجمهورية مصر العربية ودمياط خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥) - دراسة أهم المشاكل التي تواجه منتجي وتجار الجملة والتجزئة خلال العملية التسويقية للطماطم الشتوى بدمياط بعينة الدراسة الميدانية. وقد أوضحت الدراسة تطور بعض المتغيرات الاقتصادية للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥) حيث تبين تزايد كلاً من الصادرات، الواردات، الفاقد للطماطم زيادة سنوية بمعدل ٣٥.٥٪، ١٠.٦٪، ٢١.٨٪، ٤٠.٨٪، ٣٢١.٨٪، ٢٥٢.٦٥٪ جنية/طن، وكانت الزيادة غير معنوية من الناحية الإحصائية ما عدا الصادرات كانت انخفاض متواتر نصيب الفرد السنوي بنحو ٣.٩٪ كجم وهذا الانخفاض معنوي من الناحية الإحصائية، كما انخفض معدل الاكتفاء الذاتي السنوي بنحو ٢٩.٥٪ وهذا الانخفاض معنوي من الناحية الإحصائية. تبين من الدراسة زيادة كلاً من سعر الجملة والتجزئة زيادة سنوية بلغت نحو ٢٥٢.٦٥٪، ٤٠.٨٪، ٣٢١.٨٪ جنية/طن، وهذه الزيادة مؤكدة من الناحية الإحصائية، كما تناقص نصيب المنتج من جنيه المستهلك سنويًا بنحو ٤٠.٨٪ وأن هذا التناقص معنوي إحصائياً، في حين تبين زيادة نصيب الوسطاء من جنية المستهلك سنويًا بنحو ٤٠.٨٪ وهذه الزيادة معنوية إحصائياً، وفيما يتعلق بالهوامش التسويقية أوضحت الدراسة زيادة الهوامش التسويقية المطلقة والنسبة بين مدخلات التجزئة تاجر الجملة والممنتج بنحو ٢٣٢.٩٦٪ جنية/طن، وإن هذه الزيادة سنوية ومعنوية إحصائياً. كما أوضحت الدراسة مؤشر الكفاءة التسويقية للطماطم بجمهورية مصر العربية حيث تناقص سنويًا بما يقدر بنحو ٤٠.٤٪ وإن هذا التناقص غير مؤكد معنويًا من الناحية الإحصائية، وقد يعزى ذلك إلى سرعة قابلية الطماطم للتلف علاوة على القبلات السعرية التي تتعرض لها واحتكار كبار التجار مما يؤدي إلى زيارة أرباح الوسطاء وانخفاض نصيب المنتج. بينما تبيّن الدراسة نصيب المنتج وتاجر الجملة والوسطاء من جنيه المستهلك من خلال عينة الدراسة الميدانية للطماطم الشتوى بدمياط موسى ٢٠٢١، حيث بلغ نحو ٤٦٪، ٦٣٪، ٥٣٪، ٦٨٪، ٥٤٪ لكلاً منهم على التوالي وذلك خلال البيع من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محلات التجزئة) بينما في حالة البيع من تاجر الجملة إلى الباعة المتجولين فقد بلغ نصيب المنتج وتاجر الجملة والوسطاء من جنية المستهلك نحو ٤١.٢٦٪، ٥٨٪، ٧٤٪، ٢١.٨٪، ٤١٪ لكلاً منهم على التوالي في حين بلغت الهوامش التسويقية المطلقة والنسبة بين تاجر الجملة والممنتج نحو ٦٦٥.٥٪ جنية/طن، وبين تاجر التجزئة والجملة نحو ٢٠٦٪ جنية/طن، وبين تاجر التجزئة والممنتج نحو ٢٧٤١.٧٪ جنية/طن، أوضحت الدراسة الكفاءة التسويقية للطماطم الشتوى بعينة البحث الميدانية بمحافظة دمياط موسم ٢٠٢١ على التوالي. حيث بلغت أرباح تاجر الجملة نحو ١٧٤.٨٥٪ جنية/طن وتاجر التجزئة نحو ١٥٠.٨٪، ٦٣٪ جنية/طن وأرباح الوسطاء نحو ١٦٨٣.٤٪ جنية/طن وذلك خلال المسلك التسويقي من تاجر الجملة لتاجر التجزئة (محلات التجزئة) أما في حالة المسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى الباعة المتجولين فقد بلغت أرباح كلاً من تاجر التجزئة والوسطاء نحو ٨٦٨.٧٪، ٨٦٨.٥٪، ٤٣.٥٪ جنية/طن، وفيما يتعلق بالکفاءة التسويقية فقد بلغت نحو ٣٤.٧٪، ٤٤.٨٪ لكلاً من المسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى الباعة المتجولين على التوالي ويعزى ذلك إلى انخفاض السعر الذي يحصل عليه المنتج علاوة على ارتفاع السعر الذي يدفعه المستهلك. بدراسة أهم المشاكل الإنتاجية والتسيويقة التي تواجه المنتجين وتجار الجملة وتاجر التجزئة للطماطم الشتوى بمحافظة دمياط من خلال عينة الدراسة الميدانية موسم ٢٠٢١ فقد أوضحت الدراسة أن أهم المشاكل عدم توفر شتلات جيدة النمو وارتفاع تكاليف الإنتاج والنقل وزيادة كمية الفاقد وتحكم تجار الجملة في الأسعار والكميات. كما أوضحت الدراسة أهم المقررات لمحاولة التغلب على هذه المشاكل ومن أهمها تقديم دعم للمزارعين خاصة لمستلزمات الإنتاج وتقعيل دور الرقابة على بائعين التجزئة للحد من جشعهم في الأسعار علاوة على تجنب نقل الطماطم أوقات الظهيرة لتنقليل كمية الفاقد منها. **أهم التوصيات:-** تشجيع التسويق التعاوني من خلال تعديل دور الجمعية التعاونية لتسويق الخضر بمحافظة دمياط للقيام بتسويق الطماطم من المنتجين إلى المستهلكين مباشرة لاختصار سلسلة الوسطاء وذلك بفتح منفذ تسويقية من خاللها الحد من احتكار تاجر الجملة والعمل على خفض الأسعار المستهلك مع الحفاظ على نصيب عادل للمنتج. - العمل على تجنب نقل الطماطم أوقات الظهيرة مع استخدام وسائل نقل حديثة لتقليل كمية الفاقد منها وذلك من خلال تعديل دور الإرشاد الزراعي لتنوعية المزارعين. - تعديل دور الرقابة من جانب الحكومة على بائعين التجزئة للحد من رفع الأسعار وجشع التجار لصالح كل من المنتج والمستهلك.

الكلمات الاسترشادية: الكفاءة التسويقية، تقلبات الأسعار، دمياط، الطماطم، فصل الشتاء

عمليات التصنيع، وقد بلغت المساحة المنزرعة منه نحو ٤٠٨.٧ ألف فدان تمثل نحو ٢١.٨٪ من إجمالي مساحة الخضر بإجمالي إنتاج ٦٧٩٣.٦٩ ألف طن يمثل نحو ٣٣.٢٪ من إنتاج محاصيل الخضر بإجمالي إنتاج نحو ٤٥٣ مليون طن والتي بلغت نحو ١.٨٧٦ مليون فدان عام ٢٠١٩ وترتبط الطماطم في مصر في ثلاثة عروات رئيسية وهي العروة الصيفية والتي تزرع خلال شهري مارس وأبريل ويتم جمع المحصول خلال شهرى يونيو

المقدمة

يعتبر القطاع الزراعي أحد أهم القطاعات الاقتصادية في الاقتصاد القومي، وبعد تسويق المحاصيل الزراعية من العمليات الهمة في النشاط الزراعي لما له من أهمية من وجهة نظر المستهلك لإشباع رغباته بالمستوى المطلوب، ويعتبر ممحصول الطماطم من محاصيل الخضر الرئيسية التي تجود زراعتها في الأراضي الجيرية والرملية والطينية حيث يستهلك طازج أو يدخل

من خلال استئمار استبيان صممته خصيصاً لغرض البحث تم جمعها من المنتجين وتجار الجملة والتجزئة بدائرة محافظة دمياط وذلك خلال شهرى يناير وفبراير عام ٢٠٢١.

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة بالنسبة لمزارعي الطماطم الشتوى في محافظة دمياط عن طريق الحصر الشامل لمساحات الطماطم من سجلات إدارة الإحصاء بمديرية الزراعة بدمياط حيث تمأخذ عينة عشوائية منهم وفقاً للأهمية النسبية لهم حيث تم حصر مساحات الطماطم الشتوى بدمياط موسم ٢٠٢١/٢٠٢٠ تبين أن المساحة المنزرعة بها بلغت نحو ٩٣٣ فدان موزعة على مراكز المحافظة بواقع ٦٢٠، ١٥، ٢٠٠، ٧٠، ١٣، ٨٩٨ فدان ونحو ٧، ٢٣، ٩، ١٣٤٦ حanza لكل من مركز دمياط، فارسكور، كفر سعد، الزرقا، كفر البطيخ على التوالى، وتبين أن مركز كفر البطيخ أعلا المراكز من حيث المساحة وعدد الحائزين حيث يمثلان نحو ٩٦.٢٥٪ من إجمالي المساحة وعدد الحائزين بالمحافظة والبالغ نحو ٩٣٣ فدان، ١٣٨٧، وحanza على التوالى. وتم اختيار مركز كفر البطيخ عمدياً على مستوى المحافظة (نظراً لشموله على أعلى مساحة وعدد حائزين) وتم سحب عينة عشوائية منتظمة من سجلات جمعيتي الهواش وام رضا بواقع ١٨، ١٢ حanza بإجمالي ٣٠ حanza وفقاً لأهميتها بالنسبة بالمركز.

أما فيما يتعلق بتجار الجملة فتم حصر أسواق الجملة بالمحافظة وتم اختيار عينة عمدية نظراً لعدم وجود سوى سوقين فقط وهم سوق شطا وسوق دمياط الجديدة وتم اختيارهما بطريقية عمدية (نظراً لعدم وجود أسواق أخرى بالمحافظة) وتم حصر عدد تجار الجملة للخضير والفاكهة بالسوقين تبين أنهم بلغوا نحو ٢٠ تاجر جملة بهما منهم ٤٠ تاجر جملة بسوق شطا ونحو ٣٠ تاجر جملة بسوق دمياط الجديدة وتم سحب عينة عشوائية منتظمة من سجلات الأسواق قوامها ١٤ تاجر جملة منهم ٨ تاجر جملة بسوق شطا و ٦ تاجر جملة بسوق دمياط الجديدة. أما بالنسبة لتجار التجزئة فقد تم اختيار عينة عشوائية وفقاً لكشف تجار التجزئة المرخصين والمسجلين بمديرية التموين والتجارة الداخلية بددمياط، حيث تم حصر شامل لمحلات التجزئة لبيع الخضر والفاكهة بمحافظة دمياط وتبيّن أن عددهم بلغ نحو ٢٣٥ تاجر تجزئة موزعين على مراكز المحافظة بواقع ٧٠، ٥٢، ٣٨، ٤٦، ٢٩ تاجر تجزئة بمراكز دمياط، كفر سعد، فارس克ور، الزرقا، كفر الباطح على التوالي. وتم سحب عينة عشوائية من مركزي كفر سعد، دمياط قوامها ٢٤ تاجر تجزئة بواقع ١٠، ١٤ تاجر تجزئة بمركزى كفر سعد ودمياط على التوالي. أما بالنسبة للباعة المتجولين وغير المسجلين للخضار والفاكهة فهم منتشرين بكثرة في مدن وقرى المحافظة وتم سحب عينة عشوائية قوامها ٢٢ تاجر متوجول بواقع ١٠، ١٢ تاجر من مركزى كفر سعد ودمياط على التوالي لأنهما يمثلان أكبر مراكز المحافظة من حيث عدد التجار بهما.

تطور بعض المؤشرات الاقتصادية والتسوية للطماطم في جمهورية مصر العربية

اولاً: تطور بعض المتغيرات الاقتصادية للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

- أ- تطور الاستهلاك المحلي من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

بدراسة مؤشرات الجدول رقم (١) تبين أن الاستهلاك المحلي من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠٠٥-٢٠١٩) قد تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٦٥١٦ ألف طن

ويوليو وتبلغ مساحتها نحو ١٩٧.١٢٤ ألف فدان تمثل نحو ٥١٪ بإجمالي إنتاج نحو ٣٢١٨.٤٦٠ ألف طن تمثل نحو ٥٧٪ من مساحة وإنتاج الطماطم في مصر وتحتل المرتبة الأولى من حيث المساحة والإنتاج بليها العروة الشتوية التي تزرع خلال شهر أكتوبر ونوفمبر ويتم جمعها خلال شهر يناير وفبراير وتبلغ مساحتها نحو ١٨٥.٢١١ ألف فدان بإجمالي إنتاج نحو ٣٢٦٨.٧٤٠ ألف طن تمثل نحو ٩٨٪، ٩٪ من مساحة وإنتاج الطماطم في مصر وتحتل المرتبة الثانية من حيث المساحة والإنتاج وأخيراً العروة الينيلية والتي تزرع خلال شهر يوليو وأغسطس ويتم جمع المحصول خلال شهر أكتوبر ونوفمبر وتبلغ مساحتها نحو ٢٦.٣٧ ألف فدان بإجمالي إنتاج نحو ٣٠.٦٤٩ ألف طن تمثل نحو ٤١٪، ٥٪ من مساحة وإنتاج الطماطم في مصر وتحتل المرتبة الثالثة من حيث المساحة وإنتاج الطماطم في مصر وذلك عام ٢٠١٩، وقد بلغت مساحة الخضر بدمياط نحو ١٥.٩٧٩ ألف فدان بإجمالي إنتاج نحو ١٩٥.٠٧٢ ألف طن، وبلغت مساحة الطماطم بدمياط ٢.٩٩٧ ألف فدان بإجمالي إنتاج نحو ٢٠.١٦ ألف طن تمثل نحو ٧٦٪، ١٪ من مساحة وإنتاج الخضر بدمياط عام ٢٠١٩.

مشكلة البحث: تتمثل في أن محصول الطماطم يتسم بسرعة القabilية للتلف وارتفاع نسبة الفاقد به الأمر الذي يتطلب أداء مختلف الوظائف التسويقية المتعلقة به بمستوى مرتفع من الكفاءة، فضلاً عن ارتفاع عدم التأكيد واللايقين والذي يؤدي إلى زيادة حدة التقليبات السعرية عند مختلف مستوياتها إضافة إلى ارتفاع الفروق التسويقية ومن ثم انخفاض نصيب المنتج للطماطم من جنيه المستهلك، كما أن المشكلات التي تواجه تسويق الطماطم أكثر تعقيداً من المشكلات التي تواجه إنتاجه الأمر الذي يستلزم أهمية دراسة مختلف الجوانب التسويقية المتعلقة بمحصول الطماطم خلال المراحل التسويقية وإلقاء الضوء على الهوامش والتکاليف والکفاءة التسويقية للطماطم.

هدف البحث: تهدف الدراسة إلى دراسة كفاءة الأداء الاقتصادي لتسويق الطماطم الشتوية في مصر ومحافظة دمياط وذلك من خلال:

- دراسة تطور أهم المتغيرات الاقتصادية لمصوّل الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠٠٥-٢٠١٩)

- دراسة المؤشرات التسويقية للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

- دراسة المؤشرات التسويفية للطماطم السنوي بعينة الدراسة
الميدانية بمدينتي موسم ٢٠٢١

- دراسة أهم المشاكل التي تواجه منتجي وتجار الجملة والتجزئة خلال العملية التسويقية للطماطم الشتوية بمحافظة دمياط موسى ٢٠٢١

- التوصل إلى مجموعة من المقترنات لمواجهة المشكلات التي تواجه منتجي وتجار الجملة والتجزئة التسويقية للطماطم الشتوية
بمحافظة بني سويف ٢٠٢١

الطريقه البحثية ومصادر الحصول على البيانات:

اعتمدت الدراسة على أسلوبين الوصفى والكمي متمثلا في معدلات الاتجاه الزمني العام والنسب المئوية والمتوسطات وبعض مؤشرات الكفاءة الاقتصادية التسويقية وغيرها من الأساليب والأدوات الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات وعرض النتائج المتحصل عليها، واعتمدت الدراسة على مصادرتين رئيسيتين للبيانات: أولها بيانات ثانوية منشورة من وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، مديرية الزراعة، ومركز المعلومات بمحافظة دمياط علاوة على الرسائل والبحوث والدوريات العلمية وغيرها ذات الصلة بموضوع البحث، وثانيهما بيانات أولية لدراسة ميدانية

بـ- تطور الاستهلاك الصافي للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

كما أوضحت البيانات الواردة بالجدول رقم (١) أن الاستهلاك الصافي للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥) قد تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٤٣٣٩ ألف طن عام ٢٠١٩ وحد أقصى نحو ٧١٢٣ ألف طن عام ٢٠٠٩ وبمتوسط سنوي بلغ نحو ٥٦٠٠.٨٠ ألف طن وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الاستهلاك الصافي من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٢) بالجدول رقم (٢) أنه يتراوح سنويًا بما يقدر بنحو .

عام ٢٠١٧ وحد أقصى نحو ١٠٢١٢ ألف طن عام ٢٠٠٩ وبمتوسط سنوي بلغ نحو ٨٠٤٢.٩٣٣ ألف طن وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الاستهلاك المحلي من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (١) بالجدول رقم (٢) أنه يتراوح سنويًا بما يقدر بنحو ١٩٣.٥٦٤ ألف طن يمثل نحو ٢٤١٪ من متوسطها وأن هذه التناقضات مؤكدًا معنوية من الناحية الإحصائية عند مستوى معنوية ٠٠٠١، كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو ٦٧٪ من التغيرات في الاستهلاك المحلي من الطماطم يرجع إلى العوامل التي يعكس أثرها عنصر الزمن.

جدول رقم (١): تطور بعض المتغيرات الاقتصادية للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

السنوات	الاستهلاك المحلي الصافي (*) (ألف طن)	الاستهلاك الصافي (*) (ألف طن)	ال الصادرات (ألف طن)	الواردات (ألف طن)	الفاقد (ألف طن)	نصيب الفرد كجم / سنة	متوسط الذاتي %
٢٠٠٥	٨٤٢٠	٦١٥٠	٢٢	٢	١٠١٠	٨٧	٩٩.٧٦
٢٠٠٦	٨٦٦٠	٦٨٤٦	٨	٢	١٢٩٩	٩٥.١	٩٩.٩٣
٢٠٠٧	٨٦٩٢	٦٧٠٩	٢٩	٢	١٤٧٨	٩١.١	٩٩.٦٩
٢٠٠٨	٩٢١٧	٦٤٢٩	٥٩	٩	٢٣٠٤	٨٥.٤	٩٩.٤٦
٢٠٠٩	١٠٢١٢	٧١٢٣	١٤٢	٢٠	٢٥٥٣	٩٢.٧	٩٩.٣٤
٢٠١٠	٨٤٥٩	٥٩٠٠	١٤٢	١٤	٢١١٥	٧٤.٩	٩٨.٥٠
٢٠١١	٨٠٩٢	٥٦٤٤	٨١	٤٩	٢٠٢٣	٧٠.٢	٩٩.٦٠
٢٠١٢	٨٥٣٢	٥٩٥١	١٢٤	١٧	٢١٣٣	٧٢.١	٩٨.٧٦
٢٠١٣	٨٠٩٨	٥٢٧٢	٢١٦	٩	٢٤٢٩	٦٢.٣	٩٧.٤٨
٢٠١٤	٨٠٧٢	٥٢٥٥	٢٤٥	١٠	٢٤٢٢	٦٠.٥	٩٧.٢١
٢٠١٥	٧٥٣٢	٥٠٢٠	٢٤٨	٢٠	٢١٣٤	٥٦.١	٩٨.٨٢
٢٠١٦	٧٠٦٧	٤٧٠٠	٢٧٢	٢٢	٢٠١٣	٥١.٦	٩٦.٥٣
٢٠١٧	٦٥١٦	٤٣٣٥	٢٣٨	١٠	١٨٥٥	٤٥.٥	٩٦.٥٩
٢٠١٨	٦٥٣٥	٤٣٣٩	٢٨٥	٢٣	١٨٦٩	٤٤.٧	٩٦.١٦
٢٠١٩	٦٥٤٠	٤٣٣٩	٢٩٤	٢٠	١٨٧٤	٤٣.٩	٩٥.٩٨
المتوسط	٨٠٤٢.٩٣٣	٥٦٠٠.٨٠	١٦٠.٣٣٣	١٩٦٧.٤٠	٦٨.٨٧٣	٩٨.٢٥	

(*) الاستهلاك الصافي هو صافي المنتاج للاستهلاك البشري بعد استبعاد الفاقد ونسبة معامل الاستخراج.

حيث: المنتاج للاستهلاك = الإنتاج المحلي + الواردات - (+ فرق المخزون) - الصادرات.

المصدر: وزارة الزراعة - قطاع الشئون الاقتصادية - نشرات الميزان الغذائي - إعداد مختلفة

٠٠١٥٥٧ ألف طن يمثل نحو ٣.٤٪ من متوسطه وأن هذا التناقض مؤكدًا معنوية من الناحية الإحصائية عند مستوى معنوية ٠٠٠١

ال الصادرات من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٣) بالجدول رقم (٢) أنها تتزايد سنويًا بما يقدر بنحو ٢١.٨٦٤ ألف طن يمثل نحو ١٣.٦٤٪ من متوسطها وأن هذه الزيادة مؤكدًا معنوية من الناحية الإحصائية عند مستوى معنوية ٠٠٠١، كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو ٩٠٪ من التغيرات في من الصادرات من الطماطم يرجع إلى العوامل التي يعكس أثرها عنصر الزمن.

جـ- تطور الصادرات من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

كما أوضحت البيانات الواردة بالجدول رقم (١) الصادرات من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥) حيث تراوحت بين حد أدنى بلغ نحو ٨ ألف طن عام ٢٠٠٦ وبمتوسط سنوي بلغ نحو ٢٩٤ ألف طن عام ٢٠١٩ و بمتوسط سنوي بلغ نحو ١٦٠.٣٣٣ ألف طن وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور

جدول رقم (٢): معدلات الاتجاه الزمني العام لتطور بعض المتغيرات الاقتصادية للطماطم في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

رقم المعادلة	البيان	المعادلة	ف	معدل التغير %	المتوسط (ألف طن)
(١) الاستهلاك المحلي (ألف طن)	ص ^٨ = ٩٥٩١٤٤٨ - ١٩٣٥٦٤ ** (٥٢٠٥ -) س ^{١٠}	٩٥٩١٤٤٨ = ص ^٨ + ١٩٣٥٦٤	٢٧٠٩٧	٠.٦٧	٨٠٤٢٩٣٣
(٢) الاستهلاك الصافي (ألف طن)	ص ^٨ = ١٩٤٥٥٧ - ٧١٥٧٢٥٧ ** (٨٦٠٣ -)	١٩٤٥٥٧ = ص ^٨ + ٧١٥٧٢٥٧	٧٤٠١٤	٠.٨٥	٥٦٠٠٨٠
(٣) الصادرات (ألف طن)	ص ^٨ = ٢١٨٦٤ + ١٤٥٨١ - ١١٨٦٤ ** (١١٠٨٨ -)	٢١٨٦٤ = ص ^٨ + ١٤٥٨١	١٢٢٩٣٨	٠.٩٠	١٦٠٣٣٣
(٤) الواردات (ألف طن)	ص ^٨ = ٦٨١٠ + ١٠٥٧ ** (١٥٦٤ -)	٦٨١٠ = ص ^٨ + ١٠٥٧	٢٤٤٥	٠.١٦	١٥٢٦٧
(٥) الفاقد (ألف طن)	ص ^٨ = ٣٥٥٤٣ + ١٦٨٣٠٥٧ ** (١٤٣٣ -)	٣٥٥٤٣ = ص ^٨ + ١٦٨٣٠٥٧	٢٠٠٤	٠.١٤	١٩٦٧٤٠
(٦) متوسط نصيب الفرد (كجم / سنة)	ص ^٨ = ٣٣٩٩٨ - ١٠٠٦٩٦ ** (١٣٨٩٣ -)	٣٣٩٩٨ = ص ^٨ + ١٠٠٦٩٦	١٩٣٠١٢	٠.٩٤	٦٨٨٧٣
(٧) الإكتفاء الذاتي %	ص ^٨ = ٠٢٩٥ - ١٠٠٦١٣ ** (٨٠٦٦ -)	٠٢٩٥ = ص ^٨ + ١٠٠٦١٣	٦٥٠٦٠	٠.٨٣	٩٨٢٥٤

(*) معنوي عند مستوى .٠٠٥ ، (**) معنوي عند مستوى .٠٠١ ، الأرقام بين الأقواس هي قيمة "ت" المحسوبة حيث ص = القيمة التقديرية للمتغير التابع في السنة هـ ، س = متغير الزمن ، هـ = ١، ٢، ٣،، ١٥
 معدل التغير = المتوسط الحسابي / معامل الانحدار $\times 100$
 المصدر: حسب من البيانات الواردة بالجداول رقم (١) بالبحث

لـ- تطور متوسط نصيب الفرد من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

كما أشارت البيانات الواردة بالجدول رقم (١) إلى تطور متوسط نصيب الفرد من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥) حيث تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٤٣.٩ كجم/سنه عام ٢٠١٩ وحد أقصى نحو ٩٥.١ كجم/سنه عام ٢٠٠٦ وبمتوسط سنوي بلغ نحو ٦٨.٨٧٣ كجم/سنه وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور متوسط نصيب الفرد من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد ثبت من مؤشرات المعادلة رقم (٢) بالجدول رقم (٢) أنه يتناقص سنويًا بما يقدر بنحو ٣.٩٩٨ كجم/سنه ويمثل نحو ٥٥.٨٠٪ من متوسطه وأن هذه التناقص مؤكد معنوياً من الناحية الإحصائية عند مستوى معنوية ٠٠١، كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو ٦٩٤٪ من التغيرات في متوسط نصيب الفرد من الطماطم يرجع إلى العوامل التي يعكس أثرها عنصر الزمن.

ن- تطور نسبة الاكتفاء الذاتي من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

كما يتضح من البيانات الواردة بالجدول المذكور أن نسبة الاقتاء الذاتي من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥) تراوحت بين حد أدنى بلغ نحو ٩٥.٩٨ % وحد أقصى بلغ نحو ٩٩.٩٣ % عام ٢٠٠٦ وبمتوسط سنوي بلغ ٩٨.٢٥٤ % وبدراسة الاتجاه الزمني العام للتطور نسبة الاقتاء الذاتي من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٧) بالجدول رقم (٢) أنها تتناقص سنويًا بنحو ٢٩٥ % وأن هذا التناقص مؤكد معنوياً من الناحية

د- تطور الواردات من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

وفيما يتعلّق بتطور الواردات من الطماطم بجمهوريّة مصر العربيّة خلال الفترة (٢٠٠٥-٢٠١٩) قد أوضحت البيانات الواردة بالجدول رقم (١) أنها تراوحت بين حد أدنى بلغ نحو ٢ ألف طن عام ٢٠٠٥ وحد أقصى بلغ نحو ٤٩ ألف طن عام ٢٠١١ وبمتوسط سنوي بلغ نحو ١٥٢٦٧ ألف طن ويدرسه الاتجاه الزمني العام لتطور الواردات من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبيّن من مؤشرات المعادلة رقم (٤) بالجدول رقم (٢) أنها تتراوّد سنويًا بما يقدّر بنحو ١٠٥٧ ألف طن يمثّل نحو ٦٩٢٪ من متوسطها وأن هذه الزيادة غير مؤكّدة معنوياً من الناحية الإحصائية

و- تطور الفاقد من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

وبدراسة مؤشرات الجدول رقم (١) يتضح أن الفاقد من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠٠٥-٢٠١٩) قد تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ١٠١٠ ألف طن عام ٢٠٠٥ وحد أقصى نحو ٢٥٥٣ ألف طن عام ٢٠٠٩ وبمتوسط سنوي بلغ نحو ١٩٦٧٤ ألف طن وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الفاقد من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٢) بالجدول رقم (٢) أنه يتزايد سنويًا بما يقدر بنحو ٣٥٥٤٣ طن يمثل نحو ١٨٪ من متوسطه وأن هذه الزيادة غير مؤكدة معنويًا من الناحية الإحصائية.

الإحصائية عند مستوى معنوية ٠٠١، كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو ٨٩٪ من التغيرات في سعر المنتج من الطماطم يرجع إلى العوامل التي يعكس أثرها عنصر الزمن.

- تطور سعر الجملة من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

أوضحت بيانات الجدول رقم (٣) أن سعر الجملة من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥) تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٧٦٨ جنيه/طن عام ٢٠٠٥ وحد أقصى نحو ٤٧٠٠ جنيه/طن عام ٢٠١٨ وبمتوسط بلغ نحو ٢٤٦٤.٨٠ جنيه/طن ودراسة الاتجاه الزمني العام لتطور سعر الجملة من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٤) بالجدول رقم (٤) أنه يتزايد سنويًا بما يقدر بنحو ٥٢٣ (٢٠١٩-٢٠٠٥) حيث تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٥٢٣ جنيه/طن عام ٢٠٠٥ وحد أقصى نحو ١٦٣٦ جنيه/طن عام ٢٠١٩ وبمتوسط بلغ نحو ١١٥٣.٤٦٧ جنيه/طن ودراسة الاتجاه الزمني العام لتطور سعر المنتج من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (١) بالجدول رقم (١) أنه يتزايد سنويًا بما يقدر بنحو ٨٨.٨٨٢ جنيه/طن يمثل نحو ٧٪ من متباينة وأن هذه الزيادة مؤكدة معنويًا من الناحية

الإحصائية عند مستوى معنوية ٠٠١، كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو ٨٣٪ من التغيرات في نسبة الاكتفاء الذاتي من الطماطم يرجع إلى العوامل التي يعكس أثرها عنصر الزمن.

ثانية: تطور المستويات السعرية للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

تطور أسعار المنتج والجملة والتجزئة للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

- تطور سعر المنتج من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (٣) إلى تطور سعر المنتج من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥) حيث تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٥٢٣ جنيه/طن عام ٢٠٠٥ وحد أقصى نحو ١٦٣٦ جنيه/طن عام ٢٠١٩ وبمتوسط بلغ نحو ١١٥٣.٤٦٧ جنيه/طن ودراسة الاتجاه الزمني العام لتطور سعر المنتج من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (١) بالجدول رقم (١) أنه يتزايد سنويًا بما يقدر بنحو ٨٨.٨٨٢ جنيه/طن يمثل نحو ٧٪ من متباينة وأن هذه الزيادة مؤكدة معنويًا من الناحية

جدول رقم (٣): تطور أسعار المنتج والجملة والتجزئة للطماطم جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

السنة	سعر المنتج* (جنيه/طن)	سعر الجملة (جنيه/طن)	سعر التجزئة (جنيه/طن)	تكليف الإنتاج*
٢٠٠٥	٥٢٣	٧٦٨	١٢٤٢	١٩٦
٢٠٠٦	٦٣٦	٧٧٠	١٦٩٩	٢٠١
٢٠٠٧	٦٠٢	٩٨٨	١٣٢٠	٢٠٩
٢٠٠٨	٨١١	١٤٣٣	١٩٥٣	٢١٩
٢٠٠٩	٦٥٣	١٠٠٠	١٥٣٠	٢٣٧
٢٠١٠	٩٣٣	١٧٦٠	٢٥٦٠	٢٦٦
٢٠١١	١٤٦٠	٢٩٧٠	٤٠٢٠	٢٧٤
٢٠١٢	١٣٠٣	٤٢٢٠	٥٠٦٠	٢٧٧
٢٠١٣	١٣١١	٢١٨٠	٣٤١٠	٢٩٦
٢٠١٤	١٣١٧	٢٧٠٠	٣٩٥٠	٣٣٣
٢٠١٥	١٣٤٤	٢٩٠٠	٤٢١٠	٣٦٠
٢٠١٦	١٤٠١	٢٨٢٠	٤١٢٠	٤٧٢
٢٠١٧	١٥٦٢	٤٦٠٠	٥٩٠٠	٥٠٣
٢٠١٨	١٦١٠	٤٧٠٠	٦٠٠٠	٦١٣
٢٠١٩	١٨٣٦	٣١٦٣	٤٤٦٠	٦٣٠
المتوسط	١١٥٣.٤٦٧	٢٤٦٤.٨٠	٣٤٢٨.٩٣٣	٣٣٩.٠٦٧

*متوسط عروض الطماطم الثلاثة

المصدر: جمعت وحسبت من:

- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء - النشرة السنوية لأسعار السلع الغذائية (منتج- جملة - تجزئة) أعداد مختلفة ، جدول رقم (١) بالملحق

سعر التجزئة للطن من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٣) بالجدول رقم (٤) أنه يتزايد سنويًا بما يقدر بنحو ١٢٤٢.٨٢١ جنيه/طن يمثل نحو ٩٪ من متباينة وأن هذه الزيادة مؤكدة من الناحية الإحصائية عند مستوى معنوية ٠٠١، كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو ٧٨٪ من التغيرات في سعر التجزئة من الطماطم يرجع إلى العوامل التي يعكس أثرها عنصر الزمن .

- تطور سعر التجزئة للطن من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

وبدراسة البيانات الواردة بالجدول رقم (٣) يتبيّن أن سعر التجزئة للطن من الطماطم بجمهورية مصر خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ١٢٤٢ جنيه/طن عام ٢٠٠٥ وحد أقصى نحو ٦٠٠٠ جنيه/طن عام ٢٠١٨ وبمتوسط بلغ نحو ٣٤٢٨.٩٣٣ جنيه/طن ودراسة الاتجاه الزمني العام لتطور

جدول رقم (٤): معدلات الاتجاه الزمني العام لتطور سعر المنتج والجملة والتجزئة والتكاليف للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠٠٥ - ٢٠١٩)

رقم المعادلة	المتغير التابع	المعادلة	المتوسط	ف	ر	معدل التغير
١	^٨ سعر المنتج (جنيه/طن)	$\text{ص}_\text{م} = ٤٤٢.٤١٠ + ٨٨.٨٨٢ \text{س}_\text{س} + ١٠.١٢٨$	١١٥٣.٤٦٧	**(١٠٢.٥٧١)	٠.٨٩	٧.٧١
٢	^٨ سعر الجملة (جنيه/طن)	$\text{ص}_\text{م} = ٦٥٤ + ٤٣.٥٧١ \text{س}_\text{س} - ٢٥٢.٦٥٤$	٢٤٦٤.٨٠	**(٣٠.٥٨٧)	٠.٧٠	١٠.٢٥
٣	^٨ سعر التجزئة (جنيه/طن)	$\text{ص}_\text{م} = ٣٢١.٨٢١ + ٨٥٤.٣٦٢ \text{س}_\text{s} - ٦.٩٠٣$	٣٤٢٨.٩٣٣	**(٤٧.٦٤٩)	٠.٧٨	٩.٣٨
٤	^٨ التكاليف (جنيه/طن)	$\text{ص}_\text{م} = ٣٣٩.٠٦٧ + ٣٠.٤١٨ \text{س}_\text{s} - ٩٥.٧٢٤$	٣٣٩.٠٦٧	**(٧٩.٨١٩)	٠.٨٦	٨.٩٧

(*) معنوي عند مستوى ٠٠٥ ، (** معنوي عند مستوى ٠٠١ ، ، الأرقام بين الأقواس هي قيمة "ت" المحسوبة حيث ص = القيمة التقديرية للمتغير التابع في السنة ه ، س = متغير الزمن ، ه = ١، ٢، ٣،، ١٥ ، م = متوسط الحسابي / معامل الانحدار X = ١٠٠)
المصدر: حسبت من البيانات الواردة بالجدول رقم (٥) بالدراسة

المستهلك الناتج عن تسويق طن من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (١) بالجدول رقم (٦) أنه يتناقص سنوياً بنحو ٠٠٨٣٠% يمثل نحو ٢٣١% من متوسطه السنوي وأن هذا التناقص مؤكّد معنوياً من الناحية الإحصائية عند مستوى معنوية ٠٠٥ ، كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو ٣٥% من التغيرات في نصيب المنتج من جنيه المستهلك للطماطم يرجع إلى العوامل التي يعكس أثراً لها عنصر الزمن.

نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك للطماطم خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

تبين مؤشرات الجدول رقم (٥) تطور نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك للطماطم في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥) حيث أوضحت أنه زاد من نحو ١٩.٧٣% عام ٢٠٠٥ إلى نحو ٢٩.٧٥% عام ٢٠١٩ بزيادة قدرت بنحو ١٠.٠٢% مقارنة بعام ٢٠٠٥ وقد بلغ نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك حده الأدنى بنحو ٧.٨٩% عام ٢٠٠٦ وحده الأقصى بنحو ٥٧.٦٥% عام ٢٠١٢ وبمتوسط بلغ نحو ٣٣.٥٧% خلال الفترة المذكورة ، وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٢) بالجدول رقم (٦) أنه يتزايد سنوياً بنحو ١٧.٤٩% يمثل نحو ٥٠.٢١% من متوسطه السنوي وأن هذه الزيادة مؤكّدة معنوياً من الناحية الإحصائية عند مستوى معنوية ٠٠٥ ، كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو ٣٧% من التغيرات في نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك للطماطم يرجع إلى العوامل التي يعكس أثراً لها عنصر الزمن.

- تطور تكاليف إنتاج الطن من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (٤) إلى أن تكاليف إنتاج الطن من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال (٢٠١٩-٢٠٠٥) تراوحت بين حد أدنى بلغ نحو ١٩٦ جنيه/طن عام ٢٠٠٥ وحد أقصى نحو ٦٣٠ جنيه/طن عام ٢٠١٩ وبمتوسط بلغ نحو ٣٣٩.٠٦٧ جنيه/طن وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور تكاليف الإنتاج من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٤) بالجدول رقم (٤) أنه يتزايد سنوياً بما يقدر بنحو ٤١٨ جنيه/طن يمثل نحو ٨.٩٧% من متوسطه وإن هذه الزيادة مؤكّدة معنوياً من الناحية الإحصائية عند مستوى معنوية ٠٠١ ، كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو ٦٦% من التغيرات في تكاليف إنتاج الطن من الطماطم يرجع إلى العوامل التي يعكس أثراً لها عنصر الزمن.

ثالثاً: المؤشرات التسويقية للطماطم في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

- تطور توزيع جنيه المستهلك للطماطم في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)
- تطور نصيب المنتج من جنيه المستهلك للطماطم في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

يوضح الجدول رقم (٥) تطور نصيب المنتج من جنيه المستهلك للطماطم في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥) حيث أوضح أنه انخفض من نحو ٤٢.١١% عام ٢٠١٩ إلى نحو ٤١.١٧% عام ٢٠٠٥ بنسبة انخفاض بلغت نحو ٠٩٤% مقارنة بعام ٢٠٠٥ وقد تراوحت نصيب المنتج من جنيه المستهلك الناتج عن تسويق طن من الطماطم حده الأدنى بنحو ٥٧.٧٥% عام ٢٠١٢ وحده الأقصى بنحو ٤٥.٦١% عام ٢٠٠٧ وبمتوسط بلغ نحو ٣٥.٩٩% خلال فترة الدراسة، وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور نصيب المنتج من جنيه

جدول رقم (٥): تطور توزيع جنيه المستهلك والهؤامش والكافاءة التسويقية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

السنوات	نسبة المنتج (%)	نسبة تاجر الجملة (%)	نسبة تاجر (%)	توزيع جنيه المستهلك								الهؤامش التسويقية	كافاءة التسويقية (%)	معامل الكفاءة التسويقية (%)	مجموع الفروق التسويقية
				تجزءه - منتج (%)	مطلق (%)	تجزءه - جمله (%)	مطلق (%)	تجزءه - منتج (%)	مطلق (%)	نسبة الوسطاء (%)	نسبة التجزئة (%)				
٢٠٠٥	٤٢.١١	١٩.٧٣	٣٨.١٦	٥٧.٨٩	٧١٩	٣٨.١٦	٤٧٤	٣١.٩٠	٢٤٥	٥٧.٨٩	٣٨.١٦	٢١.٤٢	٥٧.٨٩	٢١.٤٢	٧١٩
٢٠٠٦	٣٧.٤٣	٧.٨٩	٥٤.٦٨	٦٢.٥٧	١٠٦٣	٥٤.٦٨	٩٢٩	١٧.٤٠	١٣٤	٦٢.٥٧	٥٤.٦٨	١٦.٠٠	٦٢.٥٧	١٦.٠٠	١٠٦٣
٢٠٠٧	٤٥.٦١	٢٩.٢٤	٢٥.١٥	٥٤.٣٩	٧١٨	٢٥.١٥	٣٣٢	٣٩.٠٧	٣٨٦	٥٤.٣٩	٢٥.١٥	٢٢.٥٥	٥٤.٣٩	٢٢.٥٥	٧١٨
٢٠٠٨	٤١.٥٣	٣١.٨٥	٢٦.٦٢	٥٨.٤٧	١١٤٢	٢٦.٦٢	٥٢٠	٤٣.٤١	٦٢٢	٥٨.٤٧	٢٦.٦٢	١٦.٠٩	٥٨.٤٧	٥٨.٤٧	١١٤٢
٢٠٠٩	٤٢.٦٨	٢٢.٦٨	٣٤.٦٤	٣٤.٦٤	٨٧٧	٣٤.٦٤	٥٣٠	٣٤.٧٠	٣٤٧	٥٧.٣٢	٣٤.٦٤	٢١.٢٧	٥٧.٣٢	٥٧.٣٢	٨٧٧
٢٠١٠	٣٦.٤٥	٣٢.٣٠	٣١.٢٥	٣١.٢٥	١٦٢٧	٣١.٢٥	٨٠٠	٤٦.٩٩	٨٢٧	٦٣.٥٥	٣١.٢٥	١٤.٠٥	٦٣.٥٥	٦٣.٥٥	١٦٢٧
٢٠١١	٣٦.٣٢	٣٧.٥٦	٢٦.١٢	٢٦.١٢	٢٥٦٠	٢٦.١٢	١٠٥٠	٥٠.٨٤	١٥١٠	٦٣.٦٨	٢٦.١٢	٩.٦٧	٦٣.٦٨	٦٣.٦٨	٢٥٦٠
٢٠١٢	٢٥.٧٥	٥٧.٦٥	٢٩١٧	٦٩.١٢	٣٧٥٧	٦٩.١٢	٨٤٠	٧٤.٢٥	٧٤٢٥	٦٣.٦٠	٢٥.٧٥	٦.٨٧	٧٤.٢٥	٧٤.٢٥	٣٧٥٧
٢٠١٣	٣٨.٤٥	٣٦.٠٧	٨٦٩	٣٩.٨٦	٢٩٩	٣٩.٨٦	١٢٣٠	٣٦.٠٧	٢٠٩٩	٦١.٥٥	٣٦.٠٧	١٢.٣٦	٦١.٥٥	٦١.٥٥	٢٩٩
٢٠١٤	٣٣.٢٧	٣٥.٠٩	١٣٨٦	٥١.٣٣	٢٦٣٦	٥١.٣٣	١٢٥٠	٣١.٦٤	٢٦٣٦	٦٦.٧٣	٣١.٦٤	١١.٥٢	٦٦.٧٣	٦٦.٧٣	٢٦٣٦
٢٠١٥	٣١.٩٢	٣٦.٩٦	٦٨٠٨	٣١.١٢	٢٨٦٦	٣١.١٢	١٣١٠	٥٣.٦٥	١٠٥٦	٦٨.٠٨	٣١.١٢	١١.١٦	٦٨.٠٨	٦٨.٠٨	٢٨٦٦
٢٠١٦	٣٤.٠٠	٣١.٥٥	١٤١٩	٥٠.٣٢	٢٧١٩	٥٠.٣٢	١٣٠٠	٣١.٥٥	٢٧١٩	٦٦.٠٠	٣١.٥٥	١٤.٧٩	٦٦.٠٠	٦٦.٠٠	٢٧١٩
٢٠١٧	٢٦.٤٧	٥١.٤٩	٢٢٠٤	٦٦.٠٤	٤٣٣٨	٦٦.٠٤	١٣٠٠	٢٢.٠٤	٤٣٣٨	٧٣.٥٣	٢٢٠٤	١٠.٣٩	٧٣.٥٣	٧٣.٥٣	٤٣٣٨
٢٠١٨	٢٦.٨٣	٥١.٥	٧٣.١٧	٢١.٦٧	٤٣٩٠	٢١.٦٧	١٣٠٠	٦٥.٧٤	٣٠٩٠	٧٣.١٧	٢١.٦٧	١٢.٢٥	٧٣.١٧	٧٣.١٧	٤٣٩٠
٢٠١٩	٤١.١٧	٢٩.٧٥	٢٩٠٨	٢٩.٠٨	٢٦٢٤	٢٩.٠٨	١٢٩٧	٤١.٩٥	١٣٢٧	٥٨.٨٣	٢٩٠٨	١٩.٣٦	٥٨.٨٣	٥٨.٨٣	٢٦٢٤
المتوسط	٣٥.٩٩	٣٣.٥٧	٣٠.٤٣	٦٤.٠	٢٢٧٥.٦٧	٣٠.٤٣	٩٦٤.١٣	٤٦.٨٢	١٣١١.٥٣	٦٤.٠	٣٠.٤٣	١٤.٦٥	٦٤.٠	٦٤.٠	---

(١) = (سعر المنتج / سعر التجزئة) × ١٠٠

(٢) = (سعر الجملة - سعر المنتج) / سعر التجزئة × ١٠٠

(٣) = ((سعر التجزئة - سعر الجملة) / سعر التجزئة × ١٠٠)

١) الهؤامش التسويقية لتسويق الطماطم:

(٤) = (نسبة الوسطاء (%) / سعر التجزئة × ١٠٠)

(٥) = (سعر الجملة - سعر المنتج)

(٦) = (سعر التجزئة - سعر الجملة)

(٧) = (سعر التجزئة - سعر الجملة / سعر التجزئة × ١٠٠)

(٨) = (سعر التجزئة - سعر المنتج)

(٩) = (سعر التجزئة - سعر المنتج / سعر التجزئة × ١٠٠)

(١٠) = (سعر التجزئة - سعر المنتج) / سعر التجزئة × ١٠٠

المصدر: جمعت وحسبت من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء - النشرة السنوية لأسعار السلع الغذائية (منتج- جملة - تجزئة) أعداد مختلفة

جدول رقم (٦): معدلات الاتجاه الزمني العام لتطور توزيع جنيه المستهلك والهوامش والكافاءة التسويقية للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

رقم المعادلة	المؤشرات التسويقية	نصيب المنتج من جنيه المستهلك (%)	المعادلة	٢	ف	المتوسط	معدل التغير %
١	نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك (%)	$\text{ص}^{\text{١}}_{\text{ه}} = \frac{٤٢.٦٤٢ - ٨٣.٠}{٢.٦٥٩} \times ١٠٠$	$\text{ص}^{\text{١}}_{\text{ه}} = \frac{٨٣.٠ - ٤٢.٦٤٢}{٢.٦٥٩}$	٠.٣٥	* (٧.٠٧١)	٣٥.٩٩	٢.٣١
٢	نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك (%)	$\text{ص}^{\text{٢}}_{\text{ه}} = \frac{١٩.٥٨١ + ١٧.٧٤٩}{٢.٧٥٣} \times ١٠٠$	$\text{ص}^{\text{٢}}_{\text{ه}} = \frac{١٧.٧٤٩ + ١٩.٥٨١}{٢.٧٥٣}$	٠.٣٧	* (٧.٥٨١)	٣٣.٥٧٥	٥.٢١
٣	نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك (%)	$\text{ص}^{\text{٣}}_{\text{ه}} = \frac{٣٧.٧٧٧ - ٩١.٩}{٠.١٨٨٤} \times ١٠٠$	$\text{ص}^{\text{٣}}_{\text{ه}} = \frac{٩١.٩ - ٣٧.٧٧٧}{٠.١٨٨٤}$	٠.٢١	(٣.٥٤٩)	٣٠.٤٢٦	٣.٠٢
٤	نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك (%)	$\text{ص}^{\text{٤}}_{\text{ه}} = \frac{٥٧.٣٥٨ + ٨٣.٠}{٢.٦٥٩} \times ١٠٠$	$\text{ص}^{\text{٤}}_{\text{ه}} = \frac{٨٣.٠ + ٥٧.٣٥٨}{٢.٦٥٩}$	٠.٣٥	** (٧.٠٧١)	٦٤.٠٠	١.٣٠
٥	هوامش تسويقية مطلقة(جملة - منتج) (جنيه/طن)	$\text{ص}^{\text{٥}}_{\text{ه}} = \frac{١٦٣.٧٩٣ + ١.١٩٠}{٣.٨٦٣} \times ١٠٠$	$\text{ص}^{\text{٥}}_{\text{ه}} = \frac{١.١٩٠ + ١٦٣.٧٩٣}{٣.٨٦٣}$	٠.٥٣	** (١٤.٩٢٥)	١٣١١.٥٣٣	١٢.٤٩
٦	هوامش تسويقية نسبية (جملة - منتج) (%)	$\text{ص}^{\text{٦}}_{\text{ه}} = \frac{٢٠.٦٢ + ٣٠.٣٢٣}{٣.٢٠٤} \times ١٠٠$	$\text{ص}^{\text{٦}}_{\text{ه}} = \frac{٣٠.٣٢٣ + ٢٠.٦٢}{٣.٢٠٤}$	٠.٤٤	** (١٠.٢٦٤)	٤٦.٨٢١	٤.٤٠
٧	هوامش تسويقية مطلقة (تجزئة - جملة) (جنيه/طن)	$\text{ص}^{\text{٧}}_{\text{ه}} = \frac{٦٩.١٦٨ + ٤١٠.٧٩٠}{٦.١٦٥} \times ١٠٠$	$\text{ص}^{\text{٧}}_{\text{ه}} = \frac{٤١٠.٧٩٠ + ٦٩.١٦٨}{٦.١٦٥}$	٠.٧٥	** (٣٨.٠١)	٩٦٤.١٣٣	٧.١٧
٨	هوامش تسويقية نسبية (تجزئة - جملة) (%)	$\text{ص}^{\text{٨}}_{\text{ه}} = \frac{٣٧.٧٧٧ - ٩١.٩}{١.٨٨٤} \times ١٠٠$	$\text{ص}^{\text{٨}}_{\text{ه}} = \frac{٩١.٩ - ٣٧.٧٧٧}{١.٨٨٤}$	٠.٢١	(٣.٥٤٩)	٣٠.٤٢٦	٣.٠٢
٩	هوامش تسويقية مطلقة (تجزئة-منتج) (جنيه/طن)	$\text{ص}^{\text{٩}}_{\text{ه}} = \frac{٤١١.٩٨١ + ٢٣٢.٩٦١}{٥.٤٦٦} \times ١٠٠$	$\text{ص}^{\text{٩}}_{\text{ه}} = \frac{٢٣٢.٩٦١ + ٤١١.٩٨١}{٥.٤٦٦}$	٠.٧٠	** (٢٩.٨٧٣)	٢٢٧٥.٦٦٧	١٠.٢٤
١٠	هوامش تسويقية نسبية (تجزئة-منتج) (%)	$\text{ص}^{\text{١٠}}_{\text{ه}} = \frac{٨٣.٠ + ٥٧.٣٥٨}{٢.٦٥٩} \times ١٠٠$	$\text{ص}^{\text{١٠}}_{\text{ه}} = \frac{٥٧.٣٥٨ + ٨٣.٠}{٢.٦٥٩}$	٠.٣٥	* (٧.٠٧١)	٦٤.٠٠	١.٣٠
١١	الكافاءة التسويقية (%)	$\text{ص}^{\text{١١}}_{\text{ه}} = \frac{٤٨٤ - ١٨.٥٢٥}{١.٨٥١} \times ١٠٠$	$\text{ص}^{\text{١١}}_{\text{ه}} = \frac{١٨.٥٢٥ - ٤٨٤}{١.٨٥١}$	٠.٢١	(٣.٤٢٥)	١٤.٦٥٠	٣.٣٠

(*) معنوي عند مستوى ٠.٠٥ ، (**) معنوي عند مستوى ٠.٠١ ، الأرقام بين الأقواس هي قيمة "ت" المحسوبة حيث ص^٠ = القيمة التقديرية للمتغير التابع في السنة هـ ، س^٠ = متغير الزمن ، هـ = ١، ٢، ٣، ٤، ٥، ٦، ٧، ٨، ٩، ١٠، ١١، ١٢، ١٣، ١٤، ١٥ ، معدالت التغير = المتوسط الحسابي / معامل الانحدار X ١٠٠ المصدر: جمعت وحسبت من الجدول رقم (٥) بالبحث

حوالي ٣.٠% من متوسطة السنوي وأن هذا التناقص غير مؤكد معنويًا من الناحية الإحصائية.

نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك للطماطم خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

كما أوضحت البيانات الواردة بالجدول المذكور أن نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك في تسويق طن من الطماطم في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥) قد زاد من نحو ٥٧.٨٩% عام ٢٠٠٥ إلى نحو ٨٣.٠% عام ٢٠١٩ بزيادة قدرها نحو ٩٤% مقارنة بعام ٢٠٠٥ وقد تراوح نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك هذه الأدنى بنحو ٥٤.٣٩% عام ٢٠٠٥ وهذه الأقصى بنحو ٧٤.٢٥% عام ٢٠١٢ وبمتوسط بلغ نحو ٦٤.٠٠% خلال الفترة المذكورة، وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور نصيب التجزئة من جنيه المستهلك خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٤) بالجدول رقم (٤) أنه يتناقص بنحو ٩١٩% يمثل

نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك للطماطم خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

بدراسة البيانات الواردة بالجدول رقم (٥) يتضح أن نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك في تسويق طن من الطماطم في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥) قد انخفض من نحو ٣٨.١٦% عام ٢٠٠٥ إلى نحو ٢٩.٠٨% عام ٢٠١٩ وقد تراوح انخفاض قدره نحو ٩.٠٨% مقارنة بعام الأدنى بنحو ١٦.٦% عام ٢٠١٢ وهذه الأقصى بنحو ٤٦.٦% عام ٢٠٠٦ وبمتوسط بلغ نحو ٣٠.٤٢% خلال الفترة المذكورة، وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٣) بالجدول رقم (٦) أنه يتناقص بنحو ٩١٩% يمثل

جنيه/طن وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة وتاجر الجملة خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٧) بالجدول رقم (٦) أنه يتزايد سنويًا بما يقدر بنحو ٦٩.٦٦٨٪/طن يمثل نحو ١٧٪/٧٪ من متوسطه السنوي وأن هذه الزيادة مؤكدة معنوية من الناحية الإحصائية، كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو ٧٥٪ من التغيرات في الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة وتاجر الجملة يرجع إلى العوامل التي يعكس أثرها عنصر الزمن، في حين تبين أن الهامش التسويقي النسبي بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة للطماطم خلال نفس الفترة قد انخفض من نحو ٣٨.١٦٪ عام ٢٠٠٥ إلى نحو ٢٩.٠٨٪ عام ٢٠١٩ تمثل نحو ٩.٠٨٪ مقارنة بعام ٢٠٠٥ حيث بلغ حده الأدنى نحو ١٦.٦٠٪ عام ٢٠١٢ وحده الأقصى نحو ٥٤.٦٨٪ عام ٢٠٠٦ وبمتوسط بلغ نحو ٣٠.٤٢٦٪ خلال الفترة المذكورة، وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الهامش التسويقي النسبي بين مرحلتي تاجر التجزئة وتاجر الجملة خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٨) بالجدول رقم (٦) أنه يتناقض سنويًا بنحو ٩.١٩٪ يمثل نحو ٣٠.٢٪ من متوسطه السنوي وأن هذا التناقض غير مؤكدة معنوية من الناحية الإحصائي.

٣- الهامش التسويقي بين مرحلتي تاجر التجزئة والمنتج للطماطم خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (٥) إلى تطور الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة والمنتج للطماطم في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥) أنه ارتفع من نحو ٧١٩ جنيه/طن عام ٢٠٠٥ إلى نحو ٢٦٤٩٥٪ مقارنة بعام ٢٠١٩ وقد تراوح حده الأدنى نحو ٧١٨ جنيه/طن عام ٢٠٠٧ وحده الأقصى نحو ٤٣٩٠ جنيه/طن عام ٢٠١٨ وبمتوسط نحو ٢٢٧٥.٦٦٪ جنيه/طن وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة والمنتج خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٩) بالجدول رقم (٦) أنه يتزايد سنويًا بما يقدر بنحو ٢٣٢.٩٦٪ جنيه/طن يمثل نحو ١٠.٢٤٪ من متوسطه السنوي وأن هذه الزيادة مؤكدة معنوية من الناحية الإحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠١، كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو ٧٪ من التغيرات في الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة والمنتج للطماطم يرجع إلى العوامل التي يعكس أثرها عنصر الزمن، في حين تبين أن الهامش التسويقي النسبي بين تاجر التجزئة والمنتج للطماطم خلال نفس الفترة تبين أنه زاد من نحو ٥٧.٨٩٪ عام ٢٠٠٥ إلى نحو ٥٨.٨٣٪ عام ٢٠١٩ بزيادة قدرت بنحو ٠.٩٤٪ مقارنة بعام ٢٠٠٧ حيث بلغ حده الأدنى نحو ٥٤.٣٩٪ عام ٢٠٠٧ وحده الأقصى نحو ٧٤.٢٥٪ عام ٢٠١٢ وبمتوسط بلغ نحو ٦٤.٠٪ خلال الفترة المذكورة، وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الهامش التسويقي النسبي بين مرحلتي تاجر التجزئة والمنتج للطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (١٠) بالجدول رقم (٦) أنه يتزايد سنويًا بما يقدر بنحو ٠.٨٣٪ من متوسطه السنوي وأن هذه الزيادة مؤكدة معنوية من الناحية الإحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠٥، كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو ٣٥٪ من التغيرات في الهامش التسويقي النسبي بين مرحلتي تاجر التجزئة والمنتج للطماطم يرجع إلى العوامل التي يعكس أثرها عنصر الزمن، وبصورة مطلقة أو بصورة نسبية سواء كانت من المنتج إلى تاجر الجملة أو إلى تاجر التجزئة الأمر الذي يتوقف مع النتائج السابقة لارتفاع مؤشرات نصيب الوسطاء من جنيهه المستهلك وانخفاض نصيب المنتج من جنيهه المستهلك.

(٦) أنه يتزايد سنويًا بما يقدر بنحو ٨٣٠٪ يمثل نحو ١٣٠٪ من متوسطه السنوي وأن هذه الزيادة مؤكدة معنوية من الناحية الإحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠٥، كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو ٣٥٪ من التغيرات في نصيب الوسطاء من جنيهه المستهلك للطماطم يرجع إلى العوامل التي يعكس أثرها عنصر الزمن، ويتبين من العرض السابق لمؤشرات نصيب المنتج من جنيهه المستهلك ونصيب الوسطاء من جنيهه المستهلك انخفاض نصيب المنتج من جنيهه المستهلك أصلًا واتجاهه إلى الانخفاض بمدورة الزمن وارتفاع نصيب الوسطاء من جنيهه المستهلك للطماطم مع اتجاهه للارتفاع بمدورة الزمن وكذلك ارتفاع نصيب تاجر الجملة من جنيهه المستهلك بمدورة الزمن الذي قد يشير إلى وجود اتجاهات احتكارية في سوق الجملة لتجارة الطماطم.

ب- الهامش التسويقي للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

١- الهامش التسويقي بين مرحلتي تاجر الجملة والمنتج للطماطم خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

باستعراض البيانات الواردة بالجدول رقم (٥) يتبيّن أن الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر الجملة والمنتج الناتج عن تسويق طن من الطماطم في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥) تبين أنه ارتفع من نحو ٢٤٥ جنيه/طن عام ٢٠٠٥ إلى نحو ١٣٢٧ جنيه/طن عام ٢٠١٩ بزيادة قدرت بنحو ١٠٨٢ جنيه/طن مقارنة بعام ٢٠٠٦ وحده الأقصى نحو ٣٩٠ جنيه/طن عام ٢٠١٨ وبمتوسط نحو ١٣١١.٥٣٪ جنيه/طن وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر الجملة والمنتج خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٦) أنه يتزايد سنويًا بما يقدر بنحو ١٦٣.٧٩٪ جنيه/طن يمثل نحو ١٢٤.٩٪ من متوسطه السنوي وأن هذه الزيادة مؤكدة معنوية من الناحية الإحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠١، كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو ٣١.٩٪ من التغيرات في الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر الجملة والمنتج للطماطم يرجع إلى العوامل التي يعكس أثرها عنصر الزمن، في حين تبين أن الهامش التسويقي النسبي بين تاجر الجملة والمنتج للطماطم خلال نفس الفترة قد زاد من نحو ٤١.٩٪ عام ٢٠٠٥ بزيادة قدرت بنحو ١٧.٤٪ مقارنة بعام ٢٠٠٦ وقد تراوح حده الأدنى نحو ٦٩.١٢٪ عام ٢٠١٢ وبمتوسط نحو ٤٦.٨٢١٪ خلال الفترة المذكورة وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الهامش التسويقي النسبي بين مرحلتي تاجر الجملة والمنتج للطماطم خلال نفس الفترة قد زاد من نحو ٤١.٩٪ عام ٢٠٠٥ بزيادة قدرت بنحو ١٧.٤٪ مقارنة بعام ٢٠٠٦ وقد تراوح حده الأدنى نحو ٦٩.١٢٪ عام ٢٠١٢ وبمتوسط بلغ نحو ٤٦.٨٢١٪ خلال الفترة المذكورة وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الهامش التسويقي النسبي بين مرحلتي تاجر الجملة والمنتج للطماطم خلال نفس الفترة قد زاد من نحو ٤١.٩٪ عام ٢٠٠٥ بزيادة قدرت بنحو ١٧.٤٪ مقارنة بعام ٢٠٠٦ وقد تراوح حده الأدنى نحو ٦٩.١٢٪ عام ٢٠١٢ وبمتوسط بلغ نحو ٤٦.٨٢١٪ خلال الفترة المذكورة وأن هذه الزيادة مؤكدة معنوية من الناحية الإحصائية، كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو ٤٤٪ من التغيرات في الهامش التسويقي النسبي بين مرحلتي تاجر الجملة والمنتج للطماطم يرجع إلى العوامل التي يعكس أثرها عنصر الزمن.

٢- الهامش التسويقي بين مرحلتي تاجر التجزئة وتاجر الجملة للطماطم خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥)

يتتبّع من بيانات الجدول رقم (٥) أن الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة وتاجر الجملة للطماطم في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٠٥) قد ارتفع من نحو ٤٧٤ جنيه/طن عام ٢٠٠٥ إلى نحو ١٢٩٧ جنيه/طن عام ٢٠١٩ بزيادة قدرت بنحو ١٧٣.٦٪ مقارنة بعام ٢٠٠٧ وحده الأقصى نحو ٣٣٢ جنيه/طن عام ٢٠٠٧ وبمتوسط نحو ١٣١٠ جنيه/طن عام ٢٠١٥.

الجملة بنحو ١٢٥.٢٠ جنيه/طن تمثل نحو ٢٥.٥٤ % لارتفاع أسعار الوقود، يأتي بعد ذلك في المرتبة الثالثة تكلفة العبوات بنحو ١٠٥ جنيه/طن تمثل نحو ٢١.٤٢ % يليها في المرتبة الرابعة تكلفة التدريب والتغذية بنحو ٨٠ جنيه/طن تمثل نحو ١٦.٣٢ %، فيما يتعلق بالتكليف التسويقية على مستوى تاجر التجزئة (محلات التجزئة) قد بلغت نحو ٥٦٨.٠٢ جنيه/طن وجاء في مقدمة بنود هذه التكاليف في المرتبة الأولى تكلفة النقل خارج سوق الجملة بنحو ١٥١.٢٠ جنيه/طن تمثل نحو ٢٦.٦٢ % ثم يأتي في المرتبة الثانية تكلفة قيمة الفاقد من الطماطم أثناء البيع بنحو ١٦٨.٢٩ جنيه/طن تمثل نحو ٢٩.٦٣ % يليها في المرتبة الثالثة تكلفة إيجار محل التجزئة بنحو ١٢٤.٤٠ جنيه/طن تمثل نحو ١٩.٩٠ % يليها في المرتبة الرابعة كل من أجور عمال داخل سوق الجملة ورسوم الخروج من سوق الجملة بنحو ٣٥ جنيه/طن تمثل نحو ٦.٦٦ % لكل منها على التوالي. ثم يأتي بعد ذلك في المرتبة الخامسة تكلفة أجور عمال البيع داخل محلات التجزئة بنحو ٣١.٥ تمثل نحو ٥.٥٥ % وقد احتلت تكلفة العبوات المرتبة السادسة بنحو ١٧.٥ جنيه/طن تمثل نحو ٣.٠٨ وقد جاء في المرتبة السابعة تكلفة المصروفات الإدارية والتأمينيات بنحو ٥.١٣ جنيه/طن تمثل نحو ٩.٩٠ %، أما في حالة البيع للباعة المتجولين فقد بلغ متوسط التكاليف التسويقية ٢٥٧.٩٥ جنيه/طن وجاء في مقدمة بنود هذه التكاليف في المرتبة الأولى تكلفة قيمة الفاقد بنحو ٢٠١.٩٥ جنيه/طن تمثل نحو ٧٨.٨٩ % ثم يأتي في المرتبة الثانية تكلفة رسوم الخروج من السوق بنحو ٣٥ جنيه/طن تمثل نحو ١٣.٥٧ % يليها في المرتبة الثالثة والأخيرة تكلفة العبوات بنحو ٢١ جنيه/طن تمثل نحو ٨.١٤ %.

ج- أهم مؤشرات الكفاءة التسويقية للطماطم الشتوى في محافظة دمياط موسم ٢٠٢١ :

الكافأة التسويقية هي تعظيم النسبة بين المخرجات والمدخلات. حيث تشير المخرجات إلى دخل التسويق الناتج من رضاء المستهلك عن السلع والخدمات، كما تشير المدخلات إلى تكاليف العناصر المختلفة الداخلة في العمليات التسويقية كالعمل ورأس المال والإدارة.

١- توزيع جنيه المستهلك للطماطم الشتوى في محافظة دمياط موسم ٢٠٢١ :

- نصيب المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة والوسطاء من جنيه المستهلك للطماطم الشتوى بمحافظة دمياط موسم ٢٠٢١ توضح بيانات الجدول رقم (٨) أنه خلال البيع من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محلات التجزئة) قد بلغ متوسط نصيب المنتج من جنيه المستهلك للطماطم الشتوى من بعينة البحث الميدانية في محافظة دمياط موسم ٢٠٢١ حوالي ٢٠٢١ %، بينما بلغ متوسط نصيب كل من تاجر الجملة وتاجر التجزئة نحو ١٦.٦٣ %، %١٦.٩١ من جنيه المستهلك للطماطم الشتوى على الترتيب، في حين بلغ متوسط نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك للطماطم الشتوى حوالي ٦٨.٥٤ % بينما في حالة البيع من تاجر الجملة للباعة المتجولين فإن متوسط نصيب المنتج من جنيه المستهلك للطماطم الشتوى بعينة البحث الميدانية في محافظة دمياط موسم ٢٠٢١ بلغ حوالي ٤١.٢٦ % في حين بلغ متوسط نصيب كل من تاجر الجملة وتاجر التجزئة نحو ٢١.٨٠ %، %٣٦.٩٤ من جنيه المستهلك للطماطم الشتوى على الترتيب، في حين بلغ متوسط نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك للطماطم الشتوى حوالي ٥٨.٧٤ %.

٤- الكفاءة التسويقية للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٢٠) :

أوضحت مؤشرات الجدول رقم (٥) تطور الكفاءة التسويقية للطماطم خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٢٠) حيث انخفضت الكفاءة التسويقية للطماطم من نحو ٢٠٠٥ عام ٢١.٤٢ % إلى نحو ١٩.٣٦ % عام ٢٠١٩ بانخفاض بلغ نحو ٢٠٠٥ وقد بلغت الكفاءة التسويقية للطماطم خلال الفترة المذكورة حدها الأدنى نحو ٦.٨٧ % عام ٢٠١٢ وحدتها الأقصى نحو ٢٢.٥٥ % عام ٢٠٠٧ وبمتوسط بلغ نحو ١٤.٦٥ % الاتجاه الزمني العام لتطور الكفاءة التسويقية للطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (١١) بالجدول رقم (٦) أنها تتناقص سنويًا بما يقدر بنحو ٤.٨٤ % يمثل نحو ٣.٣٠ % من متوسطها السنوي وأن هذا التناقص غير مؤكد معنويًا من الناحية الإحصائية وقد يعزى الانخفاض في الكفاءة التسويقية للطماطم خلال فترة الدراسة إلى سرعة قابليتها للتلف وزيادة التقليبات السعرية التي تتعرض لها سنويًا علاوة على احتكار كبار التجار لتسويق الطماطم وخاصة في أسواق الجملة أووقات نقص الإنتاج منها الأمر الذي يؤدي إلى زيادة أرباح الوسطاء في العملية التسويقية وانخفاض سعر المنتج ومن ثم تتحفظ الكفاءة التسويقية لها، ويتوقف النتائج الخاصة بانخفاض الكفاءة التسويقية للطماطم مع النتائج السابق ذكرها من انخفاض نصيب المنتج من جنيه المستهلك، وكذلك ارتفاع الهامش التسويقية للطماطم بين المنتج وكل من تاجر الجملة وتاجر التجزئة.

رابعاً: اقتصadiات تسويق الطماطم الشتوى في عينة البحث الميدانية في محافظة دمياط موسم ٢٠٢١ :

- المسالك التسويقية للطماطم الشتوى بعينة البحث الميدانية لمحافظة دمياط موسم ٢٠٢١ :

يتبيّن من خلال بيانات العينة الميدانية والمقابلة الشخصية للمنتجين وتجار الجملة والتجزئة بمحافظة دمياط خلال تسويق الطماطم الشتوى أن المنتج يقوم بعمليات الجمع والفرز والتغذية والتعبئة والنقل لأسواق الجملة والتسيير لتاجر الجملة على أن يقوم تاجر الجملة بتحمل كافة تكاليف العمليات السابقة علاوة على أرباح يتحصل عليها تراوّح بين ١٠-٨ % من قيمة الطماطم ثم يقوم ببيعها أما تاجر التجزئة (محلات التجزئة) أو بيعها للبائعين المتجولين وهو يحصلون على النسبة الأكبر من الكميات المباعة أو يقوم ببيعها للقاطنين (الموزعين) الذين يقوم بدورهم لتحمل كافة التكاليف علاوة على حصولهم على أرباح تراوّح من ٨-١٠ % من قيمة الطماطم وهم بدورهم يوزعون الطماطم على محلات التجزئة التي تقوم ببيعها للمستهلك وهم يحصلون على نسبة قليلة من الكميات المباعة من تاجر الجملة.

ب - الأهمية النسبية لبنود التكاليف التسويقية للطماطم الشتوى بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم ٢٠٢١ :

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (٧) إلى أهم بنود التكاليف التسويقية للطماطم الشتوى بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم ٢٠٢١ حيث أوضحت مؤشراته أن متوسط التكاليف الإنتاجية لطن الطماطم الشتوى بمحافظة دمياط قد بلغ نحو ١٤٥٨.٠٨ جنيه/طن في حين بلغت التكاليف التسويقية للطن الباع من الطماطم الشتوى على مستوى تاجر الجملة نحو ٤٩٠.٢٠ جنيه/طن وقد احتلت تكلفة الجمع والفرز المرتبة الأولى بنحو ١٨٠ جنيه/طن تمثل نحو ٣٦.٧٢ % وذلك لارتفاع قيمة العمالة المطلوبة لها يليها في المرتبة الثانية تكلفة النقل لسوق

جدول رقم (٧): الأهمية النسبية لبعض التكاليف التسويقية للطماطم الشتوية بعينة الدراسة الميدانية في محافظة دمياط لموسم الإنتاج عام ٢٠٢١ (جنيه/لطن)

المسلك التسويقي لتاجر الجملة					%	القيمة	البيان
البيع للباعة المتوجلين		البيع لتاجر التجزئة					
%	القيمة	%	القيمة	البيان			متوسط التكاليف الإنتاجية
-	-	٢٦.٦٢	١٥١.٢٠	النقل خارج سوق الجملة		١٤٥٨.٠٨	(سعر البيع المزرعى)
-	-	٦.١٦	٣٥	أجور عمال		١٢٥٨.٣٠	جمع + فرز
٨.١٤	٢١	٣.٠٨	١٧.٥	uboats		٣٦.٧٢	١٨٠ تدريج وتعبئة
١٣.٥٧	٣٥	٦.١٦	٣٥	رسوم خروج من السوق		١٦.٣٢	٨٠ عبوات
-	-	٢١.٩٠	١٢٤.٤٠	إيجار محل التجزئة		٢٥.٥٤	١٢٥.٢٠
-	-	٥.٥٥	٣١.٥	أجور عمال بيع		٤٩٠.٢٠	ورسم ميزان التكاليف التسويقية
-	-	٠.٩٠	٥.١٣	مصاريف إدارية وتأمينات		-	لتجزئة الجملة
٧٨.٨٩	٢٠١.٩٥	٢٩.٦٣	١٦٨.٢٩	قيمة الفاقد من الطماطم		-	- عمولة تاجر جملة
١٠٠	٢٥٧.٩٥	١٠٠	٥٦٨.٠٢	التكليف التسويقي لتاجر التجزئة		١٧٤.٨٥	-
-	-	٣٠٥٠	-	سعر بيع تاجر التجزئة		١٩٢٣.٣٥	١٢٥٨.٣٠
المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استمرارات الاستبيان لعينة البحث الميدانية ٢٠٢١							

جدول (٨): توزيع نصيب جنيه المستهلك لعينة البحث الميدانية للطماطم الشتوية في محافظة دمياط موسم ٢٠٢١

المسلك التسويقي لتاجر الجملة	سعر الجملة	سعر المنتج	نسبة الوسطاء
١	٢	٣	٤
١ (%)	٢ (%)	٣ (%)	٤ (%)
٦٨.٥٤	٥١.٩١	١٦.٦٣	٣١.٤٦
٥٨.٧٤	٣٦.٩٤	٢١.٨٠	٤١.٢٦
			٤٠٠٠
			٣٠٥٠
نسبة المنتج (٤) = $\frac{١٠٠ \times ٣}{(١ - (٢ - (٣ \times ٤))}$ نصيب تاجر الجملة (٥) = $\frac{١٠٠ \times ٣}{(١ - (٢ - (٣ \times ٤))}$ نصيب تاجر التجزئة (٦) = $\frac{١٠٠ \times ٣}{(١ - (٢ - (٣ \times ٤))}$ نصيب الوسطاء (٧) = $\frac{١٠٠ \times ٣}{(١ - (٢ - (٣ \times ٤))}$			

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الجدول رقم (٧) بالبحث

النوعي بينهم قد بلغ حوالي ٦٨.٥٤% أما خلال المسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى الباعة المتوجلين فإن الهاشم التسويقي المطلق بين تاجر الجملة والمنتج من تسويق الطماطم الشتوية في عينة البحث الميدانية في محافظة دمياط موسم ٢٠٢١ بلغ حوالي ٦٦٥.٥٥ جنية/لطن، في حين أن الهاشم التسويقي النوعي بينهم قد بلغ حوالي ٣٤.٥٨%， كما يتبيّن من الجدول المذكور أن الهاشم التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة وتاجر الجملة للطماطم الشتوية بعينة البحث بلغ حوالي ١١٢٦.٦٥ جنية/لطن، في حين أن الهاشم التسويقي النوعي بينهم قد بلغ حوالي ٣٦.٩٤%， كما يتبيّن من الجدول المذكور أن الهاشم التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة والمنتج للطماطم الشتوية بلغ حوالي ١٧٩١.٧٠ جنية/لطن، والهاشم التسويقي النوعي بينهم قد بلغ حوالي ٥٨.٧٤% وقد يعزى انخفاض الهاشم التسويقي في المثلث التسويقي الثاني لأنخفاض التكاليف التسويقية علاوة على انخفاض سعر التجزئة مقارنة بالمسلك التسويقي الأول.

ـ الهاشم التسويقي للطماطم الشتوية بعينة البحث الميدانية في محافظة دمياط موسم ٢٠٢١ :
الهاشم التسويقي بين مرحلتي (تاجر الجملة والمنتج)، (تاجر التجزئة وتاجر الجملة)، (تاجر التجزئة والمنتج) للطماطم الشتوية بمحافظة دمياط موسم ٢٠٢١ قد أوضحت بيانات الجدول رقم (٩) أنه خلال المسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محلات التجزئة) فإن الهاشم التسويقي المطلق بين تاجر الجملة والمنتج من تسويق الطماطم الشتوية في عينة البحث الميدانية في محافظة دمياط موسم ٢٠٢١ بلغ حوالي ٦٦٥.٥٥ جنية/لطن، في حين تبيّن أن الهاشم التسويقي النوعي بينهم قد بلغ حوالي ٣٤.٥٨%， كما يتبيّن من الجدول المذكور أن الهاشم التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة وتاجر الجملة للطماطم الشتوية بعينة البحث بلغ حوالي ٢٠٧٦.٦٥ جنية/لطن، في حين تبيّن أن الهاشم التسويقي النوعي بينهم قد بلغ حوالي ٥١.٩١%， كما يتبيّن من الجدول المذكور أن الهاشم التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة والمنتج للطماطم الشتوية بلغ حوالي ٢٧٤١.٧٠ جنية/لطن، والهاشم التسويقي

جدول(٩): الهوامش التسويقية للطماطم الشتوى لعينة الدراسة الميدانية في محافظة دمياط خلال الموسم ٢٠٢١

الهوامش التسويقية

السلك التسويقي لتاجر الجملة	جملة - منتج	جزءة - جملة	جزءة - منتج	تجزئة - منتج
محلات التجزئة	٦٦٥٠٥	٣٤٥٨	٢٠٧٦٦٥	٥١٩١
الباعة المتوجلين	٦٦٥٠٥	٣٤٥٨	١١٢٦٦٥	٣٦٩٤
٥٨٧٤	١٧٩١٧٠	٢٧٤١٧٠	٦٨٥٤	٥٤١٣٢

الهوامش التسويقية لإنتاج الطماطم الصيفي:

$$1 - \text{جملة} - \text{منتج} (\text{مطلق}) = (\text{سعر الجملة} - \text{سعر المنتج})$$

$$2 - \text{جملة} - \text{منتج} (\text{نسبة}) = (\text{سعر الجملة} - \text{سعر المنتج}) / \text{سعر الجملة} \times 100$$

$$3 - \text{جزءة} - \text{جملة} (\text{مطلق}) = (\text{سعر التجزئة} - \text{سعر الجملة})$$

$$4 - \text{جزءة} - \text{جملة} (\text{نسبة}) = (\text{سعر التجزئة} - \text{سعر الجملة}) / \text{سعر التجزئة} \times 100$$

$$5 - \text{جزءة} - \text{منتج} (\text{مطلق}) = (\text{سعر التجزئة} - \text{سعر المنتج})$$

$$6 - \text{جزءة} - \text{منتج} (\text{نسبة}) = (\text{سعر التجزئة} - \text{سعر المنتج}) / \text{سعر التجزئة} \times 100$$

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الجدول (١٠) بالدراسة

٣- الكفاءة التسويقية للطماطم الشتوى لعينة البحث الميدانية في محافظة دمياط خلال عام ٢٠٢١ :

تبين من دراسة مؤشرات الجدول رقم (١٠) الكفاءة التسويقية للطماطم الشتوى من خلال عينة الدراسة الميدانية لمحافظة دمياط موسم ٢٠٢١، حيث أوضحت مؤشراته أن أرباح تاجر الجملة الناتجة عن بيع طن من الطماطم الشتوى بلغت نحو ١٧٤.٨٥ جنيهًا/طن لكل من السلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محلات تجزئة) والسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى الباعة المتوجلين، بينما بلغت أرباح تاجر التجزئة نحو ٨٦٨.٧٠ جنيه/طن لكل من السلك التسويقي من تاجر التجزئة (محلات تجزئة) والسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى الباعة المتوجلين على التوالي كما تبين من البيانات الواردة بالجدول المذكور أن أرباح الوسطاء الناتجة عن بيع طن من الطماطم الشتوى بلغت نحو ١٦٨٣.٤٨، ١٠٤٣.٥٥ جنيهًا/طن لكل من السلك التسويقي من تاجر التجزئة (محلات تجزئة) والسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى الباعة المتوجلين، مما سبق يتضح زيادة كل التكاليف التسويقية وأرباح الوسطاء بنحو ٦٣٩.٩٣، ٣١٠.٠٧ جنيه/طن

جدول(١٠): مؤشرات الكفاءة التسويقية للطماطم الشتوى بعينة البحث الميدانية في محافظة دمياط موسم ٢٠٢١ (جنيه/طن)

البيان	البيع من تاجر الجملة إلى محلات التجزئة	البيع من تاجر الجملة إلى الباعة المتوجلين	التكاليف الإنتاجية
	١٤٥٨٠٨	١٤٥٨٠٨	التكاليف التسويقية
	٧٤٨.١٥	١٠٥٨.٢٢	أرباح تاجر الجملة
	١٧٤.٨٥	١٧٤.٨٥	أرباح تاجر التجزئة
	٨٦٨.٧٠	١٥٠٨.٦٣	أرباح الوسطاء
	١٠٤٣.٥٥	١٦٨٣.٤٨	الهوامش التسويقية
	١٧٩١.٧٠	٢٧٤١.٧٠	الكفاءة التسويقية *
	٤٤.٨٧	٣٤.٧٢	

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الجدول (٩) بالدراسة

الكفاءة التسويقية للطماطم كالتالي:

$$\text{الكفاءة التسويقية} = \frac{\text{مجموع الفروق التسويقية}}{\text{مجموع الفروق التسويقية} + \text{تكلفة إنتاج الطن}} \times 100$$

المرتبة الأولى بنسبة ٤٢٪ يليها في المرتبة الثانية مشكلة زيادة كمية الفاقد في الطماطم خاصة في العروض الصيفية لارتفاع درجة الحرارة بنسبة ٢٠٪ ثم تأتي مشكلة ارتفاع التكاليف التسويقية وأرباح الوسطاء لصالح تاجر الجملة والتجزئة التي تصل إلى ٥٠٪ من سعر المستهلك في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت نحو ٦١٪ بينما تأتي مشكلة عدم توفر شتلات جيدة النمو مما يؤدي إلى موتها خلال مراحل النمو وبالتالي انخفاض الإنتاجية والإنتاج فينخفض العائد للمزارعين في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت نحو ٧٩٪ وب يأتي بعد ذلك في المرتبة الخامسة ارتفاع تكاليف النقل بنسبة بلغت نحو ٣٠٪ يليها في المرتبة السادسة تحكم كبار تجار الجملة والسماسرة في السعر وذلك بالتنسيق فيما بينهم على تحديد سعر المزارع مما يؤدي إلى انخفاض صافي العائد للمزارع بنسبة بلغت نحو ٨٪ بينما يأتي في المرتبة السابعة والأخيرة عدم توفر المعلومات التسويقية لدى الزراع عن الأسعار والكميات المعروضة بنسبة بلغت نحو ٨٪.

- مشاكل تسويق الطماطم الشتوى بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم ٢٠٢١:

تعدت وتتنوع المشاكل التي تواجه تسويق الطماطم الشتوى بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم ٢٠٢١ والتي قد تساعد على عدم تحقيق التسويق الكفاءة لتلك السلعة التي تتسم بارتفاع قابليتها للتلف الأمر الذي يتطلب سرعة أداء الوظائف التسويقية لها.

١- أهم المشكلات التي تواجه المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة للطماطم الشتوى بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم ٢٠٢١:

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (١١) إلى أهم المشاكل التسويقية للطماطم الشتوى من وجهة نظر المنتجين للطماطم الشتوى بعينة البحثية بمحافظة دمياط موسم ٢٠٢١ حول أهم المشاكل الإنتاجية والتسويقية ويمكن استعراض بعض المشاكل وفقاً للتكرار النسبي، فقد جاءت مشكلة ارتفاع تكاليف ومستلزمات الإنتاج خاصة المبيدات والأسمدة والتقاوى والأيدي العاملة في

جدول رقم (١١): التكرار النسبي لأراء المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة للطماطم الشتوى حول المشكلات الإنتاجية والتسويقية التي تواجههم بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم ٢٠٢١

المشاكل	النسبة (%)	النسبة (%)
أولاً: من وجهة نظر المنتج		
- عدم توفر شتلات جيدة النمو مما يؤدي إلى موتها خلال مراحل النمو وبالتالي انخفاض الإنتاجية والإنتاج فينخفض العائد للمزارعين.	١٢.٧٩	١١
- ارتفاع تكاليف ومستلزمات الإنتاج خاصة المبيدات والأسمدة والتقاوى والأيدي العاملة.	٤٢.٤٢	٢١
- عدم توفر المعلومات التسويقية لدى الزراع على الأسعار والكميات المعروضة.	٥.٨١	٥
- ارتفاع تكاليف النقل.	٩.٣٠	٨
- زيادة كمية الفاقد في الطماطم خاصة في العروض الصيفية لارتفاع درجة الحرارة.	٢٢.٩	١٩
- تحكم كبار تجار الجملة والسماسرة في السعر وذلك بالتنسيق فيما بينهم على تحديد سعر المزارع مما يؤدي إلى انخفاض صافي العائد للمزارع.	٧.٩٨	٦
- ارتفاع تكاليف التسويقية وأرباح الوسطاء لصالح تاجر الجملة والتجزئة التي تصل إلى ٥٠٪ من سعر المستهلك.	١٨.٦١	١٦
الإجمالي	١٠٠	٨٦
ثانياً: من وجهة نظر تاجر الجملة		
- عدم كفاءة وسائل النقل الحالية وارتفاع تكاليفها لبعد المسافة بين المزارع وسوق الجملة.	١٠٠	١١
الإجمالي	١٠٠	١١
من وجهة نظر تاجر التجزئة		
- قيام بعض المزارعين بتبغية الطماطم في العبوات بطريقة تظهر ثمار ذات جودة جيدة في الطبقات العليا والجوانب من العروض بينما الطبقات السفلية والداخلية توجد بها نوعيات غير جيدة أقل في مستوى جودتها مما يزيد من كمية الفاقد في الطماطم.	٣٩.٣٦	٣٧
- ارتفاع تكاليف عملية النقل.	١٥.٩٦	١٥
- تحكم تاجر الجملة في الأسعار والكميات.	٣٠.٨٥	٢٩
- عدم الدقة في عمليات الفرز والتدرج التي يقوم بها المزارعين	١٣.٨٣	١٣
الإجمالي	١٠٠	٩٤

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استimation الخاصة بالدراسة لموسم الإنتاج ٢٠٢١

بتبعية الطماطم في العبوات بطريقة تظهر ثمار ذات جودة جيدة في الطبقات العليا والجوانب من العبوة بينما الطبقات السفلية والداخلية توجد بها نوعيات غير جيدة أقل في مستوى جودتها مما يزيد من كمية الفاقد في الطماطم بنسبة بلغت نحو ٣٦٪ حيث احتلت مشكلة تحكم تاجر الجملة في الأسعار والكميات المرتبة الثانية بنسبة بلغت نحو ٣٥٪ ثم يأتي بعد ذلك في المرتبة الثالثة مشكلة ارتفاع تكاليف عملية النقل بنسبة بلغت نحو ١٦٪ يليها في المرتبة الرابعة والأخيرة مشكلة عدم الدقة في عمليات الفرز والتدرج التي يقوم بها المزارعين. بنسبة بلغت نحو ١٣٪.

كما يتضح من مؤشرات الجدول المذكور أراء بعض الباحثين من تاجر الجملة للطماطم الشتوى بعينة البحثية بالمحافظة موسم ٢٠٢١ حول أهم المشاكل الإنتاجية والتسويقية التي تواجههم فقد جاءت مشكلة عدم كفاءة وسائل النقل الحالية وارتفاع تكاليفها لبعد المسافة بين المزارع وسوق الجملة بنسبة ١٠٠٪.

كما تشير البيانات الواردة بالجدول نفسه إلى أهم أراء تاجر التجزئة حول أهم المشكلات التي تواجههم في تسويق الطماطم الشتوى بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم ٢٠٢١ جاءت في مقدمة تلك المشكلات مشكلة قيام بعض المزارعين

الثالثة والأخيرة تشجع التسويق التعاوني من خلال تعديل دور الجمعية التعاونية لتسويق الخضر بالمحافظة وذلك لخفض الأسعار بالنسبة للمستهلك مع رفع نصيب المنتج في نفس الوقت بالنسبة لنصيب الوسطاء بنسبة بلغت نحو ٢٢.٨٣٪.

كما أوضحت البيانات الواردة بالجدول المذكور التكرار النسي لآراء تجار الجملة للطماطم الشتوى لمفترحات التغلب على أهم المشاكل التسويقية التي تواجههم حيث احتلت آراءهم للتغلب على هذه المشاكل العمل على إنشاء مصانع لتصنيع وتعبئة الطماطم وذلك لخفض الفاقد منها بنسبة بلغت نحو ٥٨.٣٣٪. يليها تعديل دور الرقابة على البائعين للتجزئة من جانب الحكومة للحد من رفع الأسعار وجشع التجار بالنسبة للمستهلك بنسبة بلغت نحو ٤١.٦٧٪.

جدول رقم (١٢): التكرار النسي لمفترحات المنتجين وتاجر الجملة للتغلب على المشاكل التسويقية التي تواجههم بعينة الدراسة الميدانية للطماطم الشتوى بمحافظة دمياط موسم ٢٠٢١

		الحلول والمفترحات
		آراء المنتجين:
٣٢.٦١	٣٠	- الاعتماد على شتلات الطماطم المنتجة من خلال المراكز البحثية.
٤٤.٥٦	٤١	- تقديم دعم من الدولة للمزارعين خاصة لمستلزمات الإنتاج.
٢٢.٨٣	٢١	إدخال التسويق التعاوني من خلال تعديل دور الجمعية التعاونية لتسويق الخضر بالمحافظة وذلك لخفض الأسعار بالنسبة للمستهلك مع رفع نصيب المنتج في نفس الوقت بنسبة لنصيب الوسطاء.
١٠٠	٩٢	الإجمالي
		آراء تجار الجملة:
٥٨.٣٣	١٤	- العمل على إنشاء مصانع لتصنيع وتعبئة الطماطم وذلك لخفض الفاقد منها.
٤١.٦٧	١٠	- تعديل دور الرقابة على البائعين للتجزئة من جانب الحكومة للحد من رفع الأسعار وجشع التجار بالنسبة للمستهلك.
١٠٠	٢٤	الإجمالي
		آراء تجار التجزئة:
٤٧.٣٢	٥٣	- عدم قيام المشتري بعملية الفرز للطماطم عند الشراء لقليل نسبة الفاقد منها.
٣١.٢٥	٣٥	- تجنب نقل الطماطم أوقات الظهيرة والعمل على نقلها في الصباح الباكر حتى لا تؤدي الحرارة المرتفعة إلى زيادة نسبة التالف منها.
٢١.٤٣	٢٤	استخدام وسائل تعبئة مرتفعة الجودة للمحافظة على الطماطم من التلف وتقليل نسبة الفاقد منها علاوة على استخدام وسائل نقل حديثة للحد منه.
١٠٠	١١٢	الإجمالي

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استماراة الاستبيان الخاصة بالدراسة لموسم الإنتاج ٢٠٢١

- ٢- جميل عبد الحميد جاب الله (دكتور)، حامد عبد الشافي هدهد (دكتور) محاضرات في التسويق الزراعي، قسم الاقتصاد الزراعي بكلية الزراعة جامعة المنصورة ٢٠٠٣.
- ٣- زكريا أحمد عزام (دكتور)، عبد الباسط حسونة (دكتور)، مصطفى سعيد الشيخ (دكتور) التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق - دار المسيرة للنشر والتوزيع -الأردن - عمان ٢٠٠٩.
- ٤- الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار السلع الغذائية (منتج - جملة - تجزئة)، أعداد متفرقة.
- ٥- محافظة دمياط، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار.
- ٦- مديرية الزراعة بدمنياط - إدارة الشئون الزراعية - سجلات الإحصاء.
- ٧- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي - قطاع الشئون الاقتصادية - نشرات الإحصاءات الزراعية - أعداد مختلفة.
- ٨- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي - قطاع الشئون الاقتصادية - نشرة الميزان الغذائي - أعداد مختلفة
- ٩- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي - قطاع الشئون الاقتصادية - نشرة الأسعار المزرعية - أعداد مختلفة

كما تشير البيانات الواردة بالجدول نفسه إلى التكرار النسي لآراء تجار التجزئة للطماطم الشتوى حول أهم المفترحات للتغلب على مشاكلهم حيث أوضحت مؤشراته أن أهم المفترحات للتغلب على أهم مشاكلهم يأتي في مقدمتها عدم قيام المشتري بعملية الفرز للطماطم عند الشراء لقليل نسبة الفاقد منها بلغت نحو ٤٧.٣٢٪. يليها في المرتبة الثانية تجنب نقل الطماطم أوقات الظهيرة والعمل على نقلها في الصباح الباكر حتى لا تؤدي الحرارة المرتفعة إلى زيادة نسبة التالف منها بنسبة بلغت نحو ٣١.٢٥٪. يليها في المرتبة الأخيرة استخدام وسائل تعبئة مرتفعة الجودة للمحافظة على الطماطم من التلف وتقليل نسبة الفاقد منها بنسبة بلغت نحو ٢١.٤٣٪.

المراجع

- ١- انجليل اسكندر جرجس (دكتور) دراسة اقتصادية للكفاءة التسويقية للطماطم في مصر، مجلة المنصورة للعلوم الزراعية، كلية الزراعة، جامعة المنصورة، عدد (٤) ٢٠٠٧.

الملاحق**جدول رقم (١): تطور السعر المزروعى والتکاليف وصافى العائد لعروات الطماطم بجمهوريه مصر العربيه خلال الفترة (٢٠٠٥-٢٠١٩)**

العروة النيلي		العروة الشتوي				العروة الصيفي				العروات	
صافى العائد الفدانى	التکاليف / فدان (جنيه)	السعر المزروعى / طن (جنيه)	صافى العائد الفدانى	التکاليف / فدان (جنيه)	السعر المزروعى / طن (جنيه)	صافى العائد الفدانى	التکاليف / فدان (جنيه)	السعر المزروعى / طن (جنيه)	السنوات		
٨٤١٥	٢٦٢٢	٥٩٥	٥٢٧٣	٣٥٧٦	٤٦٧	٤٧٠٨	٣٦٩٦	٥٠٧	٢٠٠٥		
١١٠٤٩	٢٦٤٥	٧٩٥	٨٠٢٢	٣٥٢٠	٦٠٩	٤٤٢٢	٣٦٤٤	٥٠٥	٢٠٠٦		
٧٣٦٩	٢٧٧٥	٥٨١	٨١٤٠	٣٧١٠	٦٣٢	٥٣٦٣	٣٦٨٣	٥٩٤	٢٠٠٧		
٨٩٧٨	٣٦١٨	٧٢٧	١١٦٢٢	٣٩٦٠	٨٥٠	٩٥٩٤	٣١٢٤	٨٥٧	٢٠٠٨		
١٠٧٥٤	٣٦٤٥	٧٥٥	٦٦٦٢	٤٣١٨	٥٥٥	٦٧٠٠	٤٢٠٥	٦٤٨	٢٠٠٩		
١٠٤٤٢	٣٦٩٦	١٠٢٣	٩٦٦٤	٤٤٣٤	٧١٦	١٢٥٠٧	٤٤٨٥	١٠٦٠	٢٠١٠		
١٥٣٦٥	٣٨٠٥	١٢٢٠	٢٦٠٤٨	٤٤٩٩	١٧٣٩	١٧٧٣٠	٤٦٣٢	١٤٢٠	٢٠١١		
١٢٢٧٢	٣٩٧٤	٩٨٣	٢١٦٨٣	٤٨١٧	١٤٧٨	١٩٤٢٥	٤٨٦١	١٤٤٩	٢٠١٢		
١١٦٦٢	٤٥٩٤	٩٨٨	٢٢١٣٤	٥٠٠٦	١٤٨٨	١٨٨٩٨	٥٠٦٠	١٤٥٨	٢٠١٣		
١١٤٠٧	٤٩٩٥	٩٩٨	٢٠٩٩٤	٥٣٧٠	١٤٩٢	١٨٩٥٤	٥٥٢٥	١٤٦٢	٢٠١٤		
١١٠٥٥	٥٤٧٧	١٠١٩	٢١٩٤٧	٥٨٦٧	١٥٤٠	١٨٩٥١	٥٨٨٥	١٤٧٢	٢٠١٥		
١١٠٤٥	٦٧٤٤	١٠٢٩	١٩٥٤٢	٥٢٦٧	١٤٦٤	٢٠٧٥٣	٧٧٠٧	١٧٠٩	٢٠١٦		
١٣٠٨٣	٧٥٧٩	١٢١٦	٢٥٥٠١	٩٢٦٤	١٧٥٥	٢١٠٤٦	٨٨١٢	١٧١٥	٢٠١٧		
١٣٣٥٩	٨٨٩٨	١٣٢٩	٢١٠٣٣	١٠٧٠٥	١٧٥٨	١٩٩٩٧	١٠٣٢٤	١٧٤٣	٢٠١٨		
١٣٢٣١	٨٩٧٦	١٣٤١	٢٢١٥٤	١١٨٧١	١٨٣٦	٢١٠٧٣	١٠٥٦٠	١٧٦٠	٢٠١٩		
المتوسط		١١٢٩٩.٦٧	٤٩٣٦.٢٠	٩٧٣.٢٦٧	١٦٦٩٤.٦٠	٥٧٤٥.٦٠	١٢٢٥.٢٦٧	١٤٦٧٤.٧٣٣	٥٧٤٦.٩٣٣	١٢٢٣.٩٣٣	١٢٢٣.٩٣٣

المصدر جمعت وحسبت من:

- وزارة الزراعة - قطاع الشئون الاقتصادية - نشرة الإحصاءات الزراعية - أعداد مختلفة

- وزارة الزراعة - قطاع الشئون الاقتصادية - نشرة الأسعار المزرعية - أعداد مختلفة

Economical Study for All Marketing Sides of Winter Tomato in Damietta Governorate

Yasser Tawfik Ahmed Hamza and Emad El-deen Abdel Rahman Al Sherbiny
Agric. Econ. Res. Instit- Agric. Res. Center, Dokki, Egypt

Received: 21/11/2021

Abstract: The agricultural sector is considered one of the most important economical sectors in the national income. Specially, tomato which is regarded as an essential green crop, with its marketing occupying a large portion of the agricultural activity. The problem of marketing tomato poses a more difficulty than its production. This matter requires extensive searching and studying in order to cover all different marketing sides of tomato, focusing on the profit margin, the costs and marketing efficiency. The work in this paper investigates the efficiency of the economical marketing of tomato in the Arab Republic of Egypt and in Damietta during 2005-2019, while studying most of the problems facing both the producer and the merchant. This work also shows an increase in the exports and imports. Further, the yearly self sufficient rate has deacrease by 0.295% which is of a statistical significance. The study shows an increase in both the whole sale and retail prices of about 252.65, 321.8 pound/ton annually. In addition, the producer share has decreased by about 0.83%. In the mean time the consumer share has increased. The study also shows the index of marketing efficiency of tomatoes in the Arab Republic of Egypt decreasing annually by an estimated 0.48%. This decrease is not statistically significant which may be attributed to the speed of tomato rotting, the price fluctuations and the monopoly of major traders, controlling the parices. During the winter season in Damietta the whole saler to the retailer to street vender the share of the producer the whole saler and the intermediaries from one pound to the consumer amounted to about 41026 percent and 58.74 percent for each other. Simultaneously, during the field research sample in Damietta season 2021, it was found that the profits amounted to about 174.082 pounds/ton and 1508.63 pounds/ton for both wholesaler and the retail salesman, respectively. Further, in case of marketing behavior from the wholesaler to the street venders directly, the profits of both the retailer and the brokers amounted to about 868.70 pounds/ton, 1043.55 pounds/ton, respectively. In addition, the marketing efficiency has dropped by 34.72% and 44.87%, repectively for the above mentioned marketing roots. This can be attributed to the lack of well-grown seeds and the high costs of producer the transport. In conclusion, the work in this paper recommends encouraging cooperative marketing vegetables in Dammietta governorate to market tomatoes. This can be achieved by activating the role of the cooperative association for marketing vegetables in Dammietta. Further, marketing tomato from the producer to the consumer directly will shorten the loop of intermediaries by opening marketing outlets to reduce the monopoly posed by the whole salers to reduce the prices for the consumer.

Keywords: Marketing efficiency, price fluctuations, Damietta, tomatoes, winter season