

An Economic Study of Marketing Tomatoes in Arab Republic of Egypt (Case Study in Damietta Governorate)

Hemeda, S. A. M.

Agricultural Economics Resarch-Institute for Agricultural Research Center



دراسة اقتصادية لتسويق الطماطم بجمهورية مصر العربية (دراسة حالة بمحافظة دمياط)

سمير أنور متولى حميدة

معهد بحوث الإقتصاد الزراعي – مركز البحوث الزراعية

المخلص

يعتبر القطاع الزراعي أحد أهم القطاعات الاقتصادية في الإقتصاد القومي ويعد تسويق المحاصيل الزراعية من العمليات الهامة في النشاط الزراعي ويعتبر محصول الطماطم من محاصيل الخضار الرئيسية حيث يستهلك طازج أو يصنع وقد بلغت المساحة المنزرعة منه نحو ٤٤٠.٢٣٣ ألف فدان بإجمالي إنتاج نحو ٧٣٢١ ألف طن عام ٢٠١٦. وتتمثل مشكلة البحث في أن محصول الطماطم يتسم بسرعة القابلية للتلف وارتفاع نسبة الفاقد به نسبياً علاوة على ارتفاع التكاليف التسويقية وبالتالي انخفاض نصيب المنتج للطماطم من جنيهه للمستهلك ، ويهدف البحث إلى دراسة كفاءة الأداء الاقتصادي لتسويق الطماطم الصيفي في مصر بصفة عامة ودمياط بصفة خاصة من خلال دراسة أهم المتغيرات الاقتصادية والمؤشرات التسويقية للطماطم الصيفي علاوة على دراسة أهم المشاكل الإنتاجية والتسويقية ومقترحات الحلول لها ، وقد تم عينة عشوائية للطماطم الصيفي بدمياط بواقع (٥٠) حانراً و(٢١) تاجر جملة و (٥٤) تاجر تجزئة . وأوضحت الدراسة تطور بعض المتغيرات الاقتصادية للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) حيث تبين زيادة كلا من المساحة المنزرعة والإنتاج والإستهلاك المحلي للطماطم زيادة سنوية بلغت نحو ٢٠.٣٧ ألف فدان ، ٨١.٢٧ ، ٦٤.٧٧ ألف طن لكلا منهما على التوالي وكانت تلك الزيادة غير معنوية من الناحية الإحصائية ، في حين زاد كلا من الصادرات ، الواردات ، الفاقد للطماطم زيادة سنوية بمعدل ١٨.٠٠٧ ، ١.٤١٧ ، ١٢٥.٩٤٦ ألف طن على الترتيب وكانت الزيادة معنوية من الناحية الإحصائية بينما انخفض متوسط نصيب الفرد السنوي بنحو ١.٥٥٧ كجم وهذا الانخفاض معنوي من الناحية الإحصائية ، كما انخفض معدل الإكتفاء الذاتي السنوي بنحو ٠.١٧٩ % وهذا الانخفاض معنوي من الناحية الإحصائية . تبين من الدراسة زيادة كلا من سعر المنتج والجملة والتجزئة والتكاليف الإنتاجية زيادة سنوية بلغت نحو ٧٦.٩٦ ، ١٨٧.٢١٣ ، ٢٥٨.٧٤ ، ١٤.١٦٢ جنيه/طن ، وهذه الزيادة مؤكدة من الناحية الإحصائية ، كما تناقص نصيب المنتج من جنيهه للمستهلك سنوياً بنحو ٠.٩١ % وأن هذا التناقص معنوي إحصائياً ، في حين تبين زيادة نصيب الوسطاء من جنيهه للمستهلك سنوياً بنحو ٠.٩٠٩ % ، وفيما يتعلق بالهوامش التسويقية أوضحت الدراسة زيادة الهوامش التسويقية المطلقة والنسبية بين مرحلتى تاجر الجملة والمنتج بنحو ١١٠.٣٠١ جنيه / طن ، ١.٦٧٥ % وكذلك بين مرحلتى العربية حيث تناقص سنوياً بما يقدر بنحو ١.٩٧ % وإن هذا التناقص مؤكد من الناحية الإحصائية ، وقد يعزى ذلك إلى سرعة قابلية الطماطم للتلف علاوة على التقلبات السعرية التي تعترض لها واحتكار كبار التجار مما يؤدي إلى زيادة أرباح الوسطاء وانخفاض نصيب المنتج . بينت الدراسة نصيب المنتج وتاجر الجملة والوسطاء من جنيهه المستهلك من خلال عينة الدراسة الميدانية للطماطم الصيفي بدمياط موسم ٢٠١٨ ، حيث بلغ نحو ٣١.١١ % ، ١٧.٨٧٨ % ، ٥١.١١ % كلاً 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 جنيهه للمستهلك نحو ٤١.٧٩ % ، ٢٣.٨٨ % ، ٣٤.٣٣ % كلاً منهم على التوالي في حين بلغت الهوامش التسويقية المطلقة والنسبية بين تاجر الجملة والمنتج نحو ٨٠٠ جنيه / طن ، ٣٦.٣٦ % وبين تاجر التجزئة والجملة نحو ٢٣٠٠ % ، ٥١.١١ % وبين تاجر التجزئة والمنتج ٣١٠٠ جنيه / طن ، ٦٨.٩٨ % على التوالي . أوضحت الدراسة الكفاءة التسويقية للطماطم الصيفي بعينة البحث الميدانية بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٨ ، حيث بلغت أرباح تاجر الجملة نحو ٢٠٦.٩٧ جنيه / طن وتاجر التجزئة نحو ١٧١٤.٣٠ جنيه / طن وأرباح الوسطاء نحو ١٩٢١.٢٧ جنيه / 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 ١٠٢٧.٥ ، ١٢٣٤.٤٧ جنيه / طن ، وفيما يتعلق بالكفاءة التسويقية فقد بلغت نحو ٢٨.٨٧ ، ٣٩.٢٢ % لكل من المسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة ومن 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 والتسويقية التي تواجه المنتجين وتاجر الجملة وتجار التجزئة للطماطم الصيفي بمحافظة دمياط من خلال عينة الدراسة الميدانية موسم ٢٠١٨ 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 المقترحات لمحاولة التغلب على هذه المشاكل ومن أهمها تقديم دعم للمزارعين خاصة لمستزلمات الإنتاج وتفعيل دور الرقابة على بائعين التجزئة للحد من جشعهم في الأسعار علاوة على تجنب نقل الطماطم أوقات الظهيرة لتقليل كمية الفاقد منها .

المقدمة

يعتبر القطاع الزراعي أحد أهم القطاعات الاقتصادية في الإقتصاد القومي ويعد تسويق المحاصيل الزراعية من العمليات الهامة في النشاط الزراعي لما له من اهمية من وجهة نظر المستهلك لإشباع رغباته بالمستوى المطلوب ، علاوة على أنه مكمل للإنتاج حيث يشمل الخدمات التسويقية التي تربط بين الإنتاج والإستهلاك وتنبوا أهمية التسويق في محاصيل الخضار لكونها سريعة التلف مما يزيد من الفاقد فيها وبالتالي تحتاج إلى وظائف معينة كالتخزين والتداول وغيرها من الوظائف لتقليل كمية الفاقد منها والتي قدرت بنحو ٢٠١٣ الف طن عام ٢٠١٦ ، وبلغت مساحة الخضار نحو ١٩٨٦ الف فدان بإجمالي إنتاج نحو ٢٠٠٢٥ الف طن ويعتبر محصول الطماطم من محاصيل الخضار الرئيسية حيث يستهلك طازج أو يدخل عمليات التصنيع ، وقد بلغت المساحة المنزرعة منه نحو ٤٤٠.٢٣٣ الف فدان بإجمالي إنتاج ٧٣١١ الف طن يمثل نحو ٢٢.١٦ % ، ٣٦.٥١ % من مساحة وإنتاج محاصيل الخضار على التوالي عام ٢٠١٦ وتزرع الطماطم في مصر في ثلاثة عروات رئيسية وهي العروة الصيفية والتي تزرع خلال شهري مارس وابريل ويتم جمع المحصول خلال شهري يونيو ويوليو وتبلغ مساحتها نحو ٢٢٥ الف فدان بإجمالي إنتاج نحو ٣٥٤٨ الف طن تمثل نحو ٥١.١٤ % ، ٤٨.٦٠ % من مساحة وإنتاج الطماطم في مصر وتحتل المرتبة الأولى من حيث المساحة والإنتاج يليها العروة الشتوية التي تزرع خلال شهري أكتوبر ونوفمبر ويتم جمعها خلال شهري يناير وفبراير وتبلغ مساحتها نحو ١٨٥ الف فدان بإجمالي إنتاج نحو ٣٣٢٩ الف طن تمثل نحو ٤٢.٠٤ % ، ٤٥.٤٧ % من مساحة وإنتاج الطماطم في مصر وتحتل المرتبة الثانية من حيث المساحة والإنتاج وأخيرا العروة النيلية والتي تزرع خلال شهري يوليو واغسطس ويتم جمع المحصول خلال شهري أكتوبر ونوفمبر وتبلغ مساحتها نحو ٣ الف فدان بإجمالي إنتاج نحو ٤٣٤ الف طن تمثل نحو ٦.٨٢ % ، ٥.٩٣ % من مساحة وإنتاج الطماطم في مصر وتحتل المرتبة الثالثة من حيث مساحة وإنتاج الطماطم في مصر وذلك عام ٢٠١٦ ، وقد بلغت مساحة الخضار بدمياط

نحو ١٤.١٧٢ الف فدان بإجمالي إنتاج نحو ١٧٣.٧١٤ الف طن ، وبلغت مساحة الطماطم بدمياط ٢.٨٠٦ الف فدان بإجمالي إنتاج نحو ١٧.٣٧١ الف طن تمثل نحو ١٩.٠٨ % ، ٠.١٠ % من مساحة وإنتاج الخضار بدمياط عام ٢٠١٦ .

مشكلة البحث :

تتمثل مشكلة البحث في أن محصول الطماطم يتسم بسرعة القابلية للتلف وارتفاع نسبة الفاقد به ، الأمر الذي يتطلب أداء مختلف الوظائف التسويقية المتعلقة به بمستوى مرتفع من الكفاءة ، فضلا عن ارتفاع عدم التأكد واللايقين والذي يؤدي إلى زيادة حدة التقلبات السعرية عند مختلف مستوياتها إضافة إلى ارتفاع الفروق التسويقية ومن ثم انخفاض نصيب المنتج للطماطم من جنيهه المستهلك ، كما أن المشكلات التي تواجه تسويق الطماطم أكثر تعقيدا من المشكلات التي تواجه إنتاجه ، الأمر الذي يستلزم أهمية دراسة مختلف الجوانب التسويقية المتعلقة بمحصول الطماطم خلال المراحل التسويقية وإلقاء الضوء على الهوامش والتكاليف والكفاءة التسويقية للطماطم.

هدف البحث:

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

- دراسة تطور أهم المتغيرات الاقتصادية لمحصول الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفتره (٢٠١٦-٢٠٠٠). دراسة المؤشرات التسويقية للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفتره (٢٠١٦-٢٠٠٠)
- دراسة المؤشرات التسويقية للطماطم الصيفي بدمياط موسم ٢٠١٨
- دراسة أهم المشاكل التي تواجه منتجي وتجار الجملة والتجزئة خلال العملية التسويقية للطماطم الصيفي بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٨ .
- التوصل إلى مجموعة من المقترحات لمواجهة المشكلات التي تواجه منتجي وتجار الجملة والتجزئة التسويقية للطماطم الصيفي بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٨

مؤشرات المعادلة رقم (١) بالجدول رقم (٢) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو ٢.٠٣٧ ألف فدان يمثل نحو ٠.٤١% من متوسطها وان هذه الزيادة غير مؤكدة معنويا من الناحية الاحصائية مما يشير الى الثبات النسبي للمساحة المزروعة من الطماطم حول متوسطها السنوي.

كما اوضحت البيانات الواردة بالجدول رقم (١) ان انتاج الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) قد تراوح بين حد ادنى بلغ نحو ٦٣٣٤ الف طن عام ٢٠٠١ وحاد اقصى نحو ١٠٢٧٩ الف طن عام ٢٠٠٩ وبمتوسط سنوي بلغ نحو ٨٠٧٠.٢٣٥ الف طن وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور انتاج الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٢) بالجدول رقم (٢) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو ٨١.٢٧٠ الف طن يمثل نحو ١.٠١% من متوسطة وان هذه الزيادة غير مؤكدة معنويا من الناحية الاحصائية.

وبدراسة مؤشرات الجدول رقم (١) تبين ان الاستهلاك المحلي من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) قد تراوح بين حد ادنى بلغ نحو ٦٣٣٤ الف طن عام ٢٠٠١ وحاد اقصى نحو ١٠٢١٢ الف طن عام ٢٠٠٩ وبمتوسط سنوي بلغ نحو ٧٩٨٩.٤١٢ الف طن وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الاستهلاك المحلي من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٣) بالجدول رقم (٢) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو ٦٤.٧٧ الف طن يمثل نحو ٠.٨١% من متوسطها وان هذه الزيادة غير مؤكدة معنويا من الناحية الاحصائية.

كما اوضحت البيانات الواردة بالجدول رقم (١) الصادرات من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) حيث تراوحت بين حد ادنى بلغ نحو الف طن عام ٢٠٠٣ وحاد اقصى بلغ نحو ٢٧٢ الف طن عام ٢٠١٦ وبمتوسط سنوي بلغ نحو ٩٥.٠٥٩ الف طن وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الصادرات من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٤) بالجدول رقم (٢) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو ١٨.٠٠٧ الف طن يمثل نحو ١٨.٩٤% من متوسطها وان هذه الزيادة مؤكدة معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنوي ١% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو ٨٥% من التغيرات في من الصادرات من الطماطم يرجع الى العوامل التي يعكس اثرها عنصر الزمن.

وفيما يتعلق بتطور الواردات من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) قد اوضحت البيانات الواردة بالجدول رقم انها تراوحت بين حد ادنى بلغ نحو الف طن عام ٢٠٠١ وحاد اقصى بلغ نحو ٤٩٩ الف طن عام ٢٠١١ وبمتوسط سنوي بلغ نحو ١١.١١٨ الف طن وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الواردات من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٥) بالجدول رقم (٢) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو ٤١٧ الف طن يمثل نحو ١٢.٧٤% من متوسطها وان هذه الزيادة مؤكدة معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنوي ٥% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو ٣٤% من التغيرات في الواردات من الطماطم يرجع الى العوامل التي يعكس اثرها عنصر الزمن.

الطريقة البحثية

اعتمدت الدراسة على اسلوبين الوصفي والكمي متمثلا في معادلات الاتجاه الزمني العام والنسب المئوية والمتوسطات وبعض مؤشرات الكفاءة الاقتصادية التسويقية وغيرها من الاساليب والادوات الاحصائية المستخدمة في تحليل البيانات وعرض النتائج المتحصل عليها.

واعتمدت الدراسة على مصدرين رئيسيين للبيانات: اولهما بيانات ثانوية منشورة من وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء، مديرية الزراعة، ومركز المعلومات بمحافظة دمياط. علاوة على الرسائل والبحوث والوريات العلمية وغيرها ذات الصلة بموضوع البحث، وثانيهما بيانات اولية لدراسة ميدانية من خلال استمارة استبيان صممت خصيصا لغرض البحث تم جمعها من المنتجين وتجار الجملة والتجزئة بدائرة محافظة دمياط وذلك خلال شهري يونيه ويوليو عام ٢٠١٨.

عينة الدراسة الميدانية:

بأجراء الحصر لمساحات الطماطم الصيفي موسم ٢٠١٨ من واقع سجلات إدارة الاحصاء بمديرية الزراعة بدمياط تبين ان المساحة المنزرعة بها بلغت نحو ٤٥٥٠٠ فدان بإجمالي ١٠٦١ حائزا موزعة على مراكزها بواقع ١٣٥،١٦،١٦،٧٥،٢٢٧ فدان ونحو ٥١،٨،٨،٢،٩١١،٨٩،٢٠٠ حائزا لكل من مركز دمياط، فارسكور، كفر سعد، الزرقاء، كفر الطيخ على التوالي^(٧)، كما تبين أن أعلى مركز كفر الطيخ من حيث المساحة المنزرعة وعدد الحائزين حيث مثل نحو ٨٤.٣٣%، ٨٥.٨٦% من إجمالي المساحة وعدد الحائزين بالمحافظة، وتم سحب عينة عشوائية قوامها ٥٠ حائزا تبعا للأهمية النسبية لعدد الحائزين به، أما بالنسبة لأسواق الجملة فقد تبين من واقع سجلات مركز المعلومات بالمحافظة ان عددهم ٢ سوق جملة تم أخذ السوقيين عمدا (حيث لا يوجد غيرهما بالمحافظة) وتبين ان عدد تجار الجملة بهما نحو ١٠٢ منهم ٥٥ تاجر بسوق شطا ونحو ٤٧ تاجر بسوق دمياط الجديدة وتم سحب عينة عشوائية قوامها ١٢ تاجر جملة من سوق شطا ونحو ٩ تاجر جملة بسوق دمياط الجديدة بإجمالي ٢١ تاجر جملة، وفيما يتعلق بتجار التجزئة (محلات التجزئة) فقد تم سحب عينة عشوائية بواقع ١٦، ١٢ تاجر تجزئة من مركزي كفر سعد ودمياط على التوالي بإجمالي نحو ٢٨ تاجر تجزئة، وفيما يتعلق بالباية المتجولين فهم منتشرين بكثرة في مدن وقرى المحافظة وتم سحب عينة بالصدفة قوامها ٢٦ تاجر متجول بواقع ١٤، ١٢ من مركزي كفر سعد ودمياط على التوالي لأنهما يمثلان أكبر مراكز المحافظة من حيث عدد التجار بهما.

النتائج

اولا تطور بعض المتغيرات الاقتصادية للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠):

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (١) الى أن مساحة الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) قد تراوحت بين حد ادنى بلغ نحو ٤٣٠ الف فدان عام ٢٠٠١ وحاد اقصى نحو ٦٠٠ الف فدان عام ٢٠٠٩ وبمتوسط سنوي بلغ نحو ٤٩٦.٨٢ الف فدان وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور مساحة الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من

جدول ١. تطور بعض المتغيرات الاقتصادية للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠)

السنة	المساحة (الف فدان)	الإنتاج (الف طن)	الإستهلاك المحلي (الف طن)	الصادرات (الف طن)	الواردات (الف طن)	الفاقد (الف طن)	متوسط نصيب الفرد كجم /سنة	الإكتفاء الذاتي %
٢٠٠٠	٤٦٥	٦٨٠٤	٦٨٠٦	٧	٩	٦٨١	٧٩.٥	١٠٠.٠٣
٢٠٠١	٤٣٠	٦٣٣٨	٦٣٣٤	٥	١	٦٣٤	٧٢.٤	٩٩.٩٤
٢٠٠٢	٤٥٥	٦٧٨٩	٦٧٨٥	٥	١	٦٧٩	٧٤.٦	٩٩.٩٤
٢٠٠٣	٤٥٩	٧١٥٧	٧١٥٤	٤	١	٧١٥	٧٨.٦	٩٩.٩٦
٢٠٠٤	٤٦٥	٧٦٩٤	٧٦٨٨	٧	١	٧٦٩	٨٢.٨	٩٩.٩٢
٢٠٠٥	٤٩٥	٨٤٤٠	٨٤٢٠	٢٢	٢	١٠١٠	٨٧	٩٩.٧٦
٢٠٠٦	٥٢٤	٨٦٦٦	٨٦٦٠	٨	٢	١٢٩٩	٩٥.١	٩٩.٩٣
٢٠٠٧	٥٣٧	٨٧١٩	٨٦٩٢	٢٩	٢	١٤٧٨	٩١.١	٩٩.٦٩
٢٠٠٨	٥٧٢	٩٢٦٧	٩٢١٧	٥٩	٩	٢٣٠٤	٨٥.٤	٩٩.٤٦
٢٠٠٩	٦٠٠	١٠٢٧٩	١٠٢١٢	١٤٢	٢٠	٢٥٥٣	٩٢.٧	٩٩.٣٤
٢٠١٠	٥١٥	٨٥٨٧	٨٤٥٩	١٤٢	١٤	٢١١٥	٧٤.٩	٩٨.٥٠
٢٠١١	٥٠٦	٨١٢٤	٨٠٩٢	٨١	٤٩	٢٠٢٣	٧٠.٢	٩٩.٦٠
٢٠١٢	٥١٥	٨٦٣٩	٨٥٣٢	١٢٤	١٧	٢١٣٣	٧٢.١	٩٨.٧٦
٢٠١٣	٤٨٩	٨٣٠٧	٨٠٩٨	٢١٦	٩	٢٤٢٩	٦٢.٣	٩٧.٤٨
٢٠١٤	٥١٠	٨٣٠٣	٨٠٧٢	٢٤٥	١٠	٢٤٢٢	٦٠.٥	٩٧.٢١
٢٠١٥	٤٦٩	٧٧٦٠	٧٥٣٢	٢٤٨	٢٠	٢١٣٤	٥٦.١	٩٨.٨٢
٢٠١٦	٤٤٠	٧٣٢١	٧٠٦٧	٢٧٢	٢٢	٢٠١٣	٥١.٦	٩٦.٥٣
المتوسط	٤٩٦.٨٢٤	٨٠٧٠.٢٣٥	٧٩٨٩.٤١٢	٩٥.٠٥٩	١١.١١٨	١٦١١.٢٣٥	٧٥.٧٠	٩٩.١١

المصدر: جمع وحسب من:

وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي - قطاع الشؤون الاقتصادية - نشرات الإحصاءات الزراعية - أعداد مختلفة.
وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي - قطاع الشؤون الاقتصادية - الميزان الغذائي المصري - أعداد مختلفة.

وبدراسة مؤشرات الجدول رقم (١) يتضح أن الفاقد من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) قد تراوح بين حد ادنى بلغ نحو ٦٣٤ الف طن عام ٢٠٠١ وحاد اقصى نحو ٢٥٥٣ الف طن عام ٢٠٠٩

وبدراسة مؤشرات الجدول رقم (١) يتضح أن الفاقد من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) قد تراوح بين حد ادنى بلغ نحو ٦٣٤ الف طن عام ٢٠٠١ وحاد اقصى نحو ٢٥٥٣ الف طن عام ٢٠٠٩

يمثل نحو ٧.٨١% من متوسطه وان هذه الزيادة مؤكده معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه ١% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو ٧٦% من التغيرات فى الفاقد من الطماطم يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن.

كما أشارت البيانات الواردة بالجدول رقم (١) الى تطور متوسط نصيب الفرد من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) تراوحت بين حد ادنى بلغ نحو ٩٦.٥٣ % عام ٢٠١٦ وحد اقصى بلغ نحو ١٠٠.٠٣% عام ٢٠٠٠ وبمتوسط سنوى بلغ نحو ٩٩.١١% وبدراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور نسبة الاكتفاء الذاتى من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٨) بالجدول رقم (٢) انها تتناقص سنويا بنحو ٠.١٨% وان هذا التناقص مؤكد معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه ١% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو ٦٩% من التغيرات فى نسبة الاكتفاء الذاتى من الطماطم يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن.

كما أشارت البيانات الواردة بالجدول رقم (١) الى تطور متوسط نصيب الفرد من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) حيث تراوح بين حد ادنى بلغ نحو ٥١.٦ كجم/سنة عام ٢٠١٦ وحد اقصى نحو ٩٥.١ كجم /سنة عام ٢٠٠٦ وبمتوسط سنوى بلغ نحو ٧٥.٧ كجم /سنة وبدراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور متوسط نصيب الفرد من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٧) بالجدول رقم (٢) انه يتناقص سنويا بما يقدر بنحو ١.٥٥٧ كجم / سنة يمثل نحو ٢.٠٥% من متوسطه وان هذه التناقص مؤكدمعنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه ١% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو ٣٨% من التغيرات فى

جدول ٢. معادلات الاتجاه الزمنى العام لتطور بعض المتغيرات الاقتصادية للطماطم فى جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠)

رقم المعادلة	البيان	المعادلة	ر	ف	المتوسط (الف طن)	معدل التغير %
(١)	المساحة (ألف فدان)	ص ^١ = ٤٧٨.٤٩٣ + ٢.٠٣٧ س ^١ (٠.٨٩٦)	٠.٥١	٠.٨٠٣	٤٩٦.٨٢٤	٠.٤١
(٢)	الإنتاج (ألف طن)	ص ^٢ = ٧٣٣٨.٨٠٩ + ٨١.٢٧٠ س ^٢ (١.٧٥٦)	٠.١٧	٣.٠٨٣	٨٠٧.٢٣٥	١.٠١
(٣)	الإستهلاك المحلى (ألف طن)	ص ^٣ = ٧٤٠٦.٤٨٥ + ٦٤.٧٧٠ س ^٣ (١.٣٦٢)	٠.١١	١.٨٥٤	٧٩٨٩.٤١٢	٠.٨١
(٤)	الصادرات (ألف طن)	ص ^٤ = ٦٧.٠١ + ١٨.٠٠٧ س ^٤ (٩.١٧٩)	٠.٨٥	(٨٤.٢٥٧)**	٩٥.٠٥٩	١٨.٩٤
(٥)	الواردات (ألف طن)	ص ^٥ = ١.٤١٧ + ١.٦٣٢ س ^٥ (٢.٧٦٣)	٠.٣٤	(٧.٦٣٤)*	١١.١١٨	١٢.٧٤
(٦)	الفاقد (ألف طن)	ص ^٦ = ٤٧٧.٧٢١ + ١٢٥.٩٤٦ س ^٦ (٦.٩١٥)	٠.٧٦	(٤٧.٨٢١)**	١٦١١.٢٣٥	٧.٨١
(٧)	متوسط نصيب الفرد كجم /سنة	ص ^٧ = ٨٩.٧١٦ - ١.٥٥٧ س ^٧ (٣.٠٩)**	٠.٣٨	(٩.٠٥٣)**	٧٥.٧٠	٢.٠٥
(٨)	الإكتفاء الذاتى %	ص ^٨ = ١٠٠.٧١٩ - ٠.١٧٩ س ^٨ (٥.٧٥٥)**	٠.٦٩	(٣٣.١١٥)**	٩٩.١١	٠.١٨

(*ممعنوى عند مستوى ٠.٠٥ ، (**معنوى عند مستوى ٠.٠١ ، الأرقام بين الأقواس هي قيمة "ت" المحسوبة حيث ص^١ = القيمة التقديرية للمتغير التابع فى السنة هـ ، س = متغير الزمن ، هـ = ١ ، ٢ ، ٣ ، ، ٢٠

معدل التغير = المتوسط الحسابى / معامل الإتحاد ١٠٠% المصدر : حسب من البيانات الواردة بالجدول رقم (١) بالبحث.

الاتجاه الزمنى العام لتطور سعر المنتج من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (١) بالجدول رقم (٤) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو ٧٦.٩٥٦ جنيه /طن يمثل نحو ٩.٠٨% من متوسطة وان هذه الزيادة مؤكده معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه ١% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو ٨٨% من التغيرات فى سعر المنتج من الطماطم يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن.

ثانيا تطور اسعار المنتج والجملة والتجزئة للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠):

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (٣) الى تطور سعر المنتج من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) حيث تراوح بين حد ادنى بلغ نحو ٣٧٤ جنيه/ طن عام ٢٠٠١ وحد اقصى نحو ١٤٦٠ جنيه /طن عام ٢٠١١ وبمتوسط بلغ نحو ٨٤٧.٤١٢ جنيه / طن وبدراسة

جدول ٣. تطور اسعار المنتج والجملة والتجزئة للطماطم جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠)

السنة	سعر المنتج* (جنيه/طن)	سعر الجملة (جنيه/طن)	سعر التجزئة (جنيه/طن)	تكاليف الإنتاج* (جنيه/طن)
٢٠٠٠	٣٨٩	٤٤٩	٧٣٧	١٧٧
٢٠٠١	٣٧٤	٦٤٣	٩١٩	١٨١
٢٠٠٢	٣٨٤	٦٣٨	٨٦٥	١٨٥
٢٠٠٣	٤٤٩	٨٣٨	١١٢٩	١٨٧
٢٠٠٤	٥١٦	٧٣٦	١٢٣٩	١٩٢
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
المتوسط	٨٤٧.٤١٢	١٦٣٦.٠٥٩	٢٣٥٠.٧٦٥	٢٥٠.٧٠٦

*متوسط عروات الطماطم الثلاثة.

المصدر: جمعت وحسبت من :

- الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء - النشرة السنوية لأسعار السلع الغذائية (منتج- جملة - تجزئة) أعداد مختلفة .

- جدول رقم (١) بالمحقق .

سعر الجملة من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٢) بالجدول رقم (٤) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو ١٨٧.٢١٣ جنيه/طن يمثل نحو ١١.٤٤% من متوسطة وان هذه الزيادة مؤكده معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه ١% كما يشير معامل التحديد الى ان

واوضحت بيانات الجدول رقم (٣) أن سعرا لجملة من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) تراوح بين حد ادنى بلغ نحو ٤٤٩ جنيه / طن عام ٢٠٠٠ وحد اقصى نحو ٤٢٢٠ جنيه / طن عام ٢٠١٢ وبمتوسط بلغ نحو ١٦٣٦.٠٥٩ جنيه/طن وبدراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (١) الى أن تكاليف انتاج الطن من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) تراوحت بين حد ادنى بلغ نحو ١٧٧ جنيه/طن عام ٢٠٠٠ وحد اقصى نحو ٤٧٢ جنيه /طن عام ٢٠١٦ وبمتوسط بلغ نحو ٢٥٠.٧٠٦ جنيه/طن وبدراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور تكاليف الانتاج للطن من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٤) بالجدول رقم (٤) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو ١٤.١٦٢ جنيه/طن يمثل نحو ٥.٦٤% من متوسطه. وان هذه الزيادة مؤكدة معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه ١% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو ٨٠% من التغيرات فى تكاليف الانتاج للطن من الطماطم يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن.

نحو ٧١% من التغيرات فى سعر الجملة من الطماطم يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن. وبدراسة البيانات الواردة بالجدول رقم (١) يتبين أن سعر التجزئة للطن من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) تراوح بين حد ادنى بلغ نحو ٧٣٧ جنيه /طن عام ٢٠٠٠ وحد اقصى نحو ٥٠٦٠ جنيه/طن عام ٢٠١٢ وبمتوسط بلغ نحو ٢٣٥٠.٧٦٥ جنيه/طن وبدراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور سعر التجزئة للطن من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٣) بالجدول رقم (٤) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو ٢٥٨.٧٤٠ جنيه /طن يمثل نحو ١١.٠١% من متوسطه وان هذه الزيادة مؤكدة معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه ١% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو ٨١% من التغيرات فى سعر التجزئة من الطماطم يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن.

معدل التغير	المتوسط	ف	ر	المعادلة	رقم المعادلة	معدلات الاتجاه الزمنى العام لتطور سعر المنتج والجملة والتجزئة والتكاليف للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠)
٩.٠٨	٨٤٧.٤١٢	** (١١٠.٠٨٤)	٠.٨٨	$ص_د = ٧٦.٩٥٦ + ١٦٥.٦٥٤ س_د$ ** (١٠.٤٩٢)	١	سعر المنتج (جنيه/طن)
١١.٤٤	١٦٣٦.٠٥٩	** (٣٦.٩٤١)	٠.٧١	$ص_د = ١٨٧.٢١٣ + ٤٨.٨٦٠ س_د$ ** (٦.٠٧٨)	٢	سعر الجملة (جنيه/طن)
١١.٠١	٢٣٥٠.٧٦٥	** (٦٥.٤٣٦)	٠.٨١	$ص_د = ٢٥٨.٧٤٠ + ٢٢.١٠٣ س_د$ ** (٨.٠٨٩)	٣	سعر التجزئة (جنيه/طن)
٥.٦٤	٢٥٠.٧٠٦	** (٦١.٧٠٧)	٠.٨٠	$ص_د = ١٤.١٦٢ + ١٢٣.٢٥٠ س_د$ ** (٧.٨٥٥)	٤	التكاليف (جنيه/طن)

(*) معنوى عند مستوى ٠.٠٥ ، (**) معنوى عند مستوى ٠.٠١ ، الأرقام بين الأقواس هي قيمة "ت" المحسوبة حيث ص^١ = القيمة التقديرية للمتغير التابع فى السنة هـ ، س = متغير الزمن ، هـ = ١ ، ٢ ، ٣ ، ، ٢٠
معدل التغير = المتوسط الحسابى / معامل الاحتمال ١٠٠٪
المصدر: حسب من البيانات الواردة بالجدول رقم (٣) بالبحث

٣- نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك للطماطم خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١٦)

بدراسة البيانات الواردة بالجدول رقم (٥) يتضح ان نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك فى تسويق طن من الطماطم فى جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) قد انخفض من نحو ٣٩.٠٨% عام ٢٠٠٠ الى نحو ٣١.٥٥% عام ٢٠١٦ بانخفاض قدره نحو ٧.٥٣% مقارنة بعام ٢٠٠٠ وقد تراوح نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك حده الادنى بنحو ١٦.٦٠% عام ٢٠١٢ وحده الاقصى بنحو ٥٤.٦٨% عام ٢٠٠٦ وبمتوسط بلغ نحو ٣٢.٠٧٨٢% خلال الفترة المذكورة وبدراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٣) بالجدول رقم (٦) انه يتناقص بنحو ٠.٣٣٩% يمثل حوالى ١.٠٥٧% من متوسطة السنوى وان هذا التناقص غير مؤكد معنويا من الناحية الاحصائية.

٤- نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك للطماطم خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١٦)

كما أوضحت البيانات الواردة بالجدول المذكور أن نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك فى تسويق طن من الطماطم فى جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) قد زاد من نحو ٤٧.٢٢% عام ٢٠٠٠ الى نحو ٦٦.٠٠% عام ٢٠١٦ بزيادة قدرها نحو ١٨.٧٨% مقارنة بعام ٢٠٠٠ وقد تراوح نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك حده الادنى بنحو ٤٧.٢٢% عام ٢٠٠٠ وحده الاقصى بنحو ٧٤.٢٥% عام ٢٠١٢ وبمتوسط بلغ نحو ٦٠.٨٩٤١% خلال الفترة المذكورة وبدراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٤) بالجدول رقم (٦) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو ٠.٩٠٩% يمثل نحو ١.٤٩٣% من متوسطة السنوى وان هذه الزيادة مؤكدة معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه ١% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو ٥٦% من التغيرات فى نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك للطماطم يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن، ويتضح من العرض السابق لمؤشرات نصيب المنتج من جنيه المستهلك ونصيب الوسطاء من جنيه المستهلك إنخفاض نصيب المنتج من جنيه المستهلك أصلاً واتجاهه الى الإنخفاض بمرور الزمن، وارتفاع نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك للطماطم مع اتجاهه للإرتفاع بمرور الزمن ، وكذلك إرتفاع نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك بمرور الزمن الأمر الذى قد يشير الى وجود اتجاهات إحتكارية فى سوق الجملة لتجارة الطماطم

ثالثاً: المؤشرات التسويقية للطماطم فى جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١٦):

أ- تطور توزيع جنيه المستهلك للطماطم فى جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١٦):

١- نصيب المنتج من جنيه المستهلك للطماطم خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١٦)

يوضح الجدول رقم (٥) تطور نصيب المنتج من جنيه المستهلك للطماطم فى جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) حيث اوضح انه انخفض من نحو ٥٢.٧٨% عام ٢٠٠٠ الى نحو ٣٤% عام ٢٠١٦ بنسبة انخفاض بلغت نحو ١٨.٧٨% مقارنة بعام ٢٠٠٠ وقد تراوح نصيب المنتج من جنيه المستهلك الناتج عن تسويق طن من الطماطم حده الادنى بنحو ٢٥.٧٥% عام ٢٠١٢ وحده الاقصى بنحو ٥٢.٧٨% عام ٢٠٠٠ وبمتوسط بلغ نحو ٣٩.١١% خلال فترة الدراسة وبدراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور نصيب المنتج من جنيه المستهلك الناتج عن تسويق طن من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (١) بالجدول رقم (٦) انه يتناقص سنويا بنحو ٠.٩٠٩% يمثل نحو ٢.٢٣% من متوسطه السنوى وان هذا التناقص مؤكد معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه ١% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو ٥٦% من التغيرات فى نصيب المنتج من جنيه المستهلك للطماطم يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن.

٢- نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك للطماطم خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١٦)

تبين مؤشرات الجدول رقم (٥) تطور نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك للطماطم فى جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١٦) حيث اوضحت انه زاد من نحو ٨.١٤% عام ٢٠٠٠ الى نحو ٣٤.٤٥% عام ٢٠١٦ بزيادة قدرت بنحو ٢٦.٣١% مقارنة بعام ٢٠٠٠ وقد بلغ نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك حده الادنى بنحو ٧.٨٩% عام ٢٠٠٦ وحده الاقصى بنحو ٥٧.٦٥% عام ٢٠١٢ وبمتوسط بلغ نحو ٢٨.٨٢% خلال الفترة المذكورة وبدراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٢) بالجدول رقم (٦) انه يتزايد سنويا بنحو ١.٢٤٨% يمثل نحو ٤.٣٣١% من متوسطة السنوى وان هذه الزيادة مؤكدة معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه ٥% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو ٢٩% من التغيرات فى نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك للطماطم يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن

جدول ٥. تطور توزيع جنيته المستهلك والهوامش والكفاءة التسويقية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠)

السنة	توزيع جنيته المستهلك				الهوامش التسويقية				معامل الكفاءة التسويقية %	مجموع الفروق التسويقية			
	نصيب المنتج (١)	نصيب تاجر الجملة (٢)	نصيب تاجر نصيب تاجر التجزئة (٣)	نصيب الوسيط (٣+٢) (٤)	جملة - منتج		تجزئه - منتج						
					مطلق (٥)	نسبي % (٦)	مطلق (٧)	نسبي % (٨)			مطلق (٩)	نسبي % (١٠)	
٢٠٠٠	٥٢.٧٨	٨.١٤	٣٩.٠٨	٤٧.٢٢	٦.٠	١٣.٣٦	٢٨٨	٣٩.٠٨	٢٨٨	٣٤٨	٤٧.٢٢	٣٤٨	٣٣.٧١
٢٠٠١	٤٠.٧٠	٢٩.٢٧	٣٠.٠٣	٥٩.٣٠	٢٦٩	٤١.٨٣	٢٧٦	٣٠.٠٣	٢٧٦	٥٤٥	٥٩.٣٠	٥٤٥	٢٤.٩٣
٢٠٠٢	٤٤.٣٩	٢٩.٣٧	٢٦.٢٤	٥٥.٦١	٢٥٤	٣٩.٨١	٢٢٧	٢٦.٢٤	٢٢٧	٤٨١	٥٥.٦١	٤٨١	٢٧.٧٨
٢٠٠٣	٣٩.٧٧	٣٤.٤٥	٢٥.٧٨	٦٠.٢٣	٣٨٩	٤٦.٤٢	٢٩١	٢٥.٧٨	٢٩١	٦٨٠	٦٠.٢٣	٦٨٠	٢١.٥٧
٢٠٠٤	٤١.٦٤	١٧.٧٦	٤٠.٦٠	٥٨.٣٦	٢٢٠	٢٩.٨٩	٥٠.٣	٤٠.٦٠	٥٠.٣	٧٢٣	٥٨.٣٦	٧٢٣	٢٠.٩٨
٢٠٠٥	٤٢.١١	١٩.٧٣	٣٨.١٦	٥٧.٨٩	٢٤٥	٣١.٩٠	٤٧٤	٣٨.١٦	٤٧٤	٧١٩	٥٧.٨٩	٧١٩	٢١.٤٢
٢٠٠٦	٣٧.٤٣	٧.٨٩	٥٤.٦٨	٦٢.٥٧	١٣٤	١٧.٤٠	٩٢٩	٥٤.٦٨	٩٢٩	١٠٦٣	٦٢.٥٧	١٠٦٣	١٦.٠٠
٢٠٠٧	٤٥.٦١	٢٩.٢٤	٢٥.١٥	٥٤.٣٩	٣٨٦	٣٩.٠٧	٣٣٢	٢٥.١٥	٣٣٢	٧١٨	٥٤.٣٩	٧١٨	٢٢.٥٥
٢٠٠٨	٤١.٥٣	٣١.٨٥	٢٦.٦٢	٥٨.٤٧	٦٢٢	٤٣.٤١	٥٢٠	٢٦.٦٢	٥٢٠	١١٤٢	٥٨.٤٧	١١٤٢	١٦.٠٩
٢٠٠٩	٤٢.٦٨	٢٦.٦٨	٣٤.٦٤	٥٧.٣٢	٣٤٧	٣٤.٧٠	٥٣٠	٣٤.٦٤	٥٣٠	٨٧٧	٥٧.٣٢	٨٧٧	٢١.٢٧
٢٠١٠	٣٦.٤٥	٣٢.٣٠	٣١.٢٥	٦٣.٥٥	٨٢٧	٤٦.٩٩	٨٠٠	٣١.٢٥	٨٠٠	١٦٢٧	٦٣.٥٥	١٦٢٧	١٤.٠٥
٢٠١١	٣٦.٣٢	٣٧.٥٦	٢٦.١٢	٦٣.٦٨	١٥١٠	٥٠.٨٤	١٠٥٠	٢٦.١٢	١٠٥٠	٢٥٦٠	٦٣.٦٨	٢٥٦٠	٩.٦٧
٢٠١٢	٢٥.٧٥	٥٧.٦٥	١٦.٦٠	٧٤.٢٥	٢٩١٧	٦٩.١٢	٨٤٠	١٦.٦٠	٨٤٠	٣٧٥٧	٧٤.٢٥	٣٧٥٧	٦.٨٧
٢٠١٣	٣٨.٤٥	٢٥.٤٨	٣٦.٠٧	٦١.٥٥	٨٦٩	٣٩.٨٦	١٢٣٠	٣٦.٠٧	١٢٣٠	٢.٩٩	٦١.٥٥	٢.٩٩	١٢.٣٦
٢٠١٤	٣٣.٢٧	٣٥.٠٩	٣١.٦٤	٦٦.٧٣	١٣٨٦	٥١.٣٣	١٢٥٠	٣١.٦٤	١٢٥٠	٢٢٣٦	٦٦.٧٣	٢٢٣٦	١١.٥٢
٢٠١٥	٣١.٩٢	٣٦.٩٦	٣١.١٢	٦٨.٠٨	١٥٥٦	٥٣.٦٥	١٣١٠	٣١.١٢	١٣١٠	٢٨٦٦	٦٨.٠٨	٢٨٦٦	١١.١٦
٢٠١٦	٣٤.٠٠	٣٤.٤٥	٣١.٥٥	٦٦.٠٠	١٤١٩	٥٠.٣٢	١٣٠٠	٣١.٥٥	١٣٠٠	٢٧١٩	٦٦.٠٠	٢٧١٩	١٤.٧٩
المتوسط	٣٩.١١	٢٨.٨٢	٣٢.٠٨	٦٠.٨٩	٧٨٨.٨٢	٤١.١٧	٧١٤.٧١	٣٢.٠٨	٣٢.٠٨	١٥٠٣.٤	٦٠.٨٩	١٥٠٣.٤	١٨.٤٢٤

(١) = (سعر المنتج) / (سعر التجزئة) × ١٠٠
 (٢) = ((سعر الجملة - سعر المنتج) / (سعر الجملة - سعر التجزئة)) × ١٠٠
 (٣) = ((سعر التجزئة) - (سعر الجملة)) / (سعر التجزئة) × ١٠٠
 (٤) = نصيب الوسيط (٣+٢)
 (٥) = (سعر الجملة - سعر المنتج)
 (٦) = (سعر الجملة - سعر المنتج) / (سعر الجملة - سعر التجزئة) × ١٠٠
 (٧) = (سعر التجزئة - سعر الجملة) / (سعر التجزئة - سعر المنتج) × ١٠٠
 (٨) = (سعر التجزئة - سعر الجملة) / (سعر التجزئة - سعر المنتج) × ١٠٠
 (٩) = (سعر التجزئة - سعر المنتج) / (سعر التجزئة - سعر المنتج) × ١٠٠
 (١٠) = (سعر التجزئة - سعر المنتج) / (سعر التجزئة - سعر المنتج) × ١٠٠
 الكفاءة التسويقية للطاقم كالتالي:

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

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الجدول رقم (٣).

جدول ٦. معادلات الاتجاه الزمني العام لتطور توزيع جنيته للمستهلك والهوامش والكفاءة التسويقية للطاقم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠).

رقم المعادلة	المؤشرات التسويقية	المعادلة	٢	ف	المتوسط	معدل التغير %
١	نصيب المنتج من جنيته المستهلك (%)	ص ^١ = ٤٧.٢٨٦ - ٠.٩٠٩ س ^١	٠.٥٦	(١٩.٠٤٩)	٣٩.١٠٥٩	٢.٢٣٤
٢	نصيب تاجر الجملة من جنيته المستهلك (%)	ص ^٢ = ١٧.٥٨٦ + ١.٢٤٨ س ^٢	٠.٢٩	(٦.٠٢٠)	٢٨.٨١٥٩	٤.٣٣١
٣	نصيب تاجر التجزئة من جنيته المستهلك (%)	ص ^٣ = ٣٥.١٣٨ - ٠.٣٣٩ س ^٣	٠.٠٤	(٠.٦٥٢)	٣٢.٧٨٢	١.٠٥٧
٤	نصيب الوسيط من جنيته المستهلك (%)	ص ^٤ = ٥٢.٧١٤ + ٠.٩٠٩ س ^٤	٠.٥٦	(١٩.٠٤٩)	٦٠.٨٩٤١	١.٤٩٣
٥	هوامش تسويقية مطلقة/جملة - منتج (جنيه/طن)	ص ^٥ = ٢٠٣.٨٩ - ١١٠.٣٠١ س ^٥	٠.٥٥	(١٨.٨٩)	٧٨٨.٨٢٣٥	١٣.٩٨٣
٦	هوامش تسويقية نسبية/جملة - منتج (%)	ص ^٦ = ٢٦.٠٩٨ + ١.٦٧٥ س ^٦	٠.٤٠	(٩.٨٥٧)	٤١.١٧٠٦	٤.٠٦٨
٧	هوامش تسويقية مطلقة (تجزئه - جملة) (جنيه/طن)	ص ^٧ = ٧٠.٩٦٣ + ٧١.٥٢٧ س ^٧	٠.٨٢	(٦٨.٦٤٤)	٧١٤.٧٠٥٩	١٠.٠٠٨
٨	هوامش تسويقية نسبية (تجزئه - جملة) (%)	ص ^٨ = ٣٥.١٢٨ - ٠.٣٣٩ س ^٨	٠.٠٤	(٠.٦٥)	٣٢.٠٧٨٢	١.٠٥٧
٩	هوامش تسويقية مطلقة (تجزئه - منتج) (جنيه/طن)	ص ^٩ = ١٣٢.٩٢٦ - ١٨١.٨٢٨ س ^٩	٠.٧٦	(٤٧.٨٥٦)	١٥٠.٣٠٢٩	١٢.٠٩٣
١٠	هوامش تسويقية نسبية (تجزئه - منتج) (%)	ص ^{١٠} = ٥٢.٧١٤ + ٠.٩٠٩ س ^{١٠}	٠.٥٦	(١٩.٠٤٩)	٦٠.٨٩٤١	١.٤٩٣
١١	الكفاءة التسويقية (%)	ص ^{١١} = ٢٨.٨١٢ - ١.١٩٧ س ^{١١}	٠.٧٣	(٤٠.١٣٨)	١٨.٤٢٤	٦.٦٣٤

(*) معنوي عند مستوى ٠.٠٥، (** معنوي عند مستوى ٠.٠١، الأرقام بين الأقواس هي قيمة "ت" المحسوبة حيث ص^١ = القيمة التقديرية للمتغير التابع في السنة ه، س = متغير الزمن، ه = ٢٠٠١، ٢٠٠٢، ٢٠١٦
 معدل التغير = المتوسط الحسابي / معامل الاحداث × ١٠٠
 المصدر: جمعت وحسبت من الجدول رقم (٥) بالبحث.

ارتفع من نحو ٦٠ جنيه / طن عام ٢٠٠٠ الى نحو ١٤١٩ جنيه / طن عام ٢٠١٦ بزيادة قدرت بنحو ١٣٥٩ جنيه / طن مقارنة بعام ٢٠٠٠ وقد بلغ حده الأدنى نحو ٦٠ جنيه / طن عام ٢٠٠٠ وحده الأقصى نحو ٢٩١٧ جنيه / طن عام ٢٠١٢ وبمتوسط نحو ٧٨٨.٦٥ جنيه / طن وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتى تاجر الجملة والمنتج خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٥) بالجدول رقم (٦) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو ١١٠.٣٠١ جنيه/طن يمثل نحو ١٣.٩٨٣% من

ب - الهوامش التسويقية للطاقم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠)

١- الهامش التسويقي بين مرحلتى تاجر الجملة والمنتج للطاقم خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠)

باستعراض البيانات الواردة بالجدول رقم (٥) يتبين ان الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتى تاجر الجملة والمنتج الناتج عن تسويق طن من الطماطم فى جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) تبين أنه

سنويا بما يقدر بنحو ٠.٩٠٩% يمثل نحو ١.٤٩٣% من متوسطه السنوي وان هذه الزيادة مؤكدة معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه ١% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو ٥٦% من التغيرات في الهامش التسويقي النسبي بين مرحلتى تاجر التجزئه و المنتج للطماطم يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن ، ويتضح مما سبق ارتفاع الهامش التسويقي سواء المقدر بصورة مطلقة أو بصورة نسبية على مختلف المسارات التسويقية من المنتج الى تاجر الجملة أو الى تاجر التجزئه الأمر الذى يتسق مع النتائج السابقة لارتفاع مؤشرات نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك وإخفاض نصيب المنتج من جنيه المستهلك.

ج - الكفاءة التسويقية للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠)

أوضحت مؤشرات الجدول رقم (٥) تطور الكفاءة التسويقية للطماطم خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) حيث انخفضت الكفاءة التسويقية للطماطم من نحو ٣٣.٧١% عام ٢٠٠٠ إلى نحو ١٤.٧٩% عام ٢٠١٦ بانخفاض بلغ نحو ١٨.٩٢% مقارنة بعام ٢٠٠٠ وقد بلغت الكفاءة التسويقية للطماطم خلال الفترة المذكورة حدها الأدنى نحو ٦.٨٧% عام ٢٠١٢ وحدها الأقصى نحو ٣٣.٧١% عام ٢٠٠٠ وبمتوسط بلغ نحو ١٨.٠٤٢٤% ودراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور الكفاءة التسويقية للطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (١١) بالجدول رقم (٦) انها تتناقص سنويا بما يقدر بنحو ١.١٩٧% يمثل نحو ٦.٦٣% من متوسطها السنوي وان هذا التناقص مؤكّد معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه ١% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو ٧٣% من التغيرات فى الكفاءة التسويقية للطماطم خلال فترة الدراسة يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن وقد يعزى الانخفاض فى الكفاءة التسويقية للطماطم خلال فترة الدراسة إلى سرعة قابليتها للتلف وزيادة التقلبات السريعة التى تتعرض لها سنويا علاوة على احتكار كبار التجار لتسويق الطماطم وخاصة فى أسواق الجملة أوقات نقص الإنتاج منها الأمر الذى يؤدى إلى زيادة أرباح الوسطاء فى العملية التسويقية وانخفاض سعر المنتج ومن ثم تتخفف الكفاءة التسويقية لها ، ويتسق النتائج الخاصة بانخفاض الكفاءة التسويقية للطماطم مع النتائج السابق ذكرها من إنخفاض نصيب المنتج من جنيه المستهلك وارتفاع نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك ، وكذلك ارتفاع الهامش التسويقي للطماطم عند كافة المسالك التسويقية لها.

رابعا : اقتصاديات تسويق الطماطم الصيفى فى عينة البحث الميدانية فى

محافظة دمياط موسم ٢٠١٨ :

أ- المسالك التسويقية للطماطم الصيفى بعينة البحث الميدانية لمحافظة دمياط موسم ٢٠١٨ :

يتبين من خلال بيانات العينة الميدانية والمقابلة الشخصية للمنتجين وتجار الجملة والتجزئه بمحافظة دمياط خلال تسويق الطماطم الصيفى أن المنتج يقوم بعمليات الجمع والفرز والتدريج والتعبئة والنقل لأسواق الجملة والتسويق لتاجر الجملة على ان يقوم تاجر الجملة بحمل كافة تكاليف العمليات السابقة علاوة على أرباح يتحصل عليها تتراوح بين ٨-١٠% من قيمة الطماطم ثم يقوم ببيعها أما لتجار التجزئه (محلات التجزئه) أو ببيعها للبايعين المتجولين وهم يحصلون على النسبة الأكبر من الكميات المباعة أو يقوم ببيعها للفطامين (الموزعين) الذين يقوم بدورهم لتحمل كافة التكاليف علاوة على حصولهم على أرباح تتراوح من ٨-١٠% من قيمة الطماطم وهم بدورهم يوزعون الطماطم على محلات التجزئه التى تقوم ببيعها للمستهلك وهم يحصلون على نسبة قليلة من الكميات المباعة من تاجر الجملة .

ب - الأهمية النسبية لبندو التكاليف التسويقية للطماطم الصيفى بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٨ :

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (٧) إلى أهم بنود التكاليف التسويقية للطماطم الصيفى بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٨ حيث أوضحت مؤشرات أن متوسط التكاليف الإنتاجية لطن الطماطم الصيفى بمحافظة دمياط قد بلغ نحو ١٢٥٨.٤٣ جنيه / طن فى حين بلغت التكاليف التسويقية لطن المباع من الطماطم الصيفى على مستوى تاجر الجملة نحو ٥٩٣.٠٣ جنيه / طن وقد احتلت تكلفة الجمع والفرز المرتبة الأولى بنحو ٢٤٠ جنيه / طن تمثل نحو ٤٠.٤٧% وذلك لارتفاع قيمة العمالة المطلوبه لها ليلها فى المرتبة الثانية تكلفة النقل الجمله بنحو ١١٠.٥٣ جنيه / طن تمثل نحو ١٨.٦٤% لارتفاع أسعار الوقود، يأتي بعد ذلك فى المرتبة الثالثة تكلفة العبوات بنحو ١٠٠ جنيه / طن تمثل نحو ١٦.٨٦% يليها فى المرتبة الرابعة تكلفة التدريج والتعبئة بنحو ٦٠ جنيه / طن تمثل نحو ١٠.١٢% يليها فى المرتبة الخامسة أجرة عمال التفريغ فى سوق الجملة بنحو ٣٥ جنيه / طن تمثل نحو ٥.٩٠% يليها فى المرتبة السادسة تكلفة الرسوم المحلية بنحو ٢٥ جنيه / طن تمثل نحو ٤.٢٢% ثم يأتي فى المرتبة السابعة والأخيرة تكلفة عمولة السماسرة بنحو ٢٢.٥ جنيه / طن تمثل نحو ٣.٧٩% وفيما يتعلق بالتكاليف التسويقية على مستوى تاجر التجزئه (محلات التجزئه) قد بلغت

متوسطه السنوي وان هذه الزيادة مؤكدة معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه ١% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو ٥٥% من التغيرات فى الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتى تاجر الجملة و المنتج للطماطم يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن ، فى حين تبين ان الهامش التسويقي النسبي بين تاجر الجملة و المنتج للطماطم خلال نفس الفترة قد زاد من نحو ١٣.٣٦% عام ٢٠٠٠ إلى نحو ٥٠.٣٢% عام ٢٠١٦ بزيادة قدرت بنحو ٣٦.٩٦% مقارنة بعام ٢٠٠٠ وقد تراوح حده الأدنى نحو ١٣.٣٦% عام ٢٠٠٠ وحده الأقصى نحو ٦٩.١٢% عام ٢٠١٢ وبمتوسط بلغ نحو ٤١.١٧% خلال الفترة المذكورة ودراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور الهامش التسويقي النسبي بين مرحلتى تاجر الجملة و المنتج خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٦) بالجدول رقم (٦) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو ١.٦٧٥% يمثل نحو ٤.٠٦٨% من متوسطه وان هذه الزيادة مؤكدة معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه ١% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو ٤٠% من التغيرات فى الهامش التسويقي النسبي بين مرحلتى تاجر الجملة و المنتج للطماطم يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن .

٢- الهامش التسويقي بين مرحلتى تاجر التجزئه و تاجر الجملة للطماطم خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠)

يتضح من بيانات الجدول رقم (٥) ان الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتى تاجر التجزئه وتاجر الجملة للطماطم فى جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) قد ارتفع من نحو ٢٨٨ جنيه / طن عام ٢٠٠٠ إلى نحو ١٣٠٠ جنيه / طن عام ٢٠١٦ بزيادة تمثل بنحو ٣٥١.٣٩% مقارنة بعام ٢٠٠٠ وقد بلغ حده الأدنى نحو ٢٢٧ جنيه / طن عام ٢٠٠٢ وحده الأقصى نحو ٣١٠٠ جنيه / طن عام ٢٠١٥ وبمتوسط نحو ٧١٤.٧٠٥٩ جنيه / طن ودراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتى تاجر التجزئه وتاجر الجملة خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٧) بالجدول رقم (٦) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو ٧١.٥٢٧% جنيه/طن يمثل نحو ١٠.٠٠٨% من متوسطه السنوي وان هذه الزيادة مؤكدة معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه ١% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو ٨٢% من التغيرات فى الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتى تاجر التجزئه و تاجر الجملة يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن ، فى حين تبين ان الهامش التسويقي النسبي بين تاجر التجزئه و تاجر الجملة للطماطم خلال نفس الفترة قد انخفض من نحو ٣٩.٠٨% عام ٢٠٠٠ إلى نحو ٣١.٥٥% عام ٢٠١٦ تمثل نحو ٧.٣٥% مقارنة بعام ٢٠٠٠ حيث بلغ حده الأدنى نحو ١٦.٦٠% عام ٢٠١٢ وحده الأقصى نحو ٥٤.٦٨% عام ٢٠٠٦ وبمتوسط بلغ نحو ٣٢.٠٨% خلال الفترة المذكورة ودراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور الهامش التسويقي النسبي بين مرحلتى تاجر التجزئه و تاجر الجملة خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٨) بالجدول رقم (٦) انه يتناقص سنويا بنحو ٠.٣٣٩% يمثل نحو ١.٠٥٧% من متوسطه السنوي وان هذا التناقص غير مؤكّد معنويا من الناحية الاحصائية .

٣ - الهامش التسويقي بين مرحلتى تاجر التجزئه و المنتج للطماطم خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠)

تتسّر البيانات الوارده بالجدول رقم (٥) الى تطور الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتى تاجر التجزئه و المنتج للطماطم فى جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠) انه ارتفع من نحو ٣٤٨ جنيه / طن عام ٢٠٠٠ إلى نحو ٢٧١٩ جنيه / طن عام ٢٠١٦ بزيادة تمثل بنحو ٦٨١.٣٢% مقارنة بعام ٢٠٠٠ وقد تراوح حده الأدنى نحو ٣٤٨ جنيه / طن عام ٢٠٠٠ وحده الأقصى نحو ٣٧٥٧ جنيه / طن عام ٢٠١٢ وبمتوسط نحو ١٥٣٩.٥٢٩ جنيه / طن ودراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتى تاجر التجزئه و المنتج خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (٩) بالجدول رقم (٦) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو ١٨١.٨٢٨% جنيه/طن يمثل نحو ١٢.٠٩٣% من متوسطه السنوي وان هذه الزيادة مؤكدة معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه ١% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو ٧٦% من التغيرات فى الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتى تاجر التجزئه و المنتج للطماطم يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن ، فى حين تبين ان الهامش التسويقي النسبي بين تاجر التجزئه و المنتج للطماطم خلال نفس الفترة تبين انه زاد من نحو ٤٧.٢٢% عام ٢٠٠٠ إلى نحو ٦٦.٠٠% عام ٢٠١٦ بزيادة قدرت بنحو ١٨.٧٨% مقارنة بعام ٢٠٠٠ حيث بلغ حده الأدنى نحو ٤٧.٢٢% عام ٢٠٠٠ وحده الأقصى نحو ٧٤.٢٥% عام ٢٠١٢ وبمتوسط بلغ نحو ٦٠.٨٩٤% خلال الفترة المذكورة ودراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور الهامش التسويقي النسبي بين مرحلتى تاجر التجزئه و المنتج خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (١٠) بالجدول رقم (٦) انه يتزايد

٢٠.٤١% يليها في المرتبة الثالثة والأخيرة تكلفة عمولة سماسرة بنحو ٢٢.٥ جنيهه / طن تمثل نحو ١٨.٣٧%.

ج- أهم مؤشرات الكفاءة التسويقية للطماطم الصيفي في محافظة دمياط موسم ٢٠١٨:

الكفاءة 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 كالعامل ورأس المال والإدارة.^(٧)

١- توزيع جنيه المستهلك للطماطم الصيفي في محافظة دمياط موسم ٢٠١٨

يعتبر من الأمور الهامة في تسويق المنتجات الزراعية معرفة نسبة توزيع سعر المستهلك الذي يدفعه للحصول على وحدة من الناتج النهائي بين الوسطاء التسويقيين والمنتج أي معرفة النسبة المئوية لكل من الطرفين في سعر المستهلك.

جدول ٧. الأهمية النسبية لبندوات التكاليف التسويقية للطماطم الصيفي بعينة الدراسة الميدانية في محافظة دمياط لموسم الإنتاج عام ٢٠١٨ (جنيه/الطن)

البيان	القيمة	%	البيوع لتاجر التجزئة	البيوع للباعة المتجولين
متوسط التكاليف الإنتاجية (سعر البيوع المزرعي)	١٤٠٠	١٢٥٨.٤٣	النقل خارج سوق الجملة	-
جمع + فرز	٢٤٠	٤٠.٤٧	اجور عمال	-
تدريج وتعبئة	٦٠	١٠.١٢	عبوات	٦١.٢٢
عبوات	١٠٠	١٦.٨٦	رسوم خروج من السوق	٢٥.٤١
النقل لسوق الجملة ورسوم ميزان	١١٠.٥٣	١٨.٦٤	إيجار محل التجزئة	-
اجرة عمال تفريغ في سوق الجملة	٣٥	٥.٩٠	اجور عمال بيع	-
عمولة سماسرة	٢٢.٥	٣.٧٩	مصرفات إدارية وتأمينات	-
رسوم محلية (ارضية)	٢٥	٤.٢٢	عمولة سماسرة	١٨.٣٧
التكاليف التسويقية لتاجر الجملة	٥٩٣.٠٣	١٠٠	التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة	١٠٠
سعر بيع تاجر الجملة	٢٢٠٠	-	سعر بيع تاجر التجزئة	٣٣٥٠

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات استمارات الإستبيان لعينة البحث الميدانية ٢٠١٨.

– نصيب المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة والوسطاء من جنيه المستهلك للطماطم الصيفي بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٨:

توضح بيانات الجدول رقم (٨) أنه خلال البيوع من تاجر الجملة الى تاجر التجزئة (محلات التجزئة) قد بلغ متوسط نصيب المنتج من جنيه المستهلك للطماطم الصيفي من بعينة البحث الميدانية في محافظة دمياط موسم ٢٠١٨ بلغ حوالي ٣١.١١% بينما بلغ متوسط نصيب كل من تاجر الجملة وتاجر التجزئة نحو ١٧.٧٨% ، ٥١.١١% من جنيه المستهلك للطماطم الصيفي على الترتيب ، في حين بلغ متوسط نصيب الوسطاء من جنيه

جدول ٨. توزيع نصيب جنيه المستهلك لعينة البحث الميدانية للطماطم الصيفي في محافظة دمياط موسم ٢٠١٨

سعر المنتج (١)	سعر الجملة (٢)	سعر التجزئة (٣)	نصيب المنتج من جنيه المستهلك (٤)	نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك (٥)	نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك (٦)	نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك (٧)
١٤٠٠	٢٢٠٠	٤٥٠٠	٣١.١١	١٧.٧٨	٥١.١١	٦٨.٨٩
		٣٣٥٠	٤١.٧٩	٢٣.٨٨	٣٤.٣٣	٥٨.٢١

$$\begin{aligned} \text{نصيب المنتج (٤)} &= (1) \times (3) / (1) = 100 \times 3 / (1) = 300 \\ \text{نصيب تاجر التجزئة (٦)} &= (2) - (3) = 2200 - 3350 = -1150 \\ \text{نصيب تاجر الجملة (٥)} &= (1) - (2) = 1400 - 2200 = -800 \\ \text{الوسطاء (٧)} &= (٥) + (٦) \end{aligned}$$

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات الجدول رقم (٧)

– الهوامش التسويقية للطماطم الصيفي بعينة البحث الميدانية في محافظة دمياط موسم ٢٠١٨:

– الهوامش التسويقية للطماطم الصيفي في محافظة دمياط موسم ٢٠١٨:

الهوامش التسويقية بين مرحلتي (تاجر الجملة والمنتج) ، (تاجر التجزئة وتاجر الجملة) ، (تاجر التجزئة والمنتج) للطماطم الصيفي بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٨ قد وضحت بيانات الجدول رقم (٩) أنه خلال المسلك التسويقي من تاجر الجملة الى تاجر التجزئة (محلات التجزئة) فإن الهامش التسويقي المطلق بين تاجر الجملة والمنتج من تسويق الطماطم الصيفي في عينة البحث الميدانية في محافظة دمياط موسم ٢٠١٨ بلغ حوالي ٨٠٠ جنيهها/ / للطن ، في حين تبين أن الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالي ٣٦.٣٦% ، كما يتبين من الجدول المذكور أن الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة وتاجر الجملة للطماطم الصيفي بعينة البحث بلغ حوالي ٢٣٠٠ جنيهها/ / للطن ، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالي ٥١.١١% ، كما يتبين من الجدول المذكور أن الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة والمنتج للطماطم الصيفي بلغ حوالي

٣١٠٠ جنيهها/ / للطن ، والهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالي ٦٨.٩٨% ، أما خلال المسلك التسويقي من تاجر الجملة الى الباعة المتجولين فإن الهامش التسويقي المطلق بين تاجر الجملة والمنتج من تسويق الطماطم الصيفي في عينة البحث الميدانية في محافظة دمياط موسم ٢٠١٨ بلغ حوالي ٨٠٠ جنيهها/ / للطن ، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالي ٣٦.٣٦% ، كما يتبين من الجدول المذكور أن الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة وتاجر الجملة للطماطم الصيفي بعينة البحث بلغ حوالي ١١٥٠ جنيهها/ / للطن ، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالي ٣٤.٣٣% ، كما يتبين من الجدول المذكور أن الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة والمنتج للطماطم الصيفي بلغ حوالي ١٩٥٠ جنيهها/ / للطن ، و الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالي ٥٨.٢١% وقد يعزى إنخفاض الهامش التسويقي في المسلك التسويقي الثاني لإنخفاض التكاليف التسويقية علاوة على إنخفاض سعر التجزئة مقارنة بالمسلك التسويقي الأول.

جدول ٩. الهوامش التسويقية للطماطم الصيفية لعينة الدراسة الميدانية في محافظة دمياط خلال الموسم ٢٠١٨

المسلك التسويقي لتاجر الجملة	جملة - منتج		تجزئة - جملة		الهوامش التسويقية	
	مطلق (١)	نسبي (٢)	مطلق (٣)	نسبي (٤)	مطلق (٥)	نسبي (٦)
مجالات التجزئة	٨٠٠	٣٦.٣٦	٢٣٠٠	٥١.١١	٣١٠٠	٦٨.٩٨
الباعة المتجولين	٨٠٠	٣٦.٣٦	١١٥٠	٣٤.٣٣	١٩٥٠	٥٨.٢١

الهوامش التسويقية لإنتاج الطماطم الصيفية:

- ١- جملة - منتج (مطلق) = (سعر الجملة - سعر المنتج)
- ٢- جملة - منتج (نسبي) = (سعر الجملة - سعر المنتج) / سعر الجملة × ١٠٠
- ٣- تجزئة - جملة (مطلق) = (سعر التجزئة - سعر الجملة)
- ٤- تجزئة - جملة (نسبي) = (سعر التجزئة - سعر الجملة) / سعر التجزئة × ١٠٠
- ٥- تجزئة - منتج (مطلق) = (سعر التجزئة - سعر المنتج)
- ٦- تجزئة - منتج (نسبي) = (سعر التجزئة - سعر المنتج) / سعر التجزئة × ١٠٠

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الجدول (٧)

٣- الكفاءة التسويقية للطماطم الصيفية لعينة البحث الميدانية في محافظة دمياط خلال عام ٢٠١٨:

تبين من دراسة مؤشرات الجدول رقم (١٠) الكفاءة التسويقية للطماطم الصيفية من خلال عينة الدراسة الميدانية لمحافظة دمياط موسم ٢٠١٨، حيث أوضحت مؤشراته أن أرباح تاجر الجملة الناتجة عن بيع طن من الطماطم الصيفية بلغت نحو ٢٠٦.٩٧ جنيهها / طن لكل من المسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محلات تجزئة) والمسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى الباعة المتجولين، بينما بلغت أرباح تاجر التجزئة نحو ١٧٤.٣٠، ١٠٢٧.٥٠ جنيه/طن لكل من المسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محلات تجزئة) والمسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى الباعة المتجولين على التوالي كما تبين من البيانات الواردة بالجدول المذكور أن أرباح الوسطاء الناتجة عن بيع طن من الطماطم الصيفية بلغت نحو ١٢٣٤.٤٧، ١٩٢١.٢٧ جنيهها / طن لكل من المسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محلات تجزئة) والمسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى الباعة المتجولين، مما سبق يتضح زيادة كل التكاليف التسويقية وأرباح الوسطاء بنحو ٤٦٣.٢٠، ٦٨٦.٨٠ جنيه/طن تمثل نحو ٦٤.٧٣%، ٥٥.٦٣% خلال المسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محلات تجزئة) مقارنة بالمسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى الباعة المتجولين وقد يعزى إلى تعدد بنود التكاليف علاوة على ارتفاع السعر الذي يحصل عليه تاجر التجزئة.

وفيما يتعلق بالكفاءة التسويقية للطماطم الصيفية قد بلغت نحو ٢٨.٨٧، ٣٩.٢٢% لكل من المسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محلات تجزئة) والمسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى الباعة المتجولين مما يعنى انخفاضها

جدول ١٠. مؤشرات الكفاءة التسويقية للطماطم الصيفية بعينة البحث الميدانية في محافظة دمياط موسم ٢٠١٨ (جنيه/طن)

البيانات	البيع من تاجر الجملة إلى محلات التجزئة	البيع من تاجر الجملة إلى الباعة المتجولين
التكاليف الإنتاجية	١٢٥٨.٤٣	١٢٥٨.٤٣
التكاليف التسويقية	١١٧٨.٧٣	٧١٥.٥٣
أرباح تاجر الجملة	٢٠٦.٩٧	٢٠٦.٩٧
أرباح تاجر التجزئة	١٧٤.٣٠	١٠٢٧.٥٠
أرباح الوسطاء	١٩٢١.٢٧	١٢٣٤.٤٧
الهوامش التسويقية	٣١٠٠	١٩٥٠
الكفاءة التسويقية *	٢٨.٨٧	٣٩.٢٢

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

الكفاءة التسويقية للطماطم كالتالي:

مجموع الفروق التسويقية

$$= 100 - \frac{\text{مجموع الفروق التسويقية}}{\text{مجموع الفروق التسويقية + تكلفة انتاج الطن}}$$

ويعزى ذلك إلى انخفاض السعر الذي يحصل عليه المنتج علاوة على ارتفاع السعر الذي يدفعه المستهلك، وقد يرجع ارتفاع الكفاءة التسويقية من تاجر الجملة إلى الباعة المتجولين إلى انخفاض التكاليف التي يتحملها بالنسبة لأصحاب محلات التجزئة ويتضح مما سبق أن هناك اتساق بين نتائج مؤشرات الكفاءة التسويقية للطماطم الصيفية بعينة الدراسة الميدانية ونتائج الكفاءة التسويقية السابق احتسابها من البيانات الثانوية من حيث انخفاض الكفاءة التسويقية للطماطم بمختلف المسالك التسويقية لها.

د- مشاكل تسويق الطماطم الصيفية بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٨:

تعددت وتتوعدت المشاكل التي تواجه تسويق الطماطم الصيفية بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٨ والتي قد تساعد على عدم

تحقيق التسويق الكفاء 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 الصيفية بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٨:

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (١١) إلى أهم المشاكل التسويقية للطماطم الصيفية من وجهة نظر المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة من كما تم ترتيبها تبعاً للأهمية النسبية كما يلي.

- أهم المشاكل الإنتاجية والتسويقية من وجهة نظر المنتج:

أوضحت مؤشرات الجدول (١١) آراء بعض المبحوثين من المنتجين للطماطم الصيفية بالعينة البحثية بالمحافظة موسم ٢٠١٨ حول أهم المشاكل الإنتاجية والتسويقية ويمكن استعراض بعض المشاكل وفقاً للترتيب النسبي، فقد جاءت مشكلة ارتفاع تكاليف ومستلزمات الإنتاج خاصة المبيدات والأسمدة والتقاوى والأيدى العاملة في المرتبة الأولى بنسبة ٢٤.٤٢% يليها في المرتبة الثانية مشكلة زيادة كمية الفاقد في الطماطم خاصة في العروة الصيفية لارتفاع درجة الحرارة بنسبة ٢٢.٠٩% ثم تأتي مشكلة ارتفاع التكاليف التسويقية وأرباح الوسطاء لصالح تاجر الجملة والتجزئة التي تصل إلى ٦٠-٥٠% من سعر المستهلك في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت نحو ١٨.٠٢% 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 ١٢.٧٩% ويأتي بعد ذلك في المرتبة الخامسة ارتفاع تكاليف النقل بنسبة بلغت نحو ٩.٨٩% يليها في المرتبة السادسة تحرك كبار تجار الجملة والسماصرة في السعر وذلك بالتسابق فيما بينهم على تحديد سعر المزارع مما يؤدي إلى انخفاض صافي العائد للمزارع بنسبة بلغت نحو ٧.٥٦% بينما يأتي في المرتبة السابعة والأخيرة عدم توفر المعلومات التسويقية لدى المزارع عن الأسعار والكميات المعروضة بنسبة بلغت نحو ٥.٢٣%.

- أهم المشاكل التسويقية من وجهة نظر تاجر الجملة:

يتضح من مؤشرات الجدول رقم (١١) آراء بعض المبحوثين من تاجر الجملة للطماطم الصيفية بالعينة البحثية بالمحافظة موسم ٢٠١٨ حول أهم المشاكل الإنتاجية والتسويقية التي تواجههم ويمكن استعراض بعض المشاكل وفقاً للترتيب النسبي، فقد جاءت مشكلة عدم كفاءة وسائل النقل الحالية وارتفاع تكاليفها لبعد المسافة بين المزارع وسوق الجملة بنسبة بلغت نحو ١٠٠%.

- أهم المشاكل التسويقية من وجهة نظر تاجر التجزئة:

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (١١) إلى أهم آراء تاجر التجزئة حول أهم المشكلات التي تواجههم في تسويق الطماطم الصيفية بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٨ حيث جاءت في مقدمة تلك المشكلات مشكلة قيام بعض المزارعين بتعبئة الطماطم في العبوات بطريقة تظهر ثمار ذات جودة جيدة في الطبقات العليا والجوانب من العبوة بينما الطبقات السفلى والداخلية توجد بها نوعيات غير جيدة أقل في مستوى جودتها مما يزيد من كمية الفاقد في الطماطم بنسبة بلغت نحو ٤٠% في حين احتلت مشكلة تحرك تاجر الجملة في الأسعار والكميات المرتبة الثانية بنسبة بلغت نحو ٣١.١١% ثم يأتي بعد ذلك في المرتبة الثالثة مشكلة ارتفاع تكاليف عملية النقل بنسبة بلغت نحو ١٥.٥٦% يليها في المرتبة الرابعة والأخيرة مشكلة عدم الدقة في عمليات الفرز والتدريج التي يقوم بها المزارعين بنسبة بلغت نحو ١٣.٣٣%.

٢- التكرار النسبي لمقترحات المنتجين وتاجر الجملة وتاجر التجزئة للتغلب على أهم المشاكل التسويقية التي تواجههم بعينة الدراسة الميدانية للطماطم الصيفية بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٨

الإنتاج بنسبة بلغت نحو ٤٤.٣٣ % يليها في المرتبة الثانية من حيث اراء المزارعين لحل مشاكلهم الاعتماد على شتلات الطماطم المنتجة من خلال المراكز البحثية بنسبة بلغت نحو ٣٢.٩٩ % ثم ياتي بعد ذلك في المرتبة الثالثة و الاخيرة تشجيع التسويق التعاوني من خلال تفعيل دور الجمعية التعاونية لتسويق الخضر بالمحافظة وذلك لخفض الأسعار بالنسبة للمستهلك مع رفع نصيب المنتج في نفس الوقت بالنسبة لنصيب الوسطاء بنسبة بلغت نحو ٢٢.٦٨ %.

- التكرار النسبي لآراء منتجي الطماطم الصيفي حول أهم المقترحات للتغلب على اهم المشاكل الانتاجية والتسويقية بعينة البحث الميدانية بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٨ :

باستعراض بيانات الجدول رقم (١٢) يتضح تعدد اراء منتجي الطماطم الصيفي بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٨ حول أهم المقترحات التي يجب اتباعها للمساهمة في حل اهم مشاكل المزارعين بعينة البحث حيث جاء في مقدمة هذه الآراء تقديم دعم من الدولة للمزارعين خاصة لمستلزمات

جدول ١١. التكرار النسبي لآراء المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة للطماطم الصيفي حول المشكلات الانتاجية و التسويقية التي تواجههم بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٨ .

المشاكل	التكرار	%
أولاً/من وجهة نظر المنتج		
- عدم توفر شتلات جيدة النمو مما يؤدي الى موتها خلال مراحل النمو وبالتالي انخفاض الإنتاجية والإنتاج فينخفض العائد للمزارعين.	٢٢	١٢.٧٩
- ارتفاع تكاليف ومستلزمات الإنتاج خاصة المبيدات والأسمدة والتقاوى والأيدى العاملة .	٤٢	٢٤.٤٢
- عدم توفر المعلومات التسويقية لدى الزراع على الأسعار والكميات المعروضة .	٩	٥.٢٣
- ارتفاع تكاليف النقل .	١٧	٩.٨٩
- زيادة كمية الفاقد في الطماطم خاصة في العروة الصيفية لارتفاع درجة الحرارة .	٣٨	٢٢.٠٩
- تحكم كبار تجار الجملة والسماصرة في السعر وذلك بالتنسيق فيما بينهم على تحديد سعر المزارع مما يؤدي إلى انخفاض صافي العائد للمزارع .	١٣	٧.٥٦
- ارتفاع التكاليف التسويقية وأرباح الوسطاء لصالح تاجر الجملة والتجزئة التي تصل إلى ٥٠-٦٠% من سعر المستهلك .	٣١	١٨.٠٢
الإجمالي	١٧٣	١٠٠
ثانياً/ من وجهة نظر تاجر الجملة		
- عدم كفاءة وسائل النقل الحالية وارتفاع تكاليفها لبعد المسافة بين المزارع وسوق الجملة .	٨	١٠٠
الإجمالي	٨	١٠٠
ثالثاً/ من وجهة نظر تاجر التجزئة		
- قيام بعض المزارعين بتعبئة الطماطم في العبوات بطريقة تظهر ثمار ذات جودة جيدة في الطبقات العليا والجوانب من العروة بينما الطبقات السفلى والداخلية توجد بها نوعيات غير جيدة أقل في مستوى جودتها مما يزيد من كمية الفاقد في الطماطم .	٣٦	٤٠
- ارتفاع تكاليف عملية النقل .	١٤	١٥.٥٦
- تحكم تاجر الجملة في الأسعار والكميات .	٢٨	٣١.١١
- عدم الدقة في عمليات الفرز والتبريد التي يقوم بها المزارعين.	١٢	١٣.٣٣
الإجمالي	٩٠	١٠٠

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات استمارة الإستهيبان الخاصة بالبحث لموسم الإنتاج ٢٠١٨ .

جدول ١٢. التكرار النسبي لمقترحات المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة للتغلب على المشاكل التسويقية التي تواجههم بعينة الدراسة الميدانية للطماطم الصيفي بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٨

الحلول والمقترحات	التكرار	%
آراء المنتجين:		
- الاعتماد على شتلات الطماطم المنتجة من خلال المراكز البحثية .	٣٢	٣٢.٩٩
- تقديم دعم من الدولة للمزارعين خاصة لمستلزمات الإنتاج .	٤٣	٤٤.٣٣
- إدخال التسويق التعاوني من خلال تفعيل دور الجمعية التعاونية لتسويق الخضر بالمحافظة وذلك لخفض الأسعار بالنسبة للمستهلك مع رفع نصيب المنتج في نفس الوقت بالنسبة لنصيب الوسطاء.	٢٢	٢٢.٦٨
الإجمالي	٩٧	١٠٠
آراء تجار الجملة:		
- العمل على إنشاء مصانع لتصنيع وتعبئة الطماطم وذلك لخفض الفاقد منها .	٨	٥٧.١٤
- تفعيل دور الرقابة على البائعين للتجزئة من جانب الحكومة للحد من رفع الأسعار وجشع التجار بالنسبة للمستهلك.	٦	٤٢.٨٦
الإجمالي	١٤	١٠٠
آراء تجار التجزئة:		
- عدم قيام المشتري بعملية الفرز للطماطم عند الشراء لتقليل نسبة الفاقد منها.	٤٢	٤٧.١٩
- تجنب نقل الطماطم أوقات الظهيرة والعمل على نقلها في الصباح الباكر حتى لا تؤدي الحرارة المرتفعة الى زيادة نسبة التلف منها .	٢٨	٣١.٤٦
- استخدام وسائل تعبئة مرتفعة الجودة للمحافظة على الطماطم من التلف وتقليل نسبة الفاقد منها علاوة على استخدام وسائل نقل حديثة للحد منه .	١٩	٢١.٣٥
الإجمالي	٨٩	١٠٠

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات استمارة الإستهيبان الخاصة بالبحث لموسم ٢٠١٨

- التكرار النسبي لآراء تجار التجزئة للطماطم الصيفي حول أهم المقترحات للتغلب على اهم المشاكل التسويقية التي تواجههم بعينة البحث الميدانية بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٨ :

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (١٢) الى التكرار النسبي لآراء تجار التجزئة للطماطم الصيفي حول أهم المقترحات للتغلب على مشاكلهم حيث اوضحت مؤشرات أن أهم المقترحات للتغلب على أهم مشاكلهم ياتي في مقدمتها عدم قيام المشتري بعملية الفرز للطماطم عند الشراء لتقليل نسبة الفاقد منها بنسبة بلغت نحو ٤٧.١٩ % . يليها في المرتبة الثانية تجنب نقل الطماطم أوقات الظهيرة والعمل على نقلها في الصباح الباكر حتى لا تؤدي الحرارة المرتفعة الى زيادة نسبة التلف منها بنسبة بلغت نحو ٣١.٤٦ % يليها في المرتبة الاخيرة استخدام وسائل تعبئة مرتفعة الجودة للمحافظة على الطماطم من التلف وتقليل نسبة الفاقد منها بنسبة بلغت نحو ٢١.٣٥ %.

- التكرار النسبي لآراء تجار الجملة للطماطم الصيفي حول أهم المقترحات للتغلب على اهم المشاكل التسويقية بعينة البحث الميدانية بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٨ :

اوضحت البيانات الواردة بالجدول رقم (١٢) التكرار النسبي لآراء تجار الجملة للطماطم الصيفي لمقترحات التغلب على اهم 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 ٥٧.١٤ % . يليها دور الرقابة على البائعين للتجزئة من جانب الحكومة للحد من رفع الأسعار وجشع التجار بالنسبة للمستهلك بنسبة بلغت نحو ٤٢.٨٦ %.

جميل عبد الحميد جاب الله (دكتور) ، حامد عبد الشافي هدهد (دكتور)
محاضرات في التسويق الزراعي ، قسم الاقتصاد الزراعي ن كلية
الزراعة جامعة المنصورة ٢٠٠٣ .
ذكريا أحمد عزام (دكتور)، عبد الباسط حسونه (دكتور)، مصطفى سعيد الشبخ
(دكتور) التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق – دار المسيرة
للنشر والتوزيع – الأردن – عمان ٢٠٠٩ .
الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء ، النشرة السنوية لأسعار السلع الغذائية
(منتج-جملة – تجزئة) ، أعداد متفرقة .
محافظة دمياط ، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار .
مديرية الزراعة بدمياط – إدارة الشؤون الزراعية – سجلات الإحصاء .
وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي – قطاع الشؤون الاقتصادية – نشرات
الإحصاءات الزراعية – أعداد مختلفة .
وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي – قطاع الشؤون الاقتصادية – نشرة
الميزان الغذائي – أعداد مختلفة
وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي – قطاع الشؤون الاقتصادية – نشرة
الأسعار المزرعية – أعداد مختلفة

اهم التوصيات :

- تشجيع التسويق التعاوني من خلال تفعيل دور الجمعية التعاونية لتسويق
الخضر بمحافظة دمياط للقيام بتسويق الطماطم من المنتجين الى المستهلكين
مباشرة لإختصار سلسلة الوسطاء وذلك بفتح منافذ تسويقية من خلالها الحد
من احتكار تجار الجملة والعمل على خفض الاسعار للمستهلك مع الحفاظ
على نصيب عادل للمنتج .
- العمل على تجنب نقل الطماطم اوقات الظهيرة مع استخدام وسائل نقل
حديثة لتقليل كمية الفاقد منها وذلك من خلال تفعيل دور الارشاد الزراعي
لتوعية المزارعين .
- تفعيل دور الرقابة من جانب الحكومة على بائعين التجزئة للحد من فع
الاسعار وجشع التجار لصالح كل من المنتج والمستهلك .

المراجع

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

الملحق

جدول ١. تطور المساحة والإنتاجية والتكاليف والسعر المزرعي للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠٠٠ – ٢٠١٦)

السنة	العروة الصيفي			العروة الشتوي			العروة النيلي				
	المساحة (ألف فدان)	الإنتاجية الفدانية (طن)	التكاليف (جنيه/فدان)	السعر المزرعي (جنيه/طن)	المساحة (ألف فدان)	الإنتاجية الفدانية (طن)	التكاليف (جنيه/فدان)	السعر المزرعي (جنيه/طن)	المساحة (ألف فدان)	الإنتاجية الفدانية (طن)	التكاليف (جنيه/فدان)
٢٠٠٠	٢١١.٣٧	١٣.٣٩	٢٦٦.٠٨	٤٧٠.٦	١٧٧.٢٢	١٦.٢٧	٢٧١٩.٣	٣٩١	٧٦.٥٧	١٣.٩٩	٢٤٢٤.٩
٢٠٠١	٢٠٠.٨٦	١٣.٣٣	٢٧٢٩.٧	٤١٨.٧	١٥٧.٧٩	١٦.٨٧	٢٧٧٥.٨	٣٩٢.٩	٧١.٥٦	١٣.٨١	٢٣٩٢
٢٠٠٢	٢٠٣.٠٨	١٣.٣٣	٢٧٧٥	٤٤٢	١٧٢.٧٨	١٧.٣٥	٢٩٨١	٣٩٧	٧٩.١٣	١٣.٥٥	٢٣٥٤
٢٠٠٣	٢٠٣.٦١	١٣.٧٧	٣٠٠.٨	٤٥٩	١٧٩.٠٨	١٧.٥	٣١٩٠	٦٠٠	٧٦.٥٩	١٥.٦٩	٢٥١٣
٢٠٠٤	١٩٨.٧٠	١٤.٧٦	٣٥٠.٣	٤٥١	١٩٨.٣٧	١٨.٠٥	٣٣٨٤	٤٩٢	٦٧.٤٢	١٦.٧٤	٢٥١٥
٢٠٠٥	٢١٥.٤٦	١٥.٢٦	٣٦٩٦	٥٠٧	٢١٤.٦٢	١٨.٥٣	٣٥٧٦	٤٦٧	٦٥.٢٩	١٧.٢٣	٢٦٢٢
٢٠٠٦	٢٤١.٣١	١٤.٨٦	٣٦٤٤	٥٠٥	٢٠٩.٠٩	١٨.٢٤	٣٥٢٠	٦٠٩	٧٣.٦٦	١٥.٩٥	٢٦٤٥
٢٠٠٧	٢٦٦.٩٦	١٤.٤٨	٣٦٨٣	٥٩٤	٢٠٠.٢٩	١٨.٠٩	٣٧١٠	٦٣٢	٦٩.٩٦	١٦.٤٥	٢٧٧٥
٢٠٠٨	٢٨٤.٩٨	١٤.٨٦	٣١٢٤	٨٥٧	٢١٧.٨٩	١٧.٦٩	٣٩٦٠	٨٥٠	٦٨.٩٨	١٦.١٩	٣٦١٨
٢٠٠٩	٢٧٠.٣٢	١٥.٦٦	٤٢٠٥	٦٤٨	٢٦٥.٢٤	١٨.٥٨	٤٣١٨	٥٥٥	٦٤.٥٥	١٧.٤٢	٣٦٤٥
٢٠١٠	٢٦٢.٠٥	١٥.٧٣	٤٤٨٦	١٠٦٠	٢٠٤.٤٢	١٨.٣٩	٤٤٣٤	٧١٦	٤٨.٧٣	١٣.٦٢	٣٦٩٦
٢٠١١	٢٤٦.٣٦	١٥.٣٩٩	٤٦٣٢	١٤٢٠	٢٠٨.١٩	١٦.٧٥١	٤٤٩٩	١٧٣٩	٥١.٢٧	١٥.٠٧١	٣٨٠٥
٢٠١٢	٢٥٨.٧٤	١٥.٨٩٢	٤٨٦١	١٤٨٩	٢٠٨.٠٧	١٧.٨١٨	٤٨١٧	١٤٧٨	٤٨.٤٢	١٥.٥٢٨	٣٩٧٤
٢٠١٣	٢٣٨.٣٨	١٦.١٦٥	٥٠٦٠	١٤٥٨	٢٠١.٦٩	١٨.٢٠١	٥٠٠٦	١٤٨٨	٤٨.٦٩	١٥.٢٩٩	٤٥٩٤
٢٠١٤	٢٦٥.٩٨	١٥.٦٤٥	٥٥٢٥	١٤٦٢	١٩٥.٥٠	١٧.٣٢٨	٥٣٧٠	١٤٩٢	٤٨.٠٩	١٤.٨٨٧	٤٩٩٥
٢٠١٥	٢٤٢.١٠	١٥.٩٠٦	٥٨٨٥	١٤٧٢	١٨٧.١٤	١٧.٦٨٠	٥٨١٧	١٥٤٠	٣٩.٢٧	١٤.٤٦٢	٥٤٧٧
٢٠١٦	٢٢٤.٨٤	١٥.٧٧٧	٧٧٠.٧	١٧٠.٩	١٨٥.٣٨	١٧.٩٦٢	٥٢٦٧	١٤٦٤	٣٠.٠٢	١٤.٤٦٥	٦٧٤٤

المصدر جمع وتحت من :

- وزارة الزراعة – قطاع الشؤون الاقتصادية – نشرة الإحصاءات الزراعية – أعداد مختلفة .
- وزارة الزراعة – قطاع الشؤون الاقتصادية – نشرة الأسعار المزرعية – أعداد مختلفة .

An Economic Study of Marketing Tomatoes in Arab Republic of Egypt (Case Study in Damietta Governorate)

Hemeda, S. A. M.

Agricultural Economics Research-Institute for Agricultural Research Center

ABSTRACT

Agricultural Sector is considered one of the main economic sector , in Egypt and Tomatoes is considered as one of the main vegetable crops , its reached 440.233 thousand Fadden with total production of 7321 thousand tons in 2016 ,the problem of the study is that tomatoes is a high perishable crop in addition to its high marketing costs ,the study aims at raising the efficiency of the economic performance of marketing summer tomatoes in Egypt and in Damietta especially through studying the main economic variables and marketing indicators in addition to the main production and marketing problems and suggestions of solutions ,a random sample of summer tomatoes in Damietta with 50 stock holders and 21 whole saler and 54 retailers were drawn . The study results showed the increasing of each cultivated area and total production and local consumption of tomatoes . Results of the study showed an increasing in both producer price and whole saler price and retailer price and production costs and that increase were statistically confirmed ,the producer share of consumer pound decreased with 0.91 % annually and the share of middle men increased with 0.909% annually . Results showed also that marketing efficiency of tomatoes decreased annually with 1.197% , The absolute and relative margins between the produce and the whole sale reached 800 pounds / ton and 36.36% respectively and between the whole saler and the retailer it reached 2300 pounds / ton and 51.11% respectively and between the producer and the retailer it reached 3100 pounds / ton and 68.98% respectively . The research studied the main production and marketing problems faced in producers and whole salers and retailers of summer tomatoes in Damietta governorate through the sample of the study in the season 2018 , the most important problems were the high costs of production and transporting ,and the high quantity of waste and suggestion of solving those problems were subsidizing farmer in the area of production factors and controlling the retailing merchandise . The study recommended encouraging cooperative

marketing through activating the role of cooperative association of vegetables marketing in Damietta governorate to market tomatoes directly from producers to consumer