

## دور التجارة الداخلية في توفير السلع والحد من ارتفاع الأسعار في ظل إستراتيجية الدولة في التوسع في المناطق اللوجستية

د/ سرحان احمد سرحان /د/ محمد مهني عبد التواب

معهد بحوث الاقتصاد الزراعي- مركز البحوث الزراعية

Received : 2 / 7 / 2021 ,

Accepted : 1 / 11 / 2021

### المستخلص

تعتبر التجارة الداخلية أحد أهم مكونات الاقتصاد القومي، حيث تشير إحصائيات وزارة التموين والتجارة الداخلية أنها تمثل نحو ١٧% من إجمالي الدخل القومي في عام ٢٠١٩، وتشهد مصر في الفترة الأخيرة توجهات للتوسع في المراكز اللوجستية، واستقطاب رؤوس الأموال للنهوض بهذا القطاع، وتكمن المشكلة البحثية في ارتفاع أسعار معظم السلع الزراعية، واعتمد البحث في تحقيق أهدافه على كل من التحليل الوصفي والكمي، واستخدم البيانات الثانوية المنشورة من العديد من الجهات. وقد تبين من النتائج البحثية أن جملة الهوامش التسويقية للبرتنال والبطاطس والقمح والأرز تزايدت سنويا بمعدل نمو بلغ نحو ١٠,٠٣%، ٧,٣٢%، ٣,٣١%، ٣,٦% خلال الفترة (٢٠٠٠ - ٢٠١٧)، وقد بلغت الأهمية النسبية لجملة هذه الهوامش من سعر المستهلك نحو ٦٠,٩%، ٧٢,٨٣%، ٣٧,٩٧%، ٤١,٨٦% لكل منها على الترتيب، واتضح تناقص نسبة جملة الهوامش من سعر المستهلك لكل من القمح والأرز سنويا بنحو ١,٥٢%، ١,٢٩%، في حين تزايدت نظيرتها لكل من البرتنال والبطاطس حيث بلغت نحو ١,٨٧%، ٠,٤٦% خلال نفس فترة الدراسة على الترتيب، مما يوضح ارتفاع إجمالي الهوامش التسويقية للمحاصيل التصديرية عن نظيرتها الاستيرادية، وانخفاضها بالنسبة للأرز وهذا يعني انه كلما استطاعت الدولة تخفيض الهوامش التسويقية يمكن أن يؤدي إلى انخفاض أسعار المستهلك، لذا يوصى البحث بتحديد أسعار بعض المحاصيل الاستيرادية مما يؤدي إلى التحكم في هوامشها التسويقية ومن ثم ينخفض نسبتها من سعر المستهلك، وتوفير الفرص الاستثمارية والمناخ الملائم لها للقطاع الخاص في إنشاء السلاسل التجارية، إضافة إلى إنشاء بورصات السلع الزراعية والتوسع في المراكز اللوجستية بالمحافظات مما سيؤدي إلى ضبط الأسعار من خلال توفير هذه السلع والحد من ارتفاع الأسعار.

**الكلمات المفتاحية:** الاقتصاد المصري، الهوامش التسويقية، التجارة الداخلية، المراكز اللوجستية.

### مقدمة:

تعتبر التجارة الداخلية احد أهم مكونات الاقتصاد القومي، حيث تشير الإحصائيات لوزارة التموين والتجارة الداخلية في عام ٢٠١٩، أنها تمثل ما يقارب نحو ١٧% من إجمالي الدخل القومي، وتشهد مصر في الفترة الأخيرة توجهات للتوسع في المراكز اللوجستية للتوسع في إنشاء المراكز التجارية والأسواق الحديثة لتطويع نمط التجارة الداخلية، واستقطاب رؤوس الأموال للنهوض بالقطاع، حيث من خطة الدولة المستقبلية أن يصل إسهام التجارة الداخلية إلى حوالي ٢١% من إجمالي الدخل القومي، كما أن هناك طفرة في تواجد السلاسل التجارية العربية والأجنبية بالمحافظات، وقد وضعت الحكومة خريطة استثمارية تجارية وحسب مجموعة من المؤشرات الاقتصادية مثل الكثافة السكانية والقوة الشرائية وحجم الاستهلاك للتعرف على الاحتياجات الفعلية لكل محافظة. كما تستهدف الدولة إنشاء بورصات سلعية وأسواق للجملة علاوة على تكوين شبكة متكاملة ومرتبطة مع بعضها البعض لوسائل النقل لتقليل التكاليف مما يخفف من الفاقد بنحو ٣٠%، وفقاً لما ذكرته وزارة التموين والتجارة الداخلية، ومن المتوقع أن المراكز اللوجستية بجانب ذلك سيعمل على خفض الأسعار بنسبة قد تصل إلى ٣٠% في مجال الخضار والفاكهة التي تعاني من سوء النقل

والتخزين. يضاف إلى ما سبق لابد من زيادة المتاح للاستهلاك مما سيكون له اثر إيجابي على انخفاض الأسعار (٩، ١٤).

وتختلف المحاصيل الزراعية من ناحية جملة الهوامش التسويقية ومدى تأثيرها على سعر المستهلك، فهناك تنوع في ذلك بين المحاصيل التصديرية والاستيرادية، أي مدى توافر وإتاحة السلعة الزراعية، كما ان هناك سياسات حكومية اتخذت في السنوات الأخيرة تتعلق بتحديد مساحة محصول الأرز ومنع تصديره لعدم تأثر كفاية الإنتاج بالطلب المحلي نتيجة ندرة المياه وإجبار الدولة على اتخاذ هذه السياسات، وبالتالي فان مدى توفر السلعة وإتاحتها هو المؤثر الرئيسي في سعرها، فكلما انخفض عدد الوسطاء وزاد المراكز اللوجستية والسلاسل التجارية التي تعرض السلعة سوف يؤدي ذلك إلى التحكم في أسعارها وبشكل متوازن لكل من المنتج والمستهلك (٤).

#### المشكلة البحثية:

تواجه مصر في السنوات الأخيرة ارتفاع في أسعار معظم المحاصيل الزراعية نتيجة تزايد عدد السكان وعدم قدرة الإنتاج المحلي على تغطية متطلبات السكان المتزايدة من ناحية، وتحرر سعر صرف الجنيه المصري من ناحية، أخرى، علاوة على تغير أسعار السلع والمنتجات الغذائية المستوردة، وغيرها من الأحداث والظروف الدولية الراهنة وايضاً الطارئة المؤثرة في أسعار الواردات من المحاصيل الغذائية الضرورية، مما يوضح أهمية دور التجارة الداخلية في توفير السلع والحد من ارتفاع الأسعار، لذا سعت الدولة في وضع خطط لتفعيل ذلك منها انشاء المراكز اللوجستية وتقييد حركة انتقال بعض المحاصيل أحياناً، كما حظرت تصدير أخرى في بعض السنوات مثل محصول الأرز، علاوة على دعم وتوفير فرص الاستثمارات الخاصة في انشاء السلاسل التجارية، كما عملت على وضع خطط لتقليل الفاقد من بعض المحاصيل وإتاحة كل الظروف لزيادة انتاجه مثل القمح، والذي تعتمد الدولة على سد معظم احتياجاتنا من الخارج، كما ان زيادة الصادرات من بعض المحاصيل مثل البرتقال والبطاطس قد يؤدي في بعض الأحيان الى ارتفاع اسعارهما المحلية، خاصة اذا كان الطلب الخارجي عليهما كبيراً.

ومن ثم تكمن مشكلة الدراسة في ارتفاع أسعار معظم السلع الزراعية ومن ثم يجب دراسة دور التجارة الداخلية في توفير السلع والحد من ارتفاع الأسعار، ومن ثم يتطلب الامر دراسة وتحليل الهوامش التسويقية واهميتها بالنسبة لسعر المستهلك ومدى تأثير ذلك في توفير السلع والحد من ارتفاع الأسعار، إضافة الى دراسة الموضوع الراهن والمستقبلي لخطة الدولة في التوسع في التجارة الداخلية كانشاء المناطق اللوجستية بالمحافظات ودعم وتسهيل الاستثمارات الخاصة بانشاء السلاسل التجارية.

#### الأهداف البحثية:

يستهدف البحث بصفة رئيسية دراسة وتحليل دور التجارة الداخلية في توفير السلع الزراعية والحد من ارتفاع الاسعار في مصر، من خلال دراسة وتحليل الهوامش التسويقية لاهم المحاصيل الزراعية المصرية، وتأثيرها على سعر المستهلك، وقد تم اختيار كل من محاصيل البرتقال والبطاطس، والقمح، والأرز، علاوة على دراسة وتحليل المؤشرات الإنتاجية والتسويقية لهذه المحاصيل، وذلك خلال الفترة الزمنية (٢٠٠٠-٢٠١٧) ووصولاً لتحقيق ذلك، فقد استهدف البحث عدة أهداف فرعية كآلاتي:

١] دراسة وتحليل المؤشرات الإنتاجية والتسويقية لاهم المحاصيل الزراعية المصرية والتي شملت كل من المحاصيل البرتقال والبطاطس والقمح والأرز وشملت هذه المؤشرات كل من السعر المزرعي والجملة والمستهلك علاوة على كمية وقيمة كل من الإنتاج والاستهلاك، إضافة إلى سعر التصدير لكل منها.

٢] الوقوف على جملة الهوامش التسويقية وأهميتها النسبية من سعر المستهلك لكل من المحاصيل البرتقال والبطاطس والقمح والأرز ومدى تطورها ونموها، والمقارنة بينها لمعرفة أكثر المحاصيل تأثيراً ومدى

قدرة السياسات المتعلقة بإنشاء المراكز اللوجستية والسلاسل التجارية في توفير وإتاحة المحصول وبأسعار مناسبة للمنتج والمستهلك والحد من ارتفاع الهوامش التسويقية التي تؤدي إلى ارتفاع الأسعار.

[٣] توضيح تطور إنشاء المناطق اللوجستية والسلاسل التجارية في مصر من خلال خطة الدولة والاستثمارات الخاصة المتعلقة بذلك، ودورها في توفير السلع والحد من ارتفاع الأسعار.

[٤] وضع اهم السبل والوسائل التي يمكن من خلالها تفعيل دور التجارة الداخلية في توفير السلع وزيادة المتاح للاستهلاك من كل من المحاصيل البرتقال والبطاطس والقمح والأرز في ظل توسع الدولة في إنشاء المراكز اللوجستية، ودعم الاستثمارات الخاصة في إنشاء السلاسل التجارية لتوفير وإتاحة السلع الزراعية.

#### مبررات اختيار محاصيل الدراسة:

اتساقاً مع هدف الدراسة، في محاولة التعرف على أهمية ودور التجارة الداخلية من خلال تقدير جملة الهوامش التسويقية في توفير السلع والحد من ارتفاع الأسعار، ونسبة هذه الهوامش من سعر المستهلك، تم اختيار محصولين تصديرين يتميزا بوجود فائض للتصدير وهما محصولي البرتقال والبطاطس، واختيار محصول تعاني مصر من وجود فجوة غذائية بين الإنتاج والاستهلاك وبالتالي تعتمد على الاستيراد في سد هذه الفجوة وهو محصول القمح، كما تم اختيار محصول اتخذت الحكومة بعض السياسات المتعلقة بالإنتاج والتصدير مثل قراراً بتحديد مساحته المزروعة وحظر تصديره وهو الأرز، ومن ثم هناك تنوع بين محاصيل الدراسة لمعرفة علاقة المؤشرات الإنتاجية والتسويقية بمدى قدرة الدولة على توفير هذه المحاصيل الزراعية بالسوق المحلي، والحد من ارتفاع أسعارها من خلال دعم وتوفير وسائل زيادة التجارة الداخلية وخاصة الحد من الوسطاء وتوفير الأسواق الداخلية الذي معهما وغيرها من العوامل سيكون هناك توفير للسلع والحد من الفاقد وتقليل من أضرار الوسطاء وغيرها من الممكنات المتاحة مثل توجه الدولة في إنشاء المراكز اللوجستية بالمحافظات ودعم وتسهيل الاستثمارات العامة والخاصة المتعلقة بإنشاء سلاسل تجارية متنوعة بغرض توفير وإتاحة السلعة للمستهلك وبأسعار عادلة لكل من المنتج والمستهلك.

#### الأسلوب البحثي:

اعتمد البحث في تحقيق أهدافه على كل من التحليل الوصفي والكمي، وذلك من خلال استخدام معادلات الاتجاه الزمني العام في التعرف على تطور ونمو المؤشرات الإنتاجية والتسويقية لكل من المحاصيل البرتقال والبطاطس والقمح والأرز في مصر، علاوة على المقاييس التي من شأنها قياس اثر الهوامش التسويقية على سعر المستهلك ودورها في التجارة الداخلية.

#### مصادر البيانات:

تعتمد الدراسة على البيانات الثانوية المنشوره من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ومنظمه الاغذية والزراعة "FAO"، والبنك الدولي، بالإضافة الى البيانات المنشوره على شبكة الاتصالات والمعلومات الدولية (الانترنت)، ووزارة الزراعة وغيرها من الجهات التي توفر بيانات عن موضوع الدراسة، علاوة على اهم ما نشر من أبحاث ودراسات سابقة عن موضوع الدراسة.

#### النتائج البحثية ومناقشتها:

#### (أ): المؤشرات الإنتاجية والتسويقية لأهم المحاصيل الزراعية في مصر:

يتناول هذا الجزء دراسة وتحليل المؤشرات الإنتاجية والتسويقية لأهم المحاصيل الزراعية في مصر والتي شملت كل من البرتقال والبطاطس والقمح والأرز، وقد تضمنت هذه المؤشرات كل من كمية وقيمة الإنتاج الاستهلاك، علاوة على السعر المزرعي والجملة والمستهلك، إضافة إلى سعر التصدير من هذه

المحاصيل وذلك خلال الفترة (٢٠٠٠ - ٢٠١٧)، كما في الجداول من رقم (١)، حتى جدول رقم (٤)، وذلك فيما يلي:

(أولاً): المؤشرات الإنتاجية والتسويقية للبرتقال في مصر:

(١): تطور كمية الإنتاج المصري من البرتقال:

اتضح ان متوسط كمية الإنتاج المصري من البرتقال خلال فترة الدراسة بلغ نحو ٢٣٨٧,٥٥ ألف طن، وتراوحت هذه الكمية بين حد أدنى بلغ نحو ١٦١١ ألف طن في عام ٢٠٠٠، وحد أقصى بلغ نحو ٣٣٥١ في عام ٢٠١٥، وتزايدت بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ١٠٨,٤٣ ألف طن، أي أنها تزايدت بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٤,٥٤%.

(٢): تطور قيمة الإنتاج المصري من البرتقال:

باستعراض تطور قيمة الإنتاج المحلي من البرتقال في مصر خلال فترة الدراسة، تبين أن متوسط هذه القيمة خلال هذه الفترة بلغ نحو ٣٥٥,٣٥ مليون جنيه، وتراوحت بين حد أدنى بلغ نحو ١٨٢,٣٦ مليون جنيه في عام ٢٠١٧، وحداً أقصى بلغ نحو ٤٦٢,٧٩ مليون جنيه في عام ٢٠٠١، كما تبين أنها تزايدت بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ١٨,٨٩١ مليون جنيه، أي أنها تزايدت بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٥,٣٢%.

(٣): تطور كمية الاستهلاك القومي من البرتقال:

بتحليل تطور كمية الاستهلاك القومي من البرتقال خلال فترة الدراسة تبين ان متوسط هذا الاستهلاك بلغ نحو ١٠٣٤,٢٢ ألف طن، وتراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٩٠٥ ألف طن في عام ٢٠٠٨، وحد أقصى بلغ نحو ١٢٤٦ ألف طن في عام ٢٠١٤. كما تبين تزايد هذه الكمية بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ٧,٥١ ألف طن، أي انه تزايد بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٠,٧٣%.

(٤): تطور قيمة الاستهلاك القومي من البرتقال:

بلغ متوسط قيمة الاستهلاك القومي من البرتقال خلال فترة الدراسة نحو ٩٣٦,٤٨ مليون جنية، وتراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٥٥٥,٣١ مليون جنية في عام ٢٠٠١، وحد أقصى بلغ نحو ١٣٠٩,٨٦ مليون جنية في عام ٢٠١٤. وتبين تزايد هذه القيمة بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بنحو ٣٩,٧٥ مليون جنية سنوياً، أي تزايدها بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٤,٢٤%.

(٥): تطور السعر المزرعي للبرتقال في مصر:

بدراسة وتحليل السعر المزرعي للبرتقال في مصر خلال فترة الدراسة تبين انه تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٥٣٥,٥ جنيه للطن في عام ٢٠٠١، وحد أقصى بلغ نحو ١١٩٥,٥٦ جنيه للطن في عام ٢٠١٧، وبمتوسط سنوي بلغ حوالي ٩٠٢,٦ جنيه للطن. كما تبين تزايد بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ٣٤,٤٧ جنيه للطن. أي بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٣,٨٢٥%.

(٦): تطور سعر الجملة للبرتقال في مصر:

اتضح من تحليل سعر الجملة للبرتقال في مصر خلال فترة الدراسة انه تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٧٥٦ جنيه للطن في عام ٢٠٠١، حد أقصى بلغ نحو ٣٥٦,٦٨ جنيه للطن في عام ٢٠١٣، وبمتوسط سنوي بلغ نحو ٢٠٨٦,٧٨ جنيه للطن. كما تبين تزايد بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ١٣٧,٤ جنيه للطن، أي بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٨,٣١%.

(٧): تطور سعر المستهلك للبرتقال المصري:

تبين من دراسة تطور سعر المستهلك للبرتقال في مصر خلال فترة الدراسة، انه تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ١٠٥٤ جنيه للطن في عام ٢٠٠١، وحد أقصى بلغ نحو ٤٥٥٠ جنيه للطن في عام ٢٠١٣، وبمتوسط

سنوي بلغ نحو ٢٧١٢,٤٤ جنيه للطن. كما اتضح تزايد بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ٢١٥,٨٢ جنيه للطن، أي تزايد بمعدل سنوي بلغ نحو ٧,٩٦%.

(٨): تطور سعر التصدير المصري للبرتقال:

باستعراض تطور سعر التصدير للبرتقال المصري خلال فترة الدراسة، تبين أن متوسطه ا بلغ نحو ٣٨٧,٧٣ دولار للطن، وتراوح بين حد أدنى بلغ نحو ١٩٦,٣١ دولار للطن في عام ٢٠٠١، وحد أقصى بلغ نحو ٦٠٢,٢ دولار للطن في عام ٢٠٠٩، كما انه تبين تزايد هذه الفترة بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ١٧,٠٤٧ دولار للطن، أي انه تزايد بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٤,٤%.

جدول رقم (١): تطور المؤشرات الإنتاجية والتسويقية للبرتقال في مصر خلال الفترة (٢٠٠٠ - ٢٠١٧)

البيان السنوات	كمية الإنتاج (ألف/طن)	قيمة الإنتاج (مليون جنيه)	كمية الاستهلاك القومي (الف/طن)	قيمة الاستهلاك القومي (مليون جنيه)	السعر المزرعي (جنية/طن)	سعر الجملة (جنية/طن)	سعر المستهلك (جنية/طن)	سعر التصدير (دولار للطن)
2000	1611	463	975	587	603	842	1112	212
2001	1696	426	1037	555	536	756	1054	196
2002	1809	400	1060	701	662	934	1266	209
2003	1768	300	1004	717	714	1006	1376	234
2004	1850	298	1023	782	764	1230	1668	299
2005	1940	329	1063	905	851	1230	1644	350
2006	2120	359	1124	983	874	1232	1736	230
2007	2055	357	1091	956	876	1555	2150	363
2008	2138	379	905	813	898	2309	2900	598
2009	2372	435	920	848	922	2390	3050	602
2010	2401	424	966	934	967	2610	3330	598
2011	2578	437	938	957	1021	2660	3440	516
2012	2786	457	987	1013	1027	3210	4140	343
2013	2855	414	969	1014	1046	3560	4550	443
2014	3136	442	1246	1310	1051	2920	3670	538
2015	3351	438	1176	1269	1079	2170	2860	343
2016	3201	288	1064	1235	1161	3387	4331	370
2017	3309	182	1068	1277	1196	3561	4547	533
المتوسط	2388	374	1034	936	903	2087	2712	388
مقدار التغير السنوي	108.425	18.891	7.514	39.747	34.465	173.401	213.816	17.047
معدل التغير السنوي %	4.54*	5.32*	0.73*	4.24*	3.82*	8.31*	7.96*	4.4*

\* معنوي عند (٠,٠١).

المصدر: جمعت وحسبت من:

١- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة الاقتصاد الزراعي، أعداد مختلفة للفترة (٢٠٠٠ - ٢٠١٧).

٢- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار الموارد والمنتجات الغذائية والخدمات، أعداد مختلفة للفترة (٢٠٠٠ - ٢٠١٧).

ثانياً: المؤشرات الإنتاجية والاقتصادية للبطاطس في مصر:

(١): تطور كمية الإنتاج المصري من البطاطس:

بلغ متوسط كمية الإنتاج المصري من البطاطس خلال فترة الدراسة نحو ٣٤١٧,٠٧ ألف طن، وتراوح هذه الكمية المنتجة بين حد أدنى بلغ نحو ١٧٧٨,٩ ألف طن في عام ٢٠٠٠، وحد أقصى نحو ٥١٤٦,٠٦ ألف طن في عام ٢٠١٧، وتبين انه تتزايد بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ٢٠٣,٤١١ ألف طن، أي أنها تتزايد بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٥,٩٥%.

(٢): تطور قيمة الإنتاج المصري من البطاطس:

بلغ متوسط قيمة الإنتاج المصري من البطاطس خلال فترة الدراسة نحو ٣,٩١٥ مليار جنيه، وتراوح بين حد أدنى بلغ نحو ١,٠٩٥ مليار جنيه في عام ٢٠٠٠، وحد أقصى بلغ نحو ٧,٧٥٨ مليار جنيه في عام

## دور التجارة الداخلية في توفير السلع والحد من ارتفاع الأسعار في ظل إستراتيجية الدولة في التوسع في المناطق اللوجستية

٢٠١٧، واتضح تزايد هذه القيمة بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ٣٩٧,١٩ مليون جنية، أي أنها تزايدت بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٩,٨٩%.

### (٣): تطور كمية الاستهلاك القومي من البطاطس:

بتحليل تطور الاستهلاك القومي من البطاطس خلال فترة الدراسة تبين ان متوسط هذا الاستهلاك في هذه الفترة بلغ نحو ٣١٤٢ ألف طن، وتراوح بين حد أدنى بلغ نحو ١٦٧٤ ألف طن في عام ٢٠٠٠، وحد أقصى بلغ نحو ٤٧٧٤ ألف طن في عام ٢٠١٧، وتبين تزايدها سنوياً بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ١٩٢,٠٢٧ ألف طن، أي أنها تتزايد سنوياً بمعدل نمو بلغ نحو ٦,١١%.

### (٤): تطور قيمة الاستهلاك القومي من البطاطس:

تراوحت قيمة الاستهلاك القومي من البطاطس في مصر خلال فترة الدراسة بين حد أدنى بلغ نحو ٩٩٧ مليون جنية في عام ٢٠٠٠، وحد أقصى بلغ نحو ٧١٩٨ مليون جنية في عام ٢٠١٧، وبمتوسط سنوي بلغ نحو ٣٦٢٧ مليون جنية، واتضح تزايد هذه القيمة بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ٣٥٨,٥٦ مليون جنية، أي أنها تزايدت بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٩,٨٩%.

### (٥): تطور السعر المزرعي للبطاطس في مصر:

بدراسة وتحليل تطور السعر المزرعي للبطاطس في مصر خلال فترة الدراسة تبين انه تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٥٩٥,٤٥ جنية للطن في عام ٢٠٠٠، وحد أقصى بلغ نحو ١٥٢١ جنية للطن في عام ٢٠١٧، وبمتوسط سنوي بلغ نحو ١٠٦١ جنية للطن، كما تبين تزايد بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ٥٢,٨١٨ جنية للطن، أي انه تزايد بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٤,٩٨%.

### جدول رقم (٢): تطور المؤشرات الإنتاجية والتسويقية للبطاطس في مصر خلال الفترة (٢٠٠٠ - ٢٠١٧)

البيان السنوات	كمية الإنتاج (ألف/طن)	قيمة الإنتاج (مليون جنية)	كمية الاستهلاك القومي (ألف/طن)	قيمة الاستهلاك القومي (مليون جنية)	السعر المزرعي (جنية/طن)	سعر الجملة (جنية/طن)	سعر المستهلك (جنية/طن)	سعر التصدير (دولار للطن)
2000	1779	1059	1674	997	595	697	1944	115
2001	1876	1178	1752	1100	628	735	2050	124
2002	1985	1263	1811	1152	636	724	1990	162
2003	2039	1462	1812	1299	717	1075	2660	172
2004	2547	1772	2189	1524	696	1148	2810	211
2005	3167	2198	2848	1977	694	853	2250	221
2006	2313	1984	2004	1719	858	1209	3130	197
2007	2760	3346	2439	2956	1212	1473	3790	302
2008	3567	4341	3282	3994	1217	1558	3990	439
2009	3659	4863	3503	4655	1329	1960	4620	676
2010	3634	4888	3387	4556	1345	2370	5250	436
2011	4330	6587	4367	6642	1521	3400	5700	393
2012	4758	5543	4471	5209	1165	4060	5620	428
2013	4265	5041	4585	5419	1182	4500	5700	479
2014	4611	5501	2684	3202	1193	3280	4580	477
2015	4955	5872	4390	5202	1185	3250	4540	367
2016	4113	5816	4582	6479	1414	4168	6050	355
2017	5146	7759	4774	7198	1508	4426	6317	532
المتوسط	3417	3915	3142	3627	1061	2271	4055	338
مقدار التغير السنوي	203.411	387.191	192.027	358.555	52.818	246.281	264.263	22.758
معدل التغير السنوي %	5.95*	9.89*	6.11*	9.89*	4.98*	10.84*	6.52*	6.68*

\* معنوي عند (٠,٠١).

المصدر: جمعت وحسبت من:

١- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة الاقتصاد الزراعي، أعداد مختلفة للفترة (٢٠٠٠ -

٢٠١٧).

٢- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار الموارد والمنتجات الغذائية والخدمات، أعداد مختلفة للفترة (٢٠٠٠ - ٢٠١٧).

## (٦): تطور سعر الجملة للبطاطس في مصر:

تراوح سعر الجملة للبطاطس في مصر خلال فترة الدراسة بين حد أدنى بلغ نحو ٦٩٦,٩١ جنيه للطن في عام ٢٠٠٠، وحد أقصى بلغ نحو ٤٥٠٠ جنيه للطن في عام ٢٠١٢، وبمتوسط سنوي بلغ نحو ٢٢٧١ جنيه للطن، كما اتضح تزايد بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ٢٤٦,٢٨١ جنيه للطن، أي انه تزايد بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ١٠,٨٤%.

## (٧): تطور سعر التجزئة للبطاطس في مصر:

بدراسة وتحليل تطور سعر التجزئة للبطاطس في مصر خلال فترة الدراسة تبين انه تراوح بين حدين، الأدنى وقد بلغ نحو ١٩٤٣,٧٦ جنيه للطن في عام ٢٠٠٠، والأقصى وقد بلغ نحو ٦٣١٧,٢٥ جنيه للطن في عام ٢٠١٧، وبمتوسط سنوي بلغ نحو ٤٠٥٥ جنيه للطن، كما تبين تزايد بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ٢٦٤,٢٦٣ جنيه للطن، أي انه يتزايد سنوياً بمعدل نمو سنوي يبلغ نحو ٦,٥٣%.

## (٨): تطور سعر التصدير المصري للبطاطس:

تراوحت قيمة سعر التصدير المصري للبطاطس خلال فترة الدراسة بين حد أدنى بلغ نحو ١١٤,٧١ دولار للطن في عام ٢٠٠٠، وحد أقصى بلغ نحو ٦٧٦,٤٧ دولار للطن في عام ٢٠٠٩، وبمتوسط سنوي بلغ نحو ٥٣١,٦٥ دولار للطن، وتبين تزايد بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بنحو ٢٢,٥٨ دولار للطن، أي انه تزايد بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٦,٦%.

## ثالثاً: المؤشرات الإنتاجية والتسويقية للقمح في مصر:

## (١): تطور كمية الإنتاج المصري للقمح:

تراوح كمية الإنتاج المصري من القمح خلال فترة الدراسة بين حدين، الأدنى وقد بلغ نحو ٦٢٩١ ألف طن في عام ٢٠٠١، والأقصى وقد بلغ ٩٦٠٨ ألف طن في عام ٢٠١٥، وقد بلغ متوسطه السنوي خلال هذه الفترة الزمنية نحو ٨٠٠٣,١١ ألف طن، واتضح تزايدها بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ١٧٦,٠٤٥ ألف طن، أي أنها تزايدت بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٢,٢٥%.

## (٢): تطور قيمة الإنتاج المصري من القمح:

بلغ متوسط قيمة الإنتاج المصري من القمح خلال فترة الدراسة نحو ١٥,٠٨٧ مليار جنيه، وتراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٤,٤٠٣ مليار جنيه في عام ٢٠٠١، وحد أقصى بلغ نحو ٣٠,٦٤٤ مليار جنيه في عام ٢٠١٧، واتضح تزايدها بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بنحو ١,٦٢٢ مليار جنيه، أي تزايدها بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ١٠,٧٥%.

## (٣): تطور كمية الاستهلاك القومي:

بلغ متوسط كمية الاستهلاك القومي المصري خلال فترة الدراسة نحو ١٤,٥٦٧ مليون طن، وتراوحت كمية الاستهلاك القومي من المحصول بين حد أدنى بلغ نحو ٩,٠٧٣ مليون طن في عام ٢٠٠١، وحد أقصى بلغ نحو ١٨٢.١٨ مليون طن في عام ٢٠١٠، وتبين تزايد هذه الكمية بمقدار سنوي معنوي إحصائياً يقدر بنحو ٥٠٦,١٥٤ ألف طن، أي أنها تزايدت بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٣,٤٧%.

## (٤): تطور قيمة الاستهلاك القومي:

بلغ متوسط الاستهلاك القومي من القمح في مصر خلال فترة الدراسة نحو ٤٤,٣٦٦ مليار جنيه، وتراوحت هذه القيمة بين حد أدنى بلغ نحو ١٢,٤٣٧ مليار جنيه في عام ٢٠٠٣، وحد أقصى بلغ نحو ٧٨,٦٩٨ مليار جنيه في عام ٢٠١٧، وتبين تزايدها بمقدار سنوي ثبت معنويته الإحصائية بنحو ٤,٢٧٣ مليار جنيه، أي أنها تزايدت بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٩,٦٣%.

(٥): تطور السعر المزرعي للقمح في مصر:

تراوح السعر المزرعي للقمح في مصر خلال فترة الدراسة بين حد أدنى بلغ نحو ٦٩٣,٣ جنيه للطن عام ٢٠٠٠، وحد أقصى بلغ نحو ٣٦٣٩ جنيه للطن في عام ٢٠١٧، وبمتوسط سنوي بلغ نحو ١٧٨٩,٤٩ جنيه، وتبين انه يتزايد بمقدار سنوي معنوي إحصائياً يقدر بنحو ١٦٥,٣٤ جنيه للطن، أي انه يتزايد بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٩,١٣%.

جدول رقم (٣): تطور المؤشرات الإنتاجية والتسويقية للقمح في مصر خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠٠٠)

البيان السنوات	كمية الإنتاج (الف/طن)	قيمة الإنتاج (مليون جنيه)	كمية الاستهلاك القومي (الف/طن)	قيمه الاستهلاك القومي (مليون جنيه)	السعر المزرعي (جنية/طن)	سعر الجملة (جنية/طن)	سعر المستهلك (جنية/طن)	سعر التصدير (دولار للطن)
2000	6564	4551	10866	15430	693	797	1420	261
2001	6291	4404	9073	13065	700	1290	1440	200
2002	6625	4770	11156	16511	720	1188	1480	228
2003	6650	4775	10910	12437	718	1054	1140	250
2004	7178	7178	11545	23321	1000	1395	2020	277
2005	8141	9118	13914	29776	1120	1457	2140	279
2006	8274	9333	14094	31007	1128	1297	2200	323
2007	7379	8508	13290	29770	1153	1326	2240	338
2008	7977	18118	15358	44385	2271	2513	2890	414
2009	8523	13750	15456	50850	1613	1785	3290	409
2010	7177	13041	15107	48493	1817	1946	3210	442
2011	8371	19630	18182	67637	2345	2534	3720	428
2012	8795	22181	16564	62943	2522	2724	3800	438
2013	9460	24473	16678	64210	2587	2960	3850	401
2014	9279	25508	16637	59727	2749	3145	3590	404
2015	9608	26518	17200	72928	2760	3158	4240	338
2016	9343	25077	18000	77400	2684	3071	4300	348
2017	8421	30644	18175	78698	3639	4164	4330	486
المتوسط	8003	15088	14567	44366	1790	2100	2850	348
مقدار التغير السنوي	176.045	1622.52	506.154	4272.6	165.34	160.039	200.413	12.626
معدل التغير السنوي %	2.2*	10.75*	3.47*	9.63*	9.13*	7.62*	7.03*	3.63*

\* معنوي عند (٠,٠١).

المصدر: جمعت وحسبت من:

- ١- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة الاقتصاد الزراعي، أعداد مختلفة للفترة (٢٠٠٠-٢٠١٧).
- ٢- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار الموارد والمنتجات الغذائية والخدمات، أعداد مختلفة للفترة (٢٠٠٠-٢٠١٧).

(٦): تطور سعر الجملة للقمح في مصر:

بلغ متوسط سعر الجملة للقمح في مصر خلال فترة الدراسة نحو ٢١٠٠,٢٣ جنيه للطن، وتراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٧٩٧,٣١ جنيه للطن في عام ٢٠٠٠، وحد أقصى بلغ نحو ٤١٦٣,٦٨ جنيه للطن في عام ٢٠١٧. كما تبين انه يتزايد بمقدار سنوي معنوي إحصائياً يقدر بنحو ١٦٠,٣٩ جنيه للطن، أي انه يتزايد بمعدل نمو سنوي قدر بنحو ٧,٦٢%.

(٧): تطور سعر المستهلك للقمح في مصر:

بلغ متوسط سعر المستهلك للقمح في مصر خلال فترة الدراسة نحو ٢٨٥٠ جنيه للطن، وتراوح بين حد أدنى بلغ نحو ١١٤٠ جنيه للطن في عام ٢٠٠١، وحد أقصى بلغ نحو ٤٣٣٠ جنيه للطن في عام ٢٠١٧، وتبين تزايد بمقدار سنوي معنوي إحصائياً قدر بنحو ٢٠٠,٤١٣ جنيه للطن، أي انه يتزايد بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٧,٠٣%.



## (٨): تطور سعر التصدير المصري للقمح:

تراوح قيمة سعر التصدير للقمح في مصر خلال فترة الدراسة بين حد أدنى بلغ نحو ٢٠٠,٤ دولار للطن في عام ٢٠٠١، وحد أقصى بلغ نحو ٤٨٥,٩١ دولار للطن في عام ٢٠١٧، وبمتوسط سنوي بلغ نحو ٣٤٨ دولار للطن، وتبين تزايد بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بنحو ١٢,٦٣ دولار للطن، أي أنه تزايد بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٣,٦٣%.

## رابعاً: المؤشرات الإنتاجية والتسويقية للأرز في مصر:

## (١): تطور كمية الإنتاج المصري من الأرز:

تراوحت كمية الإنتاج المصري من الأرز في مصر بين حد أدنى بلغ نحو ٤,٣٣ مليون طن في عام ٢٠١١، وحداً أقصى بلغ نحو ٧,٢٥ مليون طن في عام ٢٠٠٤، وبمتوسط سنوي بلغ نحو ٥,٩٠٢ مليون طن خلال فترة الدراسة، وتبين تناقصها بمقدار سنوي معنوي إحصائياً قدر بنحو ٥٩ طن، أي أنها تناقصت بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٠,٩٩%، أي أنها تميل إلى الثبات وعدم التغير وربما يرجع ذلك لتوجه الدولة لوضع سياسات من شأنها عدم زيادة المساحة المزروعة من المحصول نظراً لندرة المياه ومشكلاتها الراهنة في مصر، وقد يكون زيادة الإنتاجية بمعدلات نمو مستمرة تعوض تناقص المساحة المزروعة في بعض السنوات، ومن ثم أدى ذلك للحفاظ على كمية الإنتاج من المحصول دون تناقص.

## (٢): تطور قيمة الإنتاج المصري من الأرز:

بلغ متوسط قيمة الإنتاج المصري من الأرز خلال فترة الدراسة نحو ٩,٠٩٦ مليار جنية، وتراوحت بين حد أدنى بلغ نحو ٣,٣٩١ مليار جنية في عام ٢٠٠٠، وحد أقصى بلغ نحو ١٧,٩٢ مليار جنية في عام ٢٠١٧، وتبين تزايدها بمقدار سنوي معنوي إحصائياً قدر بنحو ٦٧٠,٧ مليون جنية، أي أنها تزايدت بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٧,٣٧%.

## (٣): تطور كمية الاستهلاك القومي من الأرز:

بلغ متوسط كمية الاستهلاك القومي من الأرز في مصر خلال فترة الدراسة نحو ٣,٥٤ مليون طن، وتراوحت بين حد أدنى بلغ نحو ٢,٨٥ مليون طن في عام ٢٠١١، وحد أقصى بلغ نحو ٤,٤ مليون طن في عام ٢٠٠٨، وتبين تزايدها بمقدار سنوي معنوي إحصائياً يقدر بنحو ٣ الاف طن، أي أنها تزايدت بمعدل نمو سنوي قدر بنحو ٠,٧٦%.

## (٤): تطور قيمة الاستهلاك القومي من الأرز:

تراوحت قيمة الاستهلاك القومي من الأرز خلال فترة الدراسة بين حد أدنى بلغ نحو ٤,٣٨ مليار جنية في عام ٢٠٠٢، وحد أقصى بلغ نحو ١٥,٥٦ مليار جنية في عام ٢٠١٧، وبمتوسط سنوي بلغ نحو ٩,٥٢ مليار جنية، وتبين تزايدها بمقدار سنوي معنوي إحصائياً يقدر بنحو ٦٧٣,٢ مليون جنية، أي أنها تزايدت بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٧,٠٧%.

## (٥): تطور السعر المزرعي للأرز في مصر:

بدراسة وتحليل تطور السعر المزرعي للأرز في مصر خلال فترة الدراسة تبين أنه تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٥٨٣ جنية للطن في عام ٢٠٠٠، وحد أقصى بلغ نحو ٣٢٠٠ جنية في عام ٢٠١٧، وبمتوسط سنوي بلغ نحو ١٥٦٤,٧ جنية للطن، وتبين تزايد بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بنحو ١٢٧,٦٥ جنية للطن، أي أنه تزايد بمعدل نمو سنوي قدر بنحو ٨,١٦%.

## (٦): تطور سعر الجملة للأرز في مصر:

تبين ان متوسط سعر الجملة للأرز في مصر خلال فترة الدراسة بلغ نحو ٢٤٤٣,٥ جنية للطن، وتراوح بين حد أدنى بلغ نحو ١١٥٩ جنية للطن في عام ٢٠٠٠، وحد أقصى بلغ نحو ٣٧٦٠ جنية للطن في عام

## دور التجارة الداخلية في توفير السلع والحد من ارتفاع الأسعار في ظل إستراتيجية الدولة في التوسع في المناطق اللوجستية

٢٠١٥، وتبين تزايد بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بنحو ١٦٦ جنيه للطن، أي انه تزايد بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٦,٨%.

(٧): تطور سعر المستهلك للأرز في مصر:

بتحليل تطور سعر المستهلك للأرز في مصر خلال فترة الدراسة تبين انه تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ١٤١٣ جنيه للطن في عام ٢٠٠٠، وحد أقصى بلغ نحو ٣٨٩٠ جنيه للطن في عام ٢٠١٧، وبمتوسط سنوي بلغ نحو ٢٦٥٢,٢ جنيه للطن، وتبين تزايد بمقدار سنوي معنوي إحصائياً يقدر بنحو ١٦٦,٨٣ جنيه للطن، أي انه تزايد بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٦,٢٤%.

(٨): تطور سعر التصدير المصري للأرز:

بلغ متوسط سعر التصدير للأرز في مصر خلال فترة الدراسة نحو ٤٢٤,٨٥ دولار للطن، وتراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٢٠٠,٧ دولار للطن في عام ٢٠٠٠، وحد أقصى بلغ نحو ٧٣١ دولار للطن في عام ٢٠٠٩، وتبين تزايد بمقدار سنوي معنوي إحصائياً قدر بنحو ٢٥,٢٧ دولار للطن. أي انه تزايد بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٥,٩٥%.

جدول رقم (٤): تطور المؤشرات الإنتاجية والتسويقية للأرز في مصر خلال الفترة (٢٠١٧- ٢٠٠٠)

البيان السنوات	كمية الإنتاج (الف/طن)	قيمة الإنتاج (مليون جنيه)	كمية الاستهلاك القومي (الف/طن)	قيمه الاستهلاك القومي (مليون جنيه)	السعر المزرعي (جنيه/طن)	سعر الجملة (جنيه/طن)	سعر المستهلك (جنيه/طن)	سعر التصدير (دولار للطن)
2000	5817	3391	3658	5169	583	1159	1413	201
2001	6003	3554	3320	4711	592	1162	1419	214
2002	5227	3507	3001	4381	671	1260	1460	226
2003	6106	6063	3513	5691	993	1540	1620	256
2004	6176	6330	3401	7336	1025	1861	2157	227
2005	6352	6790	3235	6253	1069	1751	1933	280
2006	6125	6597	3062	5649	1077	1671	1845	306
2007	6755	9802	3388	8436	1451	2254	2490	328
2008	6877	10013	4399	11037	1456	2271	2509	497
2009	7253	10843	4315	11051	1495	2317	2561	731
2010	5520	10140	3116	9803	1837	2847	3146	638
2011	4330	8695	2845	9315	2008	3112	3274	400
2012	5675	11730	3635	11879	2067	3195	3268	677
2013	5911	12472	3571	12281	2110	3385	3439	593
2014	5724	12192	3676	13274	2130	3463	3611	390
2015	5467	11678	3851	14846	2136	3760	3855	565
2016	5310	12027	3820	14707	2265	3525	3850	477
2017	5600	17920	4000	15560	3200	3450	3890	642
المتوسط	5902	9097	3545	9521	1565	2444	2652	425
مقدار التغير السنوي	-0.059	670.72	0.027	673.23	127.698	166.046	166.83	25.271
معدل التغير السنوي %	** (0.99)	7.37*	0.76*	7.07*	8.16*	6.8*	6.29*	5.95*

- الأرقام بين القوسين قيم سالبة. \* معنوي عند (٠,٠١). \*\* معنوي عند (٠,٠٥).

المصدر: جمعت وحسبت من:

- ١- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، نشرة الاقتصاد الزراعي، أعداد مختلفة للفترة (٢٠٠٠-٢٠١٧).
- ٢- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار الموارد والمنتجات الغذائية والخدمات، أعداد مختلفة للفترة (٢٠٠٠-٢٠١٧).

(ب): جملة الهوامش التسويقية وأهميتها النسبية من سعر المستهلك لاهم المحاصيل الزراعية في مصر:

يتناول هذا الجزء دراسة وتحليل جملة الهوامش التسويقية، وأهميتها النسبية من سعر المستهلك لمحاصيل الدراسة والتي شملت كل من البرتقال والبطاطس والقمح والأرز، وذلك خلال نفس فترة الدراسة (٢٠٠٠-٢٠١٧)، كما في الشكلين رقمي (١)، (٢)، وذلك فيما يلي:

(أولاً): جملة الهوامش التسويقية وأهميتها النسبية من سعر المستهلك للبرتقال في مصر:  
(١): تطور جملة الهوامش التسويقية للبرتقال المصري:

باستعراض تطور جملة الهوامش التسويقية للبرتقال في مصر خلال فترة الدراسة، تبين أنها تراوحت بين حد أدنى بلغ نحو ٥١٠ جنيه للطن في عام ٢٠٠٠، وحد أقصى بلغ نحو ٣٥٠٤ جنيه للطن في عام ٢٠١٣، وبمتوسط سنوي بلغ نحو ١٨١٠ جنيه للطن، واتضح تزايدها بمقدار سنوي بلغ نحو ١٨١,٣٤ جنيه للطن، أي أنها تزايدت بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ١٠,٠٢٥%.

(٢): الأهمية النسبية لجملة الهوامش التسويقية بالنسبة لسعر المستهلك للبرتقال المصري:

باستعراض الأهمية النسبية لتطور جملة الهوامش التسويقية بالنسبة لسعر المستهلك للبرتقال في مصر خلال فترة الدراسة اتضح تراوحها بين حد أدنى بلغ نحو ٤٥,٨% في عام ٢٠٠٠، وحد أقصى بلغ نحو ٧٧% في عام ٢٠١٣، وبمتوسط سنوي بلغ نحو ٦٠,٩%، وتبين أنها بلغت نحو ٧٣,٢% في عام ٢٠١٥، ونحو ٧٢,٧% في عام ٢٠١٦ أي أنها لم تتغير في آخر عامين من سنوات الدراسة، كما اتضح أنها تزايدت بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ١,٨٧٥%.

وتشير النتائج السابقة إلى أنه على الرغم من تزايد السعر المزرعي للبرتقال بنحو ٣,٨٢% سنوياً، إلى أن الهوامش التسويقية للمحصول زادت بنحو ١٠,٠٢% سنوياً، وهذا ما أدى إلى زيادة نسبة جملة الهوامش التسويقية للطن من سعر المستهلك للمحصول، على الرغم من تزايد الإنتاج بنحو ٥,٣٢% سنوياً.

(ثانياً): جملة الهوامش التسويقية وأهميتها النسبية من سعر المستهلك للبطاطس في مصر:

(١): تطور جملة الهوامش التسويقية للبطاطس في مصر:

بلغ متوسط جملة الهوامش التسويقية للبطاطس في مصر خلال فترة الدراسة نحو ٢١٨٧ جنيه للطن، وتراوحت بين حد أدنى بلغ نحو ١٣٤٨ جنيه للطن في عام ٢٠٠٠، وحد أقصى بلغ نحو ٤٨١٠ جنيه للطن في عام ٢٠١٧، وتبين تزايدها بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ٢١١,٤٨ جنيه للطن، أي أنها تزايدت بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٧,٣٢%.

(٢): الأهمية النسبية لجملة الهوامش التسويقية من سعر المستهلك للبطاطس:

بلغ متوسط الأهمية النسبية لجملة الهوامش التسويقية من سعر المستهلك بالنسبة للبطاطس في مصر خلال فترة الدراسة نحو ٧٢,٨٣%، وتراوحت بين حد أدنى بلغ نحو ٦٨% في عام ٢٠٠٧، وحد أقصى بلغ نحو ٧٩,٣% في عام ٢٠١٧، وتبين تزايد هذه الأهمية بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ٠,٤٦%.

(ثالثاً): جملة الهوامش التسويقية وأهميتها النسبية من سعر المستهلك للقمح في مصر:

(١): تطور جملة الهوامش التسويقية للقمح في مصر:

تراوحت جملة الهوامش التسويقية للقمح في مصر خلال فترة الدراسة بين حد أدنى بلغ نحو ٤٢٢ جنيه للطن في عام ٢٠٠٣، وحد أقصى بلغ نحو ١٦٧٦,٧ جنيه للطن في عام ٢٠٠٩، وبمتوسط سنوي بلغ نحو ١٠٦٠ جنيه للطن، وتبين تزايدها بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ٣٥,٠٧ جنيه للطن، أي أنها تزايدت بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٣,٣١%.

(٢): نسبة جملة الهوامش التسويقية من سعر المستهلك للقمح في مصر:

بلغ متوسط الأهمية النسبية لجملة الهوامش التسويقية من سعر المستهلك للقمح في مصر خلال فترة الدراسة نحو ٣٧,٩٧%، وتراوحت بين حد أدنى بلغ نحو ١٥,٩٦% في عام ٢٠١٧، وحد أقصى بلغ نحو ٥١,٣٩% في عام ٢٠٠١، وتبين تناقصها بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ١,٥٢%.

دور التجارة الداخلية في توفير السلع والحد من ارتفاع الأسعار  
في ظل إستراتيجية الدولة في التوسع في المناطق اللوجستية

(رابعاً): جملة الهوامش التسويقية وأهميتها النسبية من سعر المستهلك للأرز في مصر:

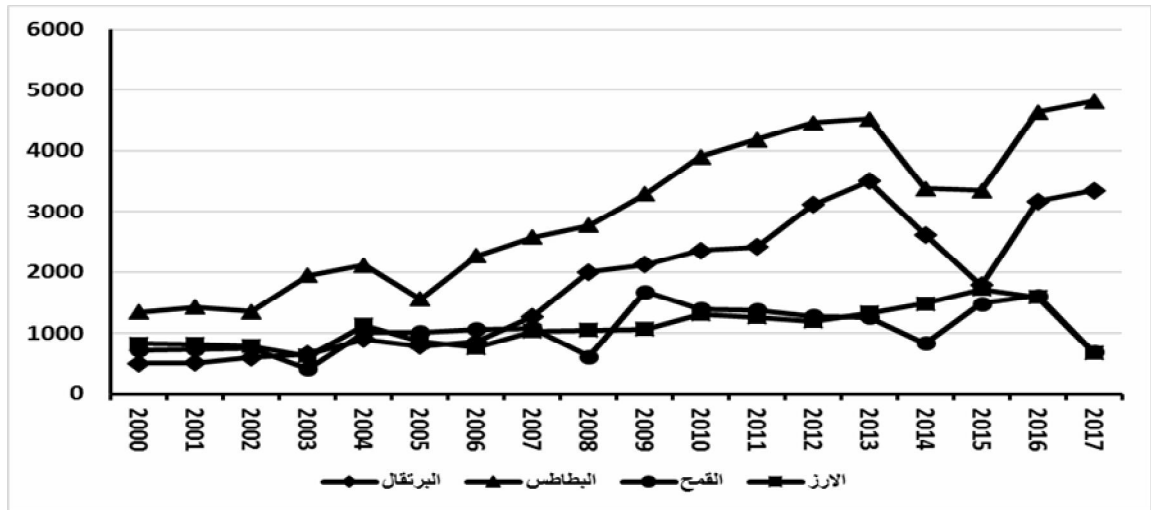
(١): تطور جملة الهوامش التسويقية للأرز المصري:

تبين من دراسة تطور جملة الهوامش التسويقية للأرز المصري خلال فترة الدراسة انها تراوحت بين حد أدنى بلغ نحو ٦٢٧ جنيه للطن في عام ٢٠٠٣، وحد أقصى بلغ نحو ١١٧١٩ جنيه للطن في عام ٢٠١٥، وبمتوسط سنوي بلغ نحو ١٠٨٧,٠٥ جنيه للطن، وتبين تزايدها بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ٣٩,١٣ جنيه للطن، أي أنها تزايدت بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٣,٦%.

(٢): تطور الأهمية النسبية لجملة الهوامش التسويقية من سعر المستهلك للأرز المصري:

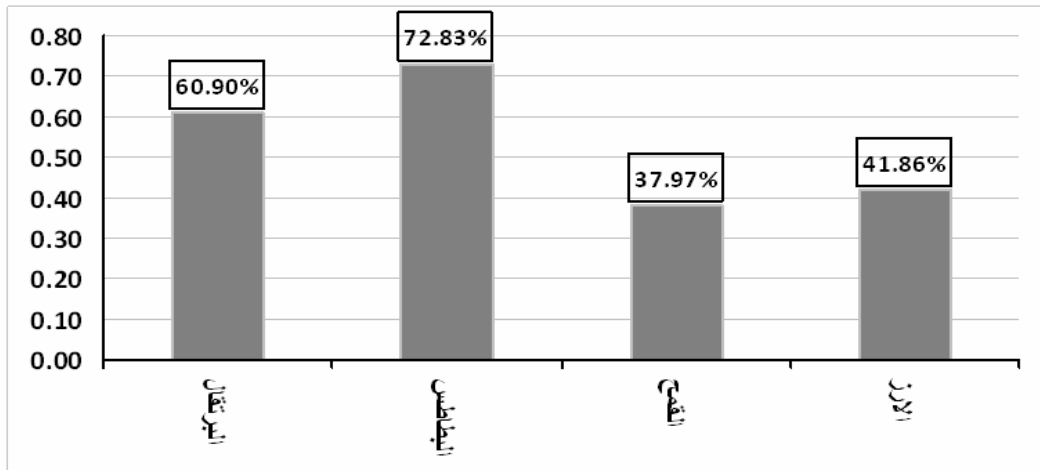
تراوحت الأهمية النسبية لجملة الهوامش التسويقية من سعر المستهلك للأرز في مصر خلال فترة الدراسة بين حد أدنى بلغ نحو ١٧,٧٤% في عام ٢٠١٧، وحد أقصى بلغ نحو ٥٨,٧٤% في عام ٢٠٠٠، وبمتوسط سنوي بلغ نحو ٤١,٨٦%، وتبين تناقصها بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ نحو ١,٢٩%.

شكل رقم (١): تطور جملة الهوامش التسويقية لمحاصيل البرتقال والبطاطس والقمح والأرز في مصر خلال الفترة (٢٠١٧- ٢٠٠٠)



المصدر: بيانات جداول من رقم (١) حتى رقم (٤).

شكل رقم (٢): تطور الأهمية النسبية لجملة الهوامش التسويقية ل بالنسبة لسعر المستهلك لمحاصيل البرتقال والبطاطس والقمح والأرز في مصر خلال الفترة (٢٠١٧- ٢٠٠٠)



المصدر: بيانات جداول من رقم (١) حتى رقم (٤).

جدول رقم (٥): معدلات التغير السنوية لجملة الهوامش التسويقية وأهميتها النسبية من سعر المستهلك لمحاصيل البرتقال والبطاطس والقمح والأرز في مصر خلال الفترة (٢٠٠٠ - ٢٠١٧)

الأرز		القمح		البطاطس		البرتقال		البيان السنوات
نسبة جملة الهوامش من سعر المستهلك	جملة الهوامش (جنية/طن)	نسبة جملة الهوامش من سعر المستهلك	جملة الهوامش (جنية/طن)	نسبة جملة الهوامش من سعر المستهلك	جملة الهوامش (جنية/طن)	نسبة جملة الهوامش من سعر المستهلك	جملة الهوامش (جنية/طن)	
-1.287	39.132	-1.518	35.073	0.456	211.48	1.872	181.35	مقدار التغير السنوي
-	3.6*	-	3.31*	-	7.32*	-	10.62*	معدل التغير السنوي %

- الأرقام بين القوسين قيم سالبة. \* معنوي عند (٠,٠١).

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الشكلين (١)، (٢).

ومن دراسة وتحليل جملة الهوامش التسويقية وأهميتها النسبية بالنسبة لسعر المستهلك لكل من محاصيل البرتقال والبطاطس والقمح والأرز تبين ما يلي:

(١) اتضح من دراسة إجمالي الهوامش التسويقية لكل من المحصولين البرتقال والبطاطس باعتبارهم محصولين تصديرين أن جملة هذه الهوامش تمثل نسبة كبيرة من سعر المستهلك، حيث أنها مثلت أكثر من ضعف هذا السعر لكلا المحصولين، فقد بلغت هذه النسبة لمحصول البطاطس نحو ٧٢,٨٣%، في حين بلغت لمحصول البرتقال حو ٦٠,٩% كمتوسط خلال فترة الدراسة.

(٢) على الرغم من أن جملة الهوامش التسويقية للبطاطس اقل من نظيرتها للبرتقال، حيث بلغ متوسطها خلال فترة الدراسة للبرتقال نحو ٣٣٥١,٣١ جنيه للطن، بينما كانت مثلتها للبطاطس نحو ٢٨٨٧ جنيه للطن، وكانت الأهمية النسبية لجملة الهوامش التسويقية بالنسبة لسعر المستهلك للبطاطس اقل من نظيرتها للبرتقال حيث بلغت للبطاطس نحو ٧٢,٨٣%، في حين بلغت للبرتقال نحو ٦٠,٩%، وربما يرجع ذلك إلى أسباب عديدة منها ارتفاع كمية الاستهلاك من البطاطس عن نظيرتها للبرتقال خلال نفس الفترة، فبلغت في الأولى حوالي ٣١٤٢ الف طن، في حين بلغت في الثانية نحو ٩٠٢,٦ الف طن، وبالتالي زيادة العمليات التسويقية يؤدي إلى زيادة جملة الهوامش التسويقية وبالتالي زيادة نسبتها من سعر المستهلك، علاوة على ارتفاع السعر المزرعي للبطاطس عن نظيره للبرتقال.

(٣) زيادة معدل نمو جملة الهوامش التسويقية للمحاصيل التصديرية مثل البرتقال والبطاطس عن نظيرتها الاستيرادية أو التي تتسم بعدم وجود عجز، فتبين أن معدل نمو جملة الهوامش التسويقية للبرتقال بلغ نحو ١٠,٠٢%، بينما بلغ نحو ٧,٣٢% للبطاطس، في حين بلغ نحو ٣,٣١% للقمح، ونحو ٣,٦% للأرز، مما يؤكد كلما كانت هناك فرص للتصدير وبالتالي تحقيق أرباح للمنتجين والوسطاء والمصدرين أدى ذلك إلى زيادة معدلات نمو جملة الهوامش التسويقية في السوق المحلي، ومن ثم العمل على توفير السلاسل التجارية والمناطق اللوجستية والوسائل التي من شأنها الحد من تحكم التجار في الأسواق سيؤدي إلى توفير المحاصيل الزراعية وأيضاً الحد من ارتفاع أسعارها.

(٤) زيادة معدلات نمو سعر التصدير للبطاطس عن نظيره للبرتقال فقد بلغ للأولى نحو ٢٢,٧٦%، في حين بلغ للثانية نحو ١٧,٠٥% ونتيجة لذلك ترتفع العمليات التسويقية نتيجة لزيادة كمية الصادرات من المحصول وبالتالي تزيد جملة الهوامش التسويقية ونسبتها من سعر المستهلك في الداخل.

(٥) وبمقارنة جملة الهوامش التسويقية للبرتقال والبطاطس بالنسبة للقمح، أي مقارنة جملة الهوامش التسويقية لمحصولين تصديرين بنظيره لمحصول استيرادي نجد انخفاض جملة الهوامش التسويقية للقمح عن نظيره للبرتقال والبطاطس حيث بلغ نحو ١٠٦٠ جنية للطن، ورغم ارتفاع السعر المزرعي للقمح عن نظيره للبرتقال والبطاطس، كما اتضح أن الأهمية النسبية لجملة الهوامش التسويقية للقمح بلغت نحو ٣٧,٩٧% من سعر المستهلك، وهي أقل عن نظيرتها لكل من البرتقال والبطاطس، مما يؤكد أن الهوامش التسويقية للمحاصيل الاستيرادية ونسبتها من سعر المستهلك أقل من نظيرتها التصديرية، مما يعنى انه لا بد من إتاحة وتوفير المحصول التصديرية في مناطق لوجستية بالمحافظات حتى يقل معه عدد الوسطاء التجاريين فلا يؤدي ذلك إلى ارتفاع نسبة هؤلاء الوسطاء ويؤدي إلى توفير المحصول بسعر متزن.

(٦) ارتفاع إجمالي الهوامش التسويقية للمحاصيل التصديرية عن نظيرتها الاستيرادية والتي تتسم بفجوة بين الإنتاج والاستهلاك كما في القمح، حيث تبين أن مصر لديها فائض من البرتقال بلغ نحو ١٤٨٤,٩٥ ألف طن، كما أن لديها فائض من البطاطس بلغ نحو ٢٧٥,٠٧ ألف طن، كذلك بلغ الفائض من الأرز نحو ٢٣٦٠,٧٨ ألف طن، في حين كان هناك عجز بالنسبة لمحصول القمح بلغ نحو ٦٥٦٣,٨٣ ألف طن وذلك كمتوسط خلال فترة الدراسة.

(٧) وهذا يؤكد انه كلما ارتفعت الهوامش التسويقية للمحصول أدى ذلك إلى ارتفاع سعر المستهلك، وهذا يعنى انه كلما استطاعت الدولة تخفيض الهوامش التسويقية سيؤدي إلى انخفاض الأسعار للمستهلك ومن ثم يعمل على توفير السلع. وذلك يتم بواسطة الإجراءات التي من شأنها تخفيض الهوامش التسويقية مثل إنشاء المراكز اللوجستية، وتوفير الأسواق الداخلية، وإنشاء الطرق وغيرها من الوسائل التي تحد من كثرة الوسطاء أو الوقت في إتاحة السلع للمستهلكين.

### (ج): المناطق اللوجستية ودورها في توفير السلع والحد من ارتفاع الأسعار:

حرصت الدولة في السنوات الأخيرة على توفير السلع والمنتجات الغذائية للمواطنين، بأسعار منخفضة وبجودة عالية بهدف ضبط الأسواق بمختلف محافظات الجمهورية، وذلك بوضع خطة للتوسع في إنشاء المناطق اللوجستية ودعم القطاع الخاص في إنشاء السلاسل التجارية بمختلف المحافظات، وذلك بهدف تقليل حلقات التداول للسلعة من المنبع إلى المستهلك، وكذلك توفير تكلفة النقل التي تمثل ٣٠% من التكلفة الإجمالية، وذلك فيما يلي:

#### (١): خطة الدولة في إنشاء المناطق اللوجستية:

استهدفت الدولة من خلال هذه الخطة إقامة ٦٠ منطقة لوجستية محورية وإقليمية على مستوى الجمهورية حتى عام ٢٠٣٠، مقسمة إلى ٨ مناطق لوجستية محورية جار تنفيذ ٣ مناطق منها، بجانب ٥٢ منطقة لوجستية إقليمية جار العمل حالياً على تنفيذ ١١ منطقة منها.

وأبرز المناطق اللوجستية الجاري إنشاؤها بعدد من المحافظات، إنشاء منطقة لوجستية بمحافظة الغربية على مساحة تبلغ نحو ٨٢ فدانا، باستثمارات تقدر بنحو ٨ مليار جنيه، توفر حوالي ٨٠ ألف فرصة عمل، وكذلك إنشاء منطقة لوجستية بمحافظة البحيرة على مساحة تبلغ نحو ٩١ فدانا، باستثمارات تقدر بنحو ١١

مليار جنيه، توفر حوالي ٧٥ ألف فرصة عمل، فضلاً عن إنشاء المنطقة اللوجستية بمحافظة قنا على مساحة تبلغ نحو ١٥,٥ فدان، باستثمارات تقدر بنحو ٢ مليار جنيه، توفر حوالي ٢٠ ألف فرصة عمل، بالإضافة إلى إنشاء المنطقة اللوجستية بمحافظة الفيوم على مساحة تبلغ نحو ٥ أفدنة، باستثمارات قدرت بحوالي مليار جنيه، توفر حوالي ٨ آلاف فرصة عمل، بالإضافة إلى إنشاء المنطقة اللوجستية بمحافظة المنوفية على مساحة تبلغ نحو ١٧ فدناً، باستثمارات قدرت بحوالي ٢ مليار جنيه، توفر حوالي ١٨ ألف فرصة عمل، وكذلك إنشاء المنطقة اللوجستية بالدقهلية على مساحة تبلغ نحو ٤٧ فدناً، باستثمارات تقدر بنحو ٥ مليار جنيه، توفر حوالي ٤٠ ألف فرصة عمل، علاوة على إنشاء المنطقة اللوجستية بالأقصر على مساحة تتبلغ نحو ٣ أفدنة، باستثمارات مليار جنيه، توفر ٤ آلاف فرصة عمل.

أما أبرز المناطق اللوجستية الجاري طرحها، فإنه جاري طرح المنطقة اللوجستية بمحافظة الشرقية على مساحة تبلغ نحو ٣٥ فدناً، باستثمارات تقدر بنحو ٤ مليار جنيه، توفر حوالي ٩ آلاف فرصة عمل، وكذلك المنطقة اللوجستية بمحافظة البحر الأحمر على مساحة تبلغ نحو ٦٠ فدناً، باستثمارات تقدر بحوالي ٧ مليار جنيه، توفر حوالي ١٢ ألف فرصة عمل، بجانب المنطقة اللوجستية بمحافظة السويس على مساحة تبلغ نحو ٣٠ فدناً، باستثمارات تقدر بنحو ٣,٥ مليار جنيه، توفر حوالي ٨ آلاف فرصة عمل<sup>(١٣)</sup>.

## (٢): الاستثمارات في قطاع التجارة الداخلية:

زادت الاستثمارات المصرية في قطاع النقل والتخزين بنسبة ٢٦٥,٧%، لتصل إلى ٩٦,٩ مليار جنيه عام ٢٠١٨/٢٠١٩، مقارنة بـ ٢٦,٥ مليار جنيه عام ٢٠١٣/٢٠١٤. كما تشير الإحصائيات أن مساهمة قيمة تجارة الجملة والتجزئة في الناتج المحلي الإجمالي بلغ حوالي ١٣,٥% في عام ٢٠١٨/٢٠١٩، مقارنة بنحو ١٢,٩% في عام ٢٠١٣/٢٠١٤، كما زادت الاستثمارات المصرية في قطاع تجارة الجملة والتجزئة بحوالي ٢٨٣,١%، لتصل إلى نحو ٣١,٨ مليار جنيه عام ٢٠١٨/٢٠١٩، مقارنة بنحو ٨,٣ مليار جنيه في عام ٢٠١٣/٢٠١٤. ويوجد ٦٦٩ منفذاً تابعاً للسلاسل التجارية الكبرى بالقطاع الخاص على مستوى الجمهورية، ومن المستهدف إنشاء ١٨٩٥ منفذاً على مستوى الجمهورية حتى عام ٢٠٣٠.

وفيما يخص دور القطاع الخاص في التجارة الداخلية، فقد تبين أن نسبة مساهمة القطاع الخاص في استثمارات قطاع تجارة الجملة والتجزئة في مصر زادت بنحو ٨٣,٣% في عام ٢٠١٨/٢٠١٩، مقارنة بمثيلتها في عام ٢٠١٣/٢٠١٤، لتصل قيمة الاستثمارات الخاصة إلى حوالي ٢٦,٥ مليار جنيه، في حين بلغت الاستثمارات العامة نحو ٥,٣ مليار جنيه. وقد قامت الدولة بتنفيذ ٧ عقود في إطار الشراكة مع القطاع الخاص لإدارة وتشغيل الأصول غير المستغلة والقابلة للتطوير، وكذلك تم عقد اتفاقية مع شركة "سوماريس" والوكالة الفرنسية بقيمة ٧٠٠ ألف يورو، لتطوير أسواق الجملة على مستوى الجمهورية.

وكانت أبرز المشروعات الاستثمارية المستقبلية التي وافقت الدولة عليها توقيع عقد مع شركة لولو العالمية، لإنشاء ٤ مراكز تسوق "هايبير" في مصر، باستثمارات تقدر بنحو ٥٠٠ مليون دولار، لتوفير حوالي ٨٠ ألف فرصة عمل مباشرة وغير مباشرة، ومن المستهدف بدء التشغيل بحلول عام ٢٠٢١، هذا بجانب افتتاح مركز تسوق بألماطة "سي تي سنتر"، باستثمارات قدرت بنحو ٩,٤ مليار جنيه، يضم أكثر من ٢٦٠ متجرًا، لتوفير نحو ٤٠ ألف فرصة عمل.

ما يشير الى توجه الدولة إلى التوسع في المناطق اللوجستية من ناحية ودعم فرص الاستثمار الخاص في إنشاء السلاسل التجارية وذلك من اجل توفير السلع والحد من ارتفاع الأسعار، وذلك للحد من تعدد الوسطاء الذي يعمل على تقليل إجمالي الهوامش التسويقية مما يؤثر في النهاية على سعر المستهلك.

#### الملخص :

تعتبر التجارة الداخلية احد اهم مكونات الاقتصاد القومي، حيث تشير الإحصائيات لوزارة التموين والتجارة الداخلية في عام ٢٠١٩، أنها تمثل نحو ١٧% من إجمالي الدخل القومي، وتشهد مصر في الفترة الأخيرة توجهات للتوسع في المراكز اللوجستية، واستقطاب رؤوس الأموال للنهوض بهذا القطاع، حيث من خطة الدولة أن يصل إسهام هذا القطاع إلى حوالي ٢١% من إجمالي الدخل القومي، وتكمن المشكلة البحثية في ارتفاع أسعار معظم السلع الزراعية ومن ثم يجب دراسة دور التجارة الداخلية في توفير السلع والحد من ارتفاع الأسعار، من خلال دراسة الهوامش التسويقية ومدى تأثير ذلك في توفير السلع والحد من ارتفاع الأسعار، وقد تم اختيار كل من محاصيل البرتقال والبطاطس، والقمح، والأرز، واعتمد البحث على دراسة وتحليل المؤشرات الإنتاجية والتسويقية لهذه المحاصيل، واعتمد البحث في تحقيق أهدافه على كل من التحليل الوصفي والكمي، خاصة استخدام معادلات الاتجاه الزمنى العام في التعرف على تطور ونمو المؤشرات الإنتاجية والتسويقية الاقتصادية المتعلقة بمتغيرات الدراسة واعتمد البحث على البيانات الثانوية المنشورة من العديد من الجهات، أهمها الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، ووزارة الزراعة بالإضافة إلى البيانات المنشورة على شبكه الاتصالات والمعلومات الدولية ووزارة الزراعة، وغيرها. وكانت أبرز النتائج البحثية: تبين أن جملة الهوامش التسويقية للبرتقال تزايدت سنويا بمعدل نمو بلغ نحو ١٠,٢٥%، وهذا ما أدى إلى زيادة نسبة جملة الهوامش التسويقية للطن من سعر المستهلك للمحصول، على الرغم من تزايد الإنتاج بنحو ٥,٣٢% سنويا، كما اتضح أن جملة الهوامش التسويقية للبطاطس تزايدت بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٧,٣٢%، وتبين أن الأهمية النسبية لجملة الهوامش التسويقية من سعر المستهلك بالنسبة للبطاطس بلغت نحو ٧٢,٨٣%، وتبين تزايد هذه الأهمية سنويا بنحو ٠,٤٦%، في حين نظيرتها للقمح تزايدت بمعدل نمو سنوي بلغ نحو ٣,٣١%، وبلغ متوسط الأهمية النسبية لجملة الهوامش التسويقية من سعر المستهلك نحو ٣٧,٩٧%، وتبين تناقصها سنويا بنحو ١,٥٢%. بينما تبين من دراسة تطور جملة الهوامش التسويقية للأرز المصري تزايدها سنويا بمعدل نمو بلغ نحو ٣,٦%، وان الأهمية النسبية لجملة الهوامش التسويقية من سعر المستهلك للمحصول تناقصت سنويا بنحو ١,٢٩%. واتضح أن إجمالي الهوامش التسويقية لكل من المحصولين البرتقال والبطاطس باعتبارهم محصولين تصديرين أن إجمالي هذه الهوامش تمثل نسبة كبيرة من سعر المستهلك، كما اتضح أن الأهمية النسبية لجملة الهوامش التسويقية للقمح بلغت نحو ٣٧,٩٧% من سعر المستهلك، وهي منخفضة بالمقارنة بنظيرتها لكل من البرتقال والبطاطس. وبالتالي يمكن القول ارتفاع إجمالي الهوامش التسويقية للمحاصيل التصديرية عن نظيرتها الاستيرادية. وهذا يؤكد انه كلما ارتفعت الهوامش التسويقية للمحصول أدى ذلك إلى ارتفاع سعر المستهلك، وبالتالي كلما استطاعت الدولة تخفيض الهوامش التسويقية سيؤدي ذلك إلى انخفاض الأسعار للمستهلك من خلال توفير السلع الزراعية. وذلك يتم بواسطة الإجراءات التي من شأنها تخفيض الهوامش التسويقية مثل إنشاء المراكز اللوجستية، وتوفير الأسواق الداخلية، وإنشاء الطرق وغيرها من الوسائل التي تحد من كثرة الوسطاء أو الوقت في إتاحة السلع للمستهلكين. ويوصى البحث بتحديد أسعار بعض المحاصيل الاستيرادية مما يؤدي إلى التحكم في هوامشها



التسويقية ومن ثم ينخفض نسبتها من سعر المستهلك حيث تبين أن جملة الهوامش التسويقية بالنسبة للقمح بلغت نحو ١٠٦٠ جنيه للطن، تعادل نحو ٣٧,٩٧% من سعر المستهلك، علاوة على انه يمكن توفير السلع بزيادة الاستيراد في حالة زيادة الأسعار نتيجة نقص العرض المحلي للحد من الاحتكار وارتفاع أسعار المستهلك، وتوفير الفرص الاستثمارية والمناخ الملائم لها للقطاع الخاص في إنشاء السلاسل التجارية حيث ذلك يؤدي إلى توفير السلع والحد من ارتفاع أسعارها. إضافة إلى إنشاء بورصات السلع الزراعية والتي من خلالها يمكن تحديد أسعار تتوافق مع العرض والطلب دون تحكم التجار والوسطاء.

#### التوصيات :

وفقاً لما توصل إليه البحث من نتائج، فإنه يوصى بما يلي:

- (١) العمل على تقليل عدد الوسطاء بتوفير السلاسل التجارية والتوسع في المناطق اللوجستية في المحافظات، فكلما انخفضت الهوامش التسويقية أدى ذلك إلى انخفاض سعر المستهلك.
- (٢) ضبط الأسواق المحلية والتحكم في أسعار المحاصيل الزراعية بوضع سياسات من شأنها عدم تحكم الوسطاء في السعر، والأخذ في الاعتبار التنوع والاختلاف بين نوعية المحاصيل الزراعية، حيث تبين من نتائج البحث زيادة فرصة الوسطاء في تحقيق مكاسب أكبر في حالة المحاصيل التصديرية، وتزيد معها جملة الهوامش التسويقية وبالتالي سعر المحاصيل التصديرية في السوق المحلي، حيث اتضح أن جملة الهوامش التسويقية بلغت نحو ٣٣٥١,٣١، ٢٨٨٧ جنيه للطن، تمثل نحو ٦٠,٩%، ٧٢,٨٣% من سعر المستهلك لكل منهما على الترتيب.
- (٣) مراعاة أن بعض السياسات الحكومية المتعلقة ببعض المحاصيل مثل منع تصدير الأرز تؤدي بالفعل إلى الحد من ارتفاع أسعار المحصول في السوق المحلي، نتيجة لتوفيره وزيادة كمياته في السوق المحلي.
- (٤) كلما زادت حركة التجارة الداخلية للمحصول بين المحافظات أدى إلى ارتفاع هوامشه التسويقية وبالتالي زيادة سعره المحلي، ولذلك توفير مخازن ومناطق لوجستية بالمحافظات سيؤدي إلى توفير السلع والحد من ارتفاع أسعارها.
- (٥) تحديد أسعار بعض المحاصيل الاستيرادية يؤدي إلى التحكم في هوامشها التسويقية ومن ثم ينخفض نسبتها من سعر المستهلك حيث تبين أن جملة الهوامش التسويقية بالنسبة للقمح بلغت نحو ١٠٦٠ جنيه للطن، تعادل نحو ٣٧,٩٧% من سعر المستهلك، علاوة على انه يمكن توفير السلع بزيادة الاستيراد في حالة زيادة الأسعار نتيجة نقص العرض المحلي للحد من الاحتكار وارتفاع أسعار المستهلك.
- (٦) توفير الفرص الاستثمارية والمناخ الملائم لها للقطاع الخاص في إنشاء السلاسل التجارية حيث ذلك يؤدي إلى توفير السلع والحد من ارتفاع أسعارها. إضافة إلى إنشاء بورصات السلع الزراعية والتي من خلالها يمكن تحديد أسعار تتوافق مع العرض والطلب دون تحكم التجار والوسطاء.
- (٧) الاستمرار في التوسع في إنشاء الطرق وسهولة المواصلات التي من شأنها تسهل حركة التجارة الداخلية وتقلل تكاليف النقل مما سيؤدي إلى تخفيض الأسعار وإتاحة السلع للمستهلك.

#### المراجع

(١): مراجع باللغة العربية:

- (١) ثريا صادق فريد (دكتور): دراسة اقتصادية للوضع الراهن لمحصول الأرز في مصر، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد العشرين، العدد الأول، مارس ٢٠١٠.

- (٢) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار المواد الغذائية، (منتج، جملة، تجزئة)، أعداد متفرقة.
- (٣) حاتم محمود السنوسي (دكتور)، مراد فؤاد جرجس (دكتور): الكفاءة التسويقية لمحصول القمح بمحافظة سوهاج، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة أسيوط، ٢٠١٥.
- (٤) سرحان أحمد سليمان (دكتور)، هبة الله على محمود السيد (دكتور): السيناريوهات المستقبلية المتوقعة للأرز في مصر في ظل القرارين تحديد مساحته المزروعة وحظر تصديره، مجلة الاقتصاد الزراعي والعلوم الاجتماعية كلية الزراعة، جامعة المنصورة، مجلد (٨)، العدد (٣) مارس، ٢٠١٧.
- (٥) ضحى أحمد الحلواني: اقتصاديات تسويق محصول الأرز في مصر، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٦.
- (٦) عادل محمد مصطفى (دكتور) وآخرون: أثر السياسة الزراعية على الجدارة الإنتاجية لأهم محاصيل الحبوب في مصر، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد السادس والعشرون، العدد الرابع، ديسمبر ٢٠١٦.
- (٧) عطيات السعيد (دكتور)، سهرة خليل (دكتور): الكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس في مصر، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الثامن عشر، العدد الأول، مارس ٢٠٠١.
- (٨) محمد عبد الوهاب أبو نحول (دكتور)، طلعت حافظ إسماعيل، جلال عبد الفتاح الصغير (دكتور)، مها عبد المقصود (دكتور): رؤية تحليلية لمؤشرات الكفاءة الاقتصادية والتسويقية لأهم المحاصيل الغذائية في مصر، مجلة كلية الزراعة، جامعة أسيوط، العدد الخامس، ٢٠١٧.
- (٩) وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي، نشرة الاقتصاد الزراعي، أعداد متفرقة.

(ب): مراجع باللغة الإنجليزية:

- (10) JOHN N.FERRIS. Agricultural Prices and Commodity Market Analysis (Michigan State University 1998).
- (11) Leigh Richards. " Different Types of Market Systems" ،Chron. Retrieved 3/6/2017. Edited.
- (12) Rohan Agarwal. "Retailing: Introduction. Meaning. Definition and Characteristics" ،Your Article Library. Retrieved 20/7/2017. Edited.

(ج): مصادر من الشبكة العنكبوتية (الأنترنت):

(١٣) الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء على الأنترنت

(١٤) قاعدة بيانات [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

## **Role of Internal Trade in Providing Goods and Limiting price in light of the country's strategy to expand in logistical areas**

**Soliman. A. Sarhan**

**Mehana. A.M**

**Agricultural Economics Research Institute. Agricultural Research Center**

### **Summary**

Internal trade is considered one of the most components of the national economy. and Egypt has recently witnessed trends to expand logistical centers and attract capital to advance this sector. The state's plan is for this sector's contribution to reach about 21% of the gross national income. Research problem lies in the high prices of most agricultural commodities. and then the role of internal trade in providing goods and limiting price hikes must be studied by studying the marketing margins and the extent of this impact on saving Commodities and the reduction of price increases. each of the orange. potato. wheat. and rice crops were selected. Research was based on the study and analysis of the productivity and marketing indicators of these crops. and the research relied on achieving its objectives on both descriptive and quantitative analysis. The most prominent research results were: It was found that the total marketing margins for oranges increased annually at a growth rate of about 10.025%. and this led to an increase in the percentage of total marketing margins per ton of the consumer price of the crop. despite the increase in production by about 5.32% annually. Total marketing margins for potatoes increased at an annual growth rate of about 7.32%. and it was found that the relative importance of the total marketing margins of consumer price for potatoes amounted to about 72.83%. and this importance has been shown to increase annually by about 0.46%. while its counterpart for wheat has increased. With an annual growth rate of about 3.31%. the average relative importance of the total marketing margins from the consumer price was about 37.97%. and it was found to be decreasing annually by about 1.52%. While the study of the development of the total marketing margins of Egyptian rice revealed that it increased annually at a growth rate of about 3.6%. and that the relative importance of the total marketing margins of the consumer price of the crop decreased annually by about 1.29%. As well as it became clear that the total marketing margins for each of the two crops. oranges and potatoes. as two export

crops. that the total of these margins represent a large percentage of the consumer price. and it was also found that the relative importance of the total marketing margins for wheat amounted to about 37.97% of the consumer price. which is low compared to its counterpart for each orange. And potatoes. Thus. it can be said that the total market margins of export crops are higher than their import counterparts. This confirms that the higher the marketing margins of the crop. the higher the consumer price. and therefore the more the country is able to reduce the marketing margins. this will lead to lower prices for the consumer by providing agricultural commodities. This is done through measures that reduce marketing margins. such as establishing logistical centers. providing internal markets. establishing roads and other means that limit the number of middlemen or time in making goods available to consumers. The research recommends determining the prices of some import crops. which leads to controlling their marketing margins. and then their percentage of the consumer price decreases. as it was found that the total marketing margins for wheat amounted to about 1060 pounds per ton. equivalent to about 37.97% of the consumer price. in addition to that goods can be provided with an increase Importation in the event of an increase in prices as a result of a lack of local supply to reduce monopoly and increase in consumer prices.

**Keywords:** Egyptian economy. Marketing margins. Internal trade. logistic centers.