

الكفاءة التسويقية للبطاطس والطماطم والفاصوليا الخضراء في جمهورية مصر العربية

أحمد صلاح عبد القادر /د. على عبد العال خليفة /د. سهرة خليل عطا
باحث أستاذ الاقتصاد الزراعي المتفرغ أستاذ الاقتصاد الزراعي
قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة القاهرة

مقدمة:

تعتبر الزراعة من القطاعات الهامة في الاقتصاد القومي حيث تساهم بنحو ١٤ % من الدخل القومي، وتبلغ الصادرات الزراعية نحو ٢٠ % من الصادرات القومية، ويشغل بها نحو ٣٠ % من القوى العاملة القومية. وتسويق المنتجات الزراعية من العمليات الهامة للنشاط الزراعي، مكماً للعملية الانتاجية ذاتها، فهو يقوم بالخدمات والوظائف التي تربط بين الانتاج والاستهلاك، وتساعد هذه الخدمات المستهلك في الحصول على السلعة في الوقت والمكان والشكل الذي يفضله، وتبلغ رقعة الزرع الخضرية نحو ١٢,٥٤ % من الرقعة المحصولية. ويمكن للتسويق الكفاء ان يؤدي الى اعادة توزيع الموارد لانتاج السلع التي تحقق توزيعاً عادلاً لعائد العملية الانتاجية وذلك بين كل من المنتج والمستهلك والوسطاء وهم اطراف النظام التسويقي، وتتنضح اهمية التسويق بصفة خاصة لمحاصيل الخضر وذلك كونها سريعة التلف، وتحتاج الى عناية خاصة في تخزينها وتداولها بما يؤدي الى تقليل الفاقد منها وبعبارة اخرى فان التسويق الزراعي يتضمن مجموعة الوظائف والخدمات الازمة لتحريك المنتجات الزراعية من اماكن انتاجها الاولى بالمزرعة الى مستهلكيها النهائيين، طبقاً لرغباتهم في الشكل والمكان والزمان والتملك ويعتبر التسويق بذلك عملاً انتاجياً حيث انه يضيف منافع عده للسلعة .

مشكلة البحث :

تتبلور مشكلة البحث في الفرق الواضح بين السعر الذي يحصل عليه المنتج والسعر الذي يدفعه المستهلك للزرع موضع الدراسة، متمثلاً في ارتفاع اسعارها للمستهلك وانخفاض أسعارها للمنتجين أي ارتفاع الهوامش التسويقية خلال المسلك التسويقي بالرغم من ارتفاع انتاج هذه الزروع وانخفاض الكفاءة التسويقية للزرع موضع الدراسة.

الهدف من البحث :

- ١- التعرف على الوضع الانتاجي للزرع موضع الدراسة.
- ٢- التعرف على المسالك التسويقية للزرع والهوامش التسويقية للزرع موضع الدراسة
- ٣- تقدير الكفاءة التسويقية للزرع موضع الدراسة .

الطريقة البحثية :

اعتمد البحث على الأسلوب الوصفي في توضيح الظواهر مع استخدام الاسلوب الكمي في صورة بعض الأساليب الإحصائية التي تتماشى مع الهدف البحثي، كما اعتمد على البيانات المنشورة من مصادرها الثانوية في الاعداد المختلفة التي تصدر من قطاع الشؤون الاقتصادية بوزارة الزراعة واستصلاح الاراضي، الجهاز المركزي للتعبئة العامة الإحصاء، منظمة الأغذية والزراعة .

أ - المؤشرات الإنتاجية للمحاصيل موضوع الدراسة :

اولا محصول البطاطس : يتضح من الجدول رقم (١) أن مساحة البطاطس قد بلغت أداها عام ٢٠٠٠ بنحو ١٧٨,٩ ألف فدان بينما وصلت أقصاها عام ٢٠١٢ بنحو ٤٢١,٨ ألف فدان ويتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لمساحة البطاطس بجمهورية مصر العربية، يتضح من المعادلة (١) بجدول (٢)، ان مساحة البطاطس أخذت إتجاهاً عاماً متزايداً معنوياً بلغ نحو ١٥,١٧ ألف فدان وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ٥,٥٨ % من متوسط مساحة البطاطس بجمهورية مصر العربية والبالغ نحو ٢٧١,٧ ألف فدان خلال الفترة (١٩٩٨-١٩٩٨)

الكفاءة التسويقية للبطاطس والطماطم والفاصوليا الخضراء في جمهورية مصر العربية ٢٠٠

(٢٠١٢) ، كما يتضح من الجدول رقم (١) أن إنتاج البطاطس قد بلغ أدناه عام ٢٠٠٠ بنحو ١٧٧٢,٠ ألف طن بينما وصل أقصاه عام ٢٠١٢ بنحو ٤٧٥٨,٠ طن فدان وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لإجمالي إنتاج البطاطس، يتضح من المعادلة (٢) بجدول (٢)، ان إجمالي إنتاج البطاطس قد أخذ اتجاهًا عامًا معنويًا متزايدًا بلغ نحو ١٩٦,١٦ ألف طن، وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ٦,٨٣% من متوسط إنتاج البطاطس لجمهورية مصر العربية والبالغ نحو ٢٨٧١,٢ ألف طن خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢)

وتزرع البطاطس بجمهورية مصر العربية في ثلاث عروات رئيسية تمتد خلالها زراعة البطاطس من اوئل شهر سبتمبر إلي اخر شهر يناير وهي كالتالى:

١- العروة الشتوى (المحيرة) : تاتى مساحة العروة الشتوية فى المرتبه الاولى وتساهم بنحو ٤١,٣٠ % من اجمالى مساحة البطاطس المزروعة ،ويأتى إنتاج العروة الشتوية فى المرتبه الاولى ويساهم بنحو ٤١,٣٠ % من إنتاج البطاطس بجمهورية مصر العربية كمتوسط الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢) وهى عروة التصدير الرئيسية إلى الدول الأوروبية.

٢- العروة الصيفى المبكرة : تاتى العروة الصيفية فى المرتبة الثانية وتساهم بنحو ٣٥,٨٧ % من إجمالي مساحة البطاطس المزروعة ، ويأتى إنتاج العروة الصيفية المبكرة فى المرتبه الثانية ويساهم بنحو ٣٩,٧٠ % من إنتاج البطاطس بجمهورية مصر العربية كمتوسط الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢).

٣- العروة النيلية : تاتى مساحة العروة النيلية فى المرتبة الثالثة وتساهم بنحو ٢٣,٥ % من إجمالي مساحة البطاطس المزروعة ، ويأتى إنتاج العروة النيلية فى المرتبة الثالثة وتساهم بنحو ١٩,٦٠ % من إنتاج البطاطس بجمهورية مصر العربية متوسط الفترة (١٩٩٨-٢٠١١).

ثانيا : الطماطم: يمثل محصول الطماطم احد محاصيل الخضر الهامة فى مصر ، حيث يتضح من الجدول رقم (١) أن مساحة الطماطم قد بلغت أدناها عام ٢٠٠١ بنحو ٤٣٠,٣ ألف فدان ، بينما وصلت أقصاها عام ٢٠٠٩ بنحو ٥٩٩,٦ ألف فدان، وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لمساحة الطماطم على مستوى الجمهورية، يتضح من المعادلة (٣) بجدول (٢)، ان مساحة الطماطم على مستوى الجمهورية قد أخذت اتجاهًا عامًا متزايدًا معنويًا بلغ نحو ٧,٩٦ ألف فدان، وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ١,٦٠ % من متوسط اجمالى مساحة الطماطم والبالغ نحو ٤٩٦,٤ ألف فدان كمتوسط الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢)، كما يتضح من الجدول رقم (١) أن إنتاج الطماطم على مستوى الجمهورية قد بلغ أدناه عام ١٩٩٨ بنحو ٦٠٩٩,٣ ألف طن، بينما وصل أقصاه عام ٢٠٠٩ بنحو ١٠٢٧٩ طن فدان، وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لإنتاج الطماطم على مستوى الجمهورية، يتضح من المعادلة (٤) بجدول (٢)، ان إجمالي إنتاج الطماطم قد أخذت اتجاهًا عامًا متزايدًا معنويًا بلغ نحو ٢٢٧,٨٣ ألف طن، وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ٢,٩١ % من متوسط إنتاج الطماطم على مستوى الجمهورية والبالغ نحو ٧٨٢٠,٣ ألف طن كمتوسط الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢)

وتزرع الطماطم بجمهورية مصر العربية على مدار العام في ثلاث عروات رئيسية كالتالى:

١- العروة الشتوى: تاتى مساحة العروة الشتوية فى المرتبة الثانية وتساهم بنحو ٣٩,٢٥ % من إجمالي مساحة الطماطم المزروعة، ويأتى إنتاج العروة الشتوية فى المرتبه الاولى ويساهم بنحو ٤٣,٦٢ % من إجمالي إنتاج الطماطم كمتوسط الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢).

٢- العروة الصيفى: تاتى مساحة العروة الصيفية فى المرتبه الاولى وتساهم بنحو ٤٧,٢٨ % من اجمالى مساحة الطماطم المزروعه، بينما ياتى إنتاج العروة الصيفية فى المرتبه الثانية ويساهم بنحو ٤٣,٣٩ % من اجمالى إنتاج الطماطم وذلك كمتوسط الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢) .

٣- العروة النيلية : تاتى مساحة العروة النيلية فى المرتبة الثالثة وتساهم بنحو ١٣,٤٧ من إجمالي مساحة الطماطم ، ويأتى إنتاج العروة النيلية فى المرتبة الثالثة ويساهم بنحو ١٢,٩٨ % من إجمالي إنتاج الطماطم ، وذلك كمتوسط الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢) .

ثالثاً : الفاصوليا الخضراء : يتضح من الجدول رقم (١) أن مساحة الفاصوليا الخضراء قد بلغت أداها عام ١٩٩٨ بنحو ٣٧,٧ ألف فدان بينما وصلت أقصاها عام ٢٠٠٧ بنحو ٧٢,٩ ألف فدان ، وبتقدير معادلة الاتجاه الزمنى العام لمساحة الفاصوليا الخضراء، يتضح من المعادلة (٥) بجدول (٢) أن مساحة الفاصوليا الخضراء قد أخذت إتجاهاً عاماً متزايداً معنوياً بلغ نحو ١,٥٣ ألف فدان، وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ٢,٧% من متوسط إجمالي مساحة الفاصوليا الخضراء والبالغ نحو ٥٦,٦ ألف فدان كمتوسط الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢)، كما يتضح من الجدول رقم (١) أن إجمالي إنتاج الفاصوليا الخضراء قد بلغ أدناه عام ١٩٩٨ بنحو ١٨٧,٩ ألف طن بينما وصل أقصاه عام ٢٠٠٧ بنحو ٣٣٠ طن فدان، وبتقدير معادلة الاتجاه الزمنى العام لإجمالي إنتاج الفاصوليا الخضراء، يتضح من المعادلة (٦) بجدول (٢)، ان إجمالي إنتاج الفاصوليا الخضراء قد أخذ إتجاهاً عاماً متزايداً معنوياً بلغ نحو ٦,٥٨ ألف طن، وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ٢,٦٢% من متوسط إنتاج الفاصوليا الخضراء والبالغ نحو ٢٥٠,٨٣ ألف طن خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢).

وتزرع الفاصوليا الخضراء بجمهورية مصر العربية في ثلاث عروات رئيسية تمتد خلالها زراعة الفاصوليا الخضراء من اوئل شهر سبتمبرالى اخر شهر يناير وهى كالتالى:

١- العروة الشتوى: تاتى مساحة العروة الشتوية فى المرتبه الاولى وتساهم بنحو ٤٣,٥ % من اجمالى مساحة الفاصوليا الخضراء المزروعة، ويأتى إنتاج العروة الشتوية فى المرتبة الأولى وتساهم بنحو ٤١,١٦% من إجمالي إنتاج الفاصوليا الخضراء كمتوسط الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢).

٢- العروة الصيفى: تاتى مساحة العروة الصيفية فى المرتبة الثانية وتساهم بنحو ٣٨,٥٨ % من إجمالي مساحة الفاصوليا الخضراء المزروعة بينما ياتى إنتاج العروة الصيفية فى المرتبة الثانية وتساهم بنحو ٣٩,٨٩% من اجمالى إنتاج الفاصوليا الخضراء، وذلك كمتوسط الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢).

٣- العروة النيلية : تاتى مساحة العروة النيلية فى المرتبة الثالثة وتساهم بنحو ١٧,٩٥ من إجمالي مساحة الفاصوليا الخضراء المزروعة، ويأتى إنتاج العروة النيلية فى المرتبة الثالثة وتساهم بنحو ١٨,٩٥% من إجمالي إنتاج الفاصوليا الخضراء وذلك كمتوسط الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢)

جدول (١):.تطور المساحة بالألف فدان والإنتاجية بالطن والإنتاج الكلى بالالف طن للزروع موضع

الدراسة خلال الفترة (١٩٩٨ - ٢٠١٢):

السنة	البيطاطس			الطماطم			الفاصوليا الخضراء		
	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج
١٩٩٨	٢١١,٤	٩,٩	١٩٨٠,٠	٤٥٧,٠	١٣,٢٦	٦٠٩٩,٣	٣٧,٧	٤,٩	١٨٧,٩
١٩٩٩	١٨٤,٩	١٠,٨	١٨٠٦,٢	٤٥٠,٨	١٣,٤٣	٦٢٧٣,٨	٤٦,١	٤,٣	٢٠٠,٠
٢٠٠٠	١٧٨,٩	٩,٧	١٧٧٢,٠	٤٦٥,٢	١٤,٥٣	٦٧٨٥,٦	٥١,٧	٣,٨	٢٠١,٦
٢٠٠١	٢١٤,٧	١٠,٧	٢١٢٤,١	٤٣٠,٣	١٤,٦٦	٦٣٢٨,٦	٥٠,٧	٤,٢	٢١٤,٩
٢٠٠٢	٢٢٧,٢	١٠,٩	٢٢٣٦,٥	٤٥٥,٠	١٤,٧٣	٦٧٧٧,٩	٥٥,٠	٤,٢	٢٣٣,٥
٢٠٠٣	٢٢٨,٤	١١,١	٢٣١٦,٩	٤٥٩,٣	١٥,٦	٧١٤٠,٢	٦٤,٩	٤,٣	٢٨١,٠
٢٠٠٤	٢٤٨,٠	١١,٧	٢٥٥٨,٣	٤٦٤,٥	١٦,٤٨	٧٦٤٠,٩	٥١,٣	٤,٩	٢٥٠,٠
٢٠٠٥	٣٠٠,٧	١١,٨	٣١٧٦,١	٤٩٥,٤	١٦,٩٦	٨٣٩١,٢	٥٢,٠	٤,٧	٢٤٥,٩
٢٠٠٦	٢٢٠,٥	١١,٩	٢٣٢٢,٢	٥٢٤,١	١٦,٣	٨٥٧٦,١	٥٢,٤	٤,٩	٢٥٩,٧
٢٠٠٧	٢٥٧,١	١٢,٣	٢٧٧٩,٣	٥٣٧,٣	١٦,٣	٨٦٣٩,١	٧٢,٩	٤,٥	٣٣٠,٣
٢٠٠٨	٣٢٧,٥	١٢,١	٣٥٨٩,٠	٥٧١,٩	١٦,٢٣	٩٢٠٤,٢	٥٥,٥	٤,٥	٢٤٧,٣
٢٠٠٩	٣٢٩,٧	١٢,٠	٣٦٥٩,٣	٥٩٩,٦	١٧,٢٣	١٠٢٧٩	٦٧,٦	٤,٢	٢٨٢,٨
٢٠١٠	٣٣٤,٧	١١,٩	٣٦٥١,٨	٥١٥,٢	١٥,٩	٨٥٤٥,٠	٦٢,٧	٤,٣	٢٧٠,٦
٢٠١١	٣٩٠,٨	١٢,٢	٤٣٣٨,٤	٥٠٥,٩	١٥,٧٣	٨٠٥٣,٧	٧٠,٦	٤,٣	٣٠٥,٦
٢٠١٢	٤٢١,٨	١٢,٤	٤٧٥٨	٥١٥,٢	١٦,٤	٨٥٧١,١	٥٧,٩	٤,٣	٢٥١,٣
متوسط	٢٧١,٧	١١,٤	٢٨٧١,٢	٤٩٦,٤	١٥,٥٨٥	٧٨٢٠,٣	٥٦,٦	٤,٤	٢٥٠,٨٣

المصدر: وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية ، الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي ، نشرة الإحصاءات الزراعية ، أعداد مختلفة.

جدول رقم (٢): معادلات الاتجاه الزمني العام للمساحة بالآلاف فدان والإنتاجية بالطن والإنتاج الكلي بالآلاف للزروع موضع الدراسة خلال الفترة (١٩٩٨ - ٢٠١٢):

نوع الدالة	معدل التغير السنوي المئوي %	معدل التغير السنوي المطلق	المتوسط	F	R2	المعادلة	المتغير التابع
خطية	5.58	15.2	271.7	65.75*	.83	$\hat{Y} = 149.52 + 15.17 X$ (8.72)*	١- مساحة البطاطس
خطية	6.83	196.16	2871.2	88.10*	0.87	$\hat{Y} = 1301.91 + 196.16 X$ (9.38)*	٢- إنتاج البطاطس
خطية	1.60	7.96	496.4	15.53*	0.50	$\hat{Y} = 432.69 + 7.96 X$ (3.94)*	٣- مساحة الطماطم
خطية	2.91	227.8	7820.3	29.67*	0.67	$\hat{Y} = 5997.73 + 227.83 X$ (5.44)*	٤- إنتاج الطماطم
خطية	2.70	1.53	56.6	13.63*	0.51	$\hat{Y} = 44.32 + 1.53 X$ (3.69)*	٥- مساحة الفاصوليا الخضراء
خطية	2.62	6.58	250.8	15.51*	0.54	$\hat{Y} = 198.15 + 6.58 X$ (3.93)*	٦- إنتاج الفاصوليا الخضراء

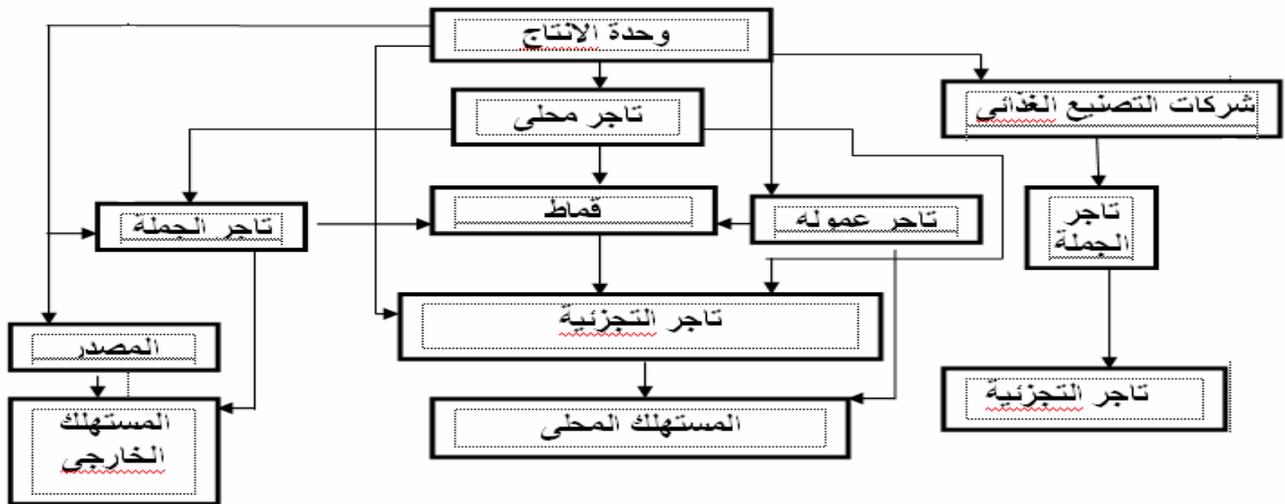
حيث: تشير (*) الى المعنوية معاملات الانحدار (-) الى عدم المعنوية معاملات الانحدار

المصدر حسب من بيانات الجدول رقم (١)

اولاً : المسلك التسويقي للبطاطس :-

تمر البطاطس بالعديد من المسالك والقنوات التسويقية حتى تصل من المنتج الى المستهلك النهائي سواء كان محلياً او خارجياً يوضحها الشكل رقم (١) فقد يحصل المستهلك النهائي على البطاطس من المنتج مباشرة في حالة قرب المستهلك لمناطق الانتاج او بعد ان يتداولها وسطاء مثل التاجر المحلي ،تاجر العمولة ، تاجر التجزئة.

شكل رقم (١) يوضح القنوات التسويقية لمحصول البطاطس



سعر المنتج والجملة والتجزئية للبطاطس :

يتضح من الجدول رقم (٣) لتطور سعر المنتج (المزرعة) وسعر الجملة وسعر التجزئية للبطاطس بالجنيه للطن ، وبدراسة تطور تلك الأسعار تبين التالي :

سعر المنتج السعر المزرعي : يتضح من الجدول رقم (٣) ان سعر المنتج قد بلغ أدناء بنحو ٤٩٨,٧ جنيه للطن عام ٢٠٠١ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ١٥٥٨ جنيه للطن عام ٢٠١٢ ، كما يتضح من المعادلة (١) الواردة بجدول (٤) ان سعر المنتج قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٨٣,٦٢ جنيه للطن ،وبنسبة زيادة

سنوية مئوية بلغت نحو ٩,٥١ جنيه للطن من متوسط سعر المنتج والبالغ نحو ٨٧٨,٩ جنيه للطن خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

سعر الجملة: يتضح من الجدول رقم (٣) ان سعر الجملة قد بلغ أدناه بنحو ٥٨٦,٠ جنيه للطن عام ١٩٩٨، بينما بلغ اقصاه بنحو ٢٠٩٥ جنيه للطن عام ٢٠١٢، كما يتضح من المعادلة (٢) الواردة بجدول (٤) ان سعر الجملة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ١١٠,٣٦ جنيه للطن، وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ٩,٢٤% من متوسط سعر الجملة والبالغ نحو ١١٩٤,١ جنيه للطن خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢)

سعر التجزئة: يتضح من الجدول رقم (٣) ان سعر التجزئة قد بلغ أدناه بنحو ٧٤٤,٣ جنيه للطن عام ١٩٩٨ بينما بلغ اقصاه بنحو ٤٢٥٠ جنيه للطن عام ٢٠١١، كما يتضح من المعادلة (٣) الواردة بجدول (٤) ان سعر التجزئة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٢٢٢,٨٤ جنيه للطن، وبنسبة زيادة سنوية بلغت نحو ١١,٨٣% من متوسط سعر التجزئة والبالغ نحو ١٨٨٢,١ جنيه للطن خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢).
توزيع جنيه المستهلك لمحصول البطاطس: يعتبر توزيع جنيه المستهلك أحد الطرق التحليلية للتعرف على الكفاءة التسويقية وعلى نصيب كل مرحلة من المراحل التسويقية من السعر الذى يدفعه المستهلك نظير الحصول على السلعة، ويعبر عنه بالفرق السعرى المطلق للمستوى التسويقي أو الهيئة التسويقية مقسوماً على سعر التجزئية للسلعة، ويرتبط بهذ المقياس مفهوم آخر هو نصيب المنتج من جنية المستهلك، والذى يعبر عن نصيب المزارع من قيمة مايدفعه المستهلك نظير انتاجه السلعة.

نصيب المنتج او السعر المزرعى من جنيه المستهلك: يتضح من الجدول رقم (٣) ان نصيب المنتج من جنيه المستهلك قد بلغ أدناه بنحو ٣٥,٩% عام ٢٠١١، بينما بلغ اقصاه بنحو ٦٧,٩% عام ١٩٩٨، كما يتضح من المعادلة (٤) الواردة بجدول (٤) ان نصيب المنتج من جنيه المستهلك قد أخذ إتجاهاً عاماً متناقصاً معنوياً بلغ نحو ١,٠٦-%، وبنسبة نقص سنوية مئوية بلغت نحو ٢,٢٧-% من متوسط نصيب المنتج من جنيه المستهلك والبالغ نحو ٤٦,٦٩% خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢).

نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك: يتضح من الجدول رقم (٣) ان نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك قد بلغ أدناه نحو ١٠,٨% عام ١٩٩٨، بينما بلغ اقصاه بنحو ٣٣,٣% عام ٢٠٠٤، كما يتضح من المعادلة (٥) الواردة بجدول (٤) ان نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك انه يكاد يكون ثابت تقريباً نظراً لعدم معنويته إحصائياً خلال فترة الدراسة حيث أخذ إتجاهاً عاماً متناقصاً غير معنويه بلغ نحو ٠,٢٢% وبنسبة نقص سنوية بلغت نحو ١,٣١-% من متوسط نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك والبالغ نحو ١٦,٧٤% خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢).

نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك: يتبين من الجدول رقم (٣) ان نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك قد بلغ أدناه نحو ٢١,٣% عام ١٩٩٨، بينما بلغ اقصاه بنحو ٥١,٩% عام ٢٠١١، كما يتضح من المعادلة (٦) الواردة بجدول (٤) ان نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ١,٢٧%، وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ٣,٤٩% من متوسط نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك ا والبالغ نحو ٣٦,٦% خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢).

نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك: بالنسبة لنصيب الوسطاء هو مجموع نصيب تاجر الجملة وتاجر التجزئة وبالتالي يوضح الجدول رقم (٣) ان نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك قد بلغ أدناه نحو ٣٢,١% عام ١٩٩٨ بينما بلغ اقصاه بنحو ٦٤,١% عام ٢٠١١ كما يتضح من المعادلة (٧) الواردة بجدول (٤) ان نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ١,٠٦٢%، وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ١,٩٩% من متوسط نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك والبالغ نحو ٥٣,٣% خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢)

جدول رقم: (٣) : سعر المنتج سعر الجملة و سعر التجزئية بالجنيه للطن وتوزيع جنيه المستهلك للبطاطس خلال الفترة (١٩٩٨ - ٢٠١٢)

السنوات	توزيع جنيه المستهلك (%)			الأسعار (جنيه / طن)		
	نصيب تاجر التجزئية % (٦)	نصيب تاجر الجملة % (٥)	نصيب المنتج % (٤)	تجزئة (٣)	جملة (٢)	منتج (١)
1998	21.3	10.8	67.9	744.3	586.0	505.4
1999	26.6	12.5	60.9	833.3	612.0	507.7
2000	42.1	12.2	45.7	1119	648.0	511.8
2001	34.3	21.1	44.6	1119	735.0	498.7
2002	27.1	21.7	51.3	992.5	724.0	508.7
2003	22.6	30.9	46.5	1389	1075	645.5
2004	23.6	33.3	43.1	1501	1148	647.9
2005	25.6	16.7	57.8	1146	853.0	662.1
2006	29.4	22.8	47.8	1713	1209	818.6
2007	28.6	15.2	56.2	1940	1385	1090
2008	31.1	14.9	54.0	2134	1470	1151
2009	32.8	15.4	51.8	2430	1633	1259
2010	40.7	13.9	45.3	2860	1695	1296
2011	51.9	12.2	35.9	4250	2044	1524
2012	48.39	13.2	38.37	4060	2095	1558
المتوسط	36.6	16.74	46.69	1882.1	1194.1	878.9

المصدر: ١- الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء "نشرة أسعار الجملة والتجزئية" أعداد متفرقة .

٢- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضى الادارة المركزية للإقتصاد الزراعى "نشرة الإحصاءات الزراعية" أعداد متفرقة.

جدول رقم(٤): معادلات الاتجاه الزمني العام لسعر المنتج ، الجملة والتجزئية بالجنيه للطن وتوزيع جنيه المستهلك للبطاطس خلال الفترة (١٩٩٨ - ٢٠١٢):

نوع الدالة	معدل التغير السنوى %	معدل التغير المطلق	المتوسط	F	R2	المعادلة	المتغير التابع
خطية	9.51	83.62	878.9	122.1*	0.90	$\hat{Y} = -166788 + 83.62X$ (11.05)*	١- سعر المنتج (جنيه / طن)
خطية	9.24	110.36	1194.1	176.4*	0.93	$\hat{Y} = -220079 + 110.36 X$ (13.28)*	٢-سعر الجملة (جنيه / طن)
خطية	11.83	222.48	1882.1	58.73*	0.81	$\hat{Y} = -444929 + 222.84X$ (7.66)*	٣-سعر التجزئية (جنيه / طن)
خطية	-2.27	-1.06	46.69	5.78*	0.30	$\hat{Y} = 2181.62 - 1.06 3X$ (-2.40)*	٤- نصيب المنتج من جنيه المستهلك (%)
خطية	-1.31	-0.22	16.74	0.27-	0.02	$\hat{Y} = 458.88 - 0.22 X$ (-0.52)-	٥- نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك (%)
خطية	3.49	1.279	36.6	7.69*	0.37	$\hat{Y} = - 2532.78 + 1.279 X$ (2.77)*	٦- نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك (%)
خطية	1.99	1.062	53.3	5.78*	0.30	$\hat{Y} = - 2079.63 + 1.062X$ (2.40)	٧- نصيب الوسطاء (%)

حيث : تشير (*) الى المعنوية (-) الى عدم المعنوية

المصدر: حسب من بيانات الجدول رقم (٣) بالدراسة .

الهوامش التسويقية لمحصول البطاطس :

تعتبر دراسة الهامش التسويقي (الانتشار السعري) أحد المعايير الرئيسية للتعرف على الفروق التسويقية والعوامل المؤثرة عليها لتحديد المشاكل التسويقية وكذلك الحكم على كفاءة النشاط التسويقي ، فيعرف الهامش التسويقي أو الانتشار السعري بأنه الفرق بين السعر الذى يدفعه المستهلك النهائى والسعر الذى يتقاضاه المنتج أو بمعنى اخر الفرق بين سعر التجزئة والسعر المزارعى ، ومن ثم تتضمن كافة التكاليف التسويقية للخدمات التسويقية و ارباح الوسطاء و يحسب الهامش التسويقي فى صورة مطلقة أو فى صورة نسبية حيث تعبر الصورة المطلقة عن الهوامش التسويقية بوحدات نقدية ، بينما تعبر الصورة النسبية عن الهامش التسويقي المطلق منسوبا الى سعر البيع ، وعلى ذلك فإن الهوامش التسويقية لسعة معينة تشمل

على : تكاليف اجراء الخدمات التسويقية المختلفة مثل النقل والتخزين والفرز والتدريج والتعبئة والتجميع والبيع والتمويل وغيرها والارباح التي يحصل عليها الوسطاء

وفيما يلي سوف نتناول الهوامش التسويقية الثلاث للبطاطس في حالات المنتج / الجملة، الجملة / التجزئة ، والمنتج / التجزئة خلال فترة الدراسة على النحو التالي :

١- الهامش التسويقي بين مرحلتى المنتج وتاجر الجملة : يتضح من الجدول رقم (٥) ان الهامش التسويقي المطلق بين المنتج وتاجر الجملة قد بلغ أدناه بنحو ٨٠,٦٠ جنية للطن عام ١٩٩٨ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٥٣٧ جنية / طن عام ٢٠١٢ ، كما يتضح من المعادلة (١) الواردة بجدول (٦) ان الهامش التسويقي المطلق بين المنتج و تاجر الجملة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٢٦,٧٢٧ جنية للطن ، وبنسبة زيادة سنوية بلغت نحو ٨,٤٨% من متوسط الهامش التسويقي بين المنتج وتاجر الجملة البالغ نحو ٣١٥,١ جنية للطن خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢).

كما يتبين من الجدول رقم (٥) ان الهامش التسويقي النسبي بين المنتج و تاجر الجملة قد بلغ أدناه بنحو ١٣,٨ % عام ١٩٩٨ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٣٢,٣% عام ٢٠٠٦ ، كما يتضح من المعادلة (٢) الواردة بجدول (٦) أن الهامش التسويقي النسبي بين المنتج و تاجر الجملة تبين انه يكاد يكون ثابت تقريباً نظراً لعدم معنويته إحصائياً خلال الفترة موضع الدراسة حيث بلغ في المتوسط ٢٦,١٦%.

٢- الهامش التسويقي بين مرحلتى تاجر الجملة و تاجر التجزئة: يتضح من الجدول رقم (٥) ان الهامش التسويقي المطلق بين تاجر الجملة و تاجر التجزئة قد بلغ أدناه بنحو ١٥٨,٣ جنية للطن عام ١٩٩٨ بينما بلغ اقصاه بنحو ٢٢٠٦ جنية للطن عام ٢٠١١ ، كما يتضح من المعادلة (٣) الواردة بجدول (٦) ان الهامش التسويقي المطلق بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ١١٢,٤٨ جنية للطن، وبنسبة زيادة سنوية مؤوية بلغت نحو ١٦,٣٤% من متوسط الهامش التسويقي المطلق بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة والبالغ نحو ٦٨٨,٠٢ جنية للطن خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

كما يتضح من بيانات الجدول رقم (٥) ان الهامش التسويقي النسبي بين تاجر الجملة و تاجر التجزئة قد بلغ أدناه بنحو ٢١,٣ % عام ١٩٩٨ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٥١,٩% عام ٢٠١١ ، كما يتضح من المعادلة (٤) الواردة بجدول (٦) ان الهامش التسويقي النسبي بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ١,٢٨ جنية للطن، وبنسبة زيادة سنوية مؤوية بلغت نحو ٣,٩٥% من متوسط الهامش التسويقي النسبي بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة البالغ نحو ٣٢,٤٠% خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

١- الهامش التسويقي بين مرحلتى المنتج وتاجر التجزئة: يتضح من الجدول رقم (٥) ان الهامش التسويقي المطلق بين المنتج وتاجر التجزئة قد بلغ أدناه بنحو ٢٣٨,٩ جنية للطن عام ١٩٩٨ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٢٧٢٦,٠ جنية للطن عام ٢٠١١ ، كما يتضح من المعادلة (٥) الواردة بجدول (٦) ان الهامش التسويقي المطلق بين المنتج و تاجر التجزئة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ١٣٩,٢٠ جنية للطن وبنسبة زيادة سنوية بلغت نحو ١٣,٨٧% من متوسط الهامش التسويقي المطلق بين المنتج وتاجر التجزئة البالغ نحو ١٠٠٣,١٥ جنية للطن خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

كما يتضح من الجدول رقم (٥) ان الهامش التسويقي النسبي بين المنتج و تاجر التجزئة قد بلغ أدناه بنحو ٣٢,١ % عام ١٩٩٨ بينما بلغ اقصاه بنحو ٦٤,١% عام ٢٠١١ ، كما يتضح من المعادلة (٦) الواردة بجدول (٦) ان الهامش التسويقي النسبي بين المنتج و تاجر التجزئة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ١,٠٦٢% وبنسبة زيادة سنوية بلغت نحو ٢,١١% من متوسط الهامش التسويقي النسبي بين المنتج وتاجر التجزئة البالغ نحو ٥٠,١٨% كمتوسط الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

الكفاءة التسويقية للبطاطس والبطاطم والفاصوليا الخضراء في جمهورية مصر العربية ٢٠٦

ويتبين من النتائج ان نصف الانتشار السعري تقريباً بين سعر المنتج وسعر التجزئة كان من نصيب الوسطاء أن الفروق التسويقية لتى حققها الوسطاء فى مرحلة التجزئة تفوق نظيرتها فى مرحلة الجملة ولذلك يجب خفضها .

تكاليف انتاج طن البطاطس : يتبين من الجدول رقم (٥) ان متوسط تكاليف انتاج طن البطاطس قد بلغ أدناه بنحو ٣١٢,١ جنيه للطن عام ٢٠٠١ بينما بلغ اقصاه بنحو ٩٣٨,٢ جنيه للطن عام ٢٠١٢ كما يتضح من المعادلة (٧) الواردة بجدول (٦) ان تكاليف انتاج الطن من البطاطس قد أخذت إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٤٨,٧٥ جنيه للطن ونسبة زيادة سنوية بلغت نحو ٨,٣٠% من متوسط تكاليف انتاج طن البطاطس والبالغ نحو ٥٨٦,٩٢ جنيه للطن كمتوسط الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

الكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس : يتضح من الجدول رقم (٥) ان الكفاء التسويقية للبطاطس قد بلغت أدناها بنحو ٣٣,٥% عام ٢٠٠١ ، بينما بلغت اقصاها بنحو ٥٣,٨% عام ٢٠٠٥ ، كما يتضح من المعادلة (٦) الواردة بجدول (٨) ان الكفاء التسويقية للبطاطس قد أخذت إتجاهاً عاماً متناقصاً بلغ نحو -١,٢٢٥% ، وبنسبة تناقص سنوى مؤوية بلغ نحو -٣,٣١% من متوسط الكفاءة التسويقية للبطاطس والبالغ نحو ٣٦,٩١% وهذا يوضح انخفاض الكفاءة التسويقية للبطاطس خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢) وقد يكون ذلك راجعا الى ارتفاع أسعار التجزئة بالدرجة الاولى من ناحية وانخفاض السعر الذى يحصل عليه المنتج ، وايضا ارتفاع التكاليف الانتاجية من ناحية اخرى .

جدول (٥) : الكفاءة التسويقية للبطاطس خلال الفترة (١٩٩٨ - ٢٠١٢) :

السنوات	الهوامش التسويقية						المتوسط
	جملة - منتج		تجزئة - جملة		تجزئة - منتج		
	مطلق (جنيه/طن) (١)	نسبي (%) (٢)	مطلق (جنيه/طن) (٣)	نسبي (%) (٤)	مطلق (جنيه/طن) (٥)	نسبي (%) (٦)	
١٩٩٨	٨٠,٦	١٣,٨	١٥٨,٣	٢١,٣	٢٣٨,٩	٣٢,١	١٩٩٨
١٩٩٩	١٠٤,٣	١٧,٠	٢٢١,٣	٢٦,٦	٣٢٥,٦	٣٩,١	١٩٩٩
٢٠٠٠	١٣٦,٢	٢١,٠	٤٧١,٢	٤٢,١	٦٠٧,٤	٥٤,٣	٢٠٠٠
٢٠٠١	٢٣٦,٣	٣٢,٢	٣٨٤,٢	٣٤,٣	٦٢٠,٥	٥٥,٤	٢٠٠١
٢٠٠٢	٢١٥,٣	٢٩,٧	٢٦٨,٥	٢٧,١	٤٨٣,٨	٤٨,٧	٢٠٠٢
٢٠٠٣	٤٢٩,٥	٤٠,٠	٣١٤,٢	٢٢,٦	٧٤٣,٧	٥٣,٥	٢٠٠٣
٢٠٠٤	٥٠٠,١	٤٣,٦	٣٥٣,٧	٢٣,٦	٨٥٣,٨	٥٦,٩	٢٠٠٤
٢٠٠٥	١٩٠,٩	٢٢,٤	٢٩٣,٠	٢٥,٦	٤٨٣,٩	٤٢,٢	٢٠٠٥
٢٠٠٦	٣٩٠,٤	٣٢,٣	٥٠٤,٠	٢٩,٤	٨٩٤,٤	٥٢,٢	٢٠٠٦
٢٠٠٧	٢٩٥,٠	٢١,٣	٥٥٥,٠	٢٨,٦	٨٥٠,٠	٤٣,٨	٢٠٠٧
٢٠٠٨	٣١٨,٦	٢١,٧	٦٦٤,٠	٣١,١	٩٨٢,٦	٤٦,٠	٢٠٠٨
٢٠٠٩	٣٧٣,٨	٢٢,٩	٧٩٧,٠	٣٢,٨	١١٧٠,٨	٤٨,٢	٢٠٠٩
٢٠١٠	٣٩٨,٩	٢٣,٥	١١٦٥	٤٠,٧	١٥٦٣,٩	٥٤,٧	٢٠١٠
٢٠١١	٥٢٠,٠	٢٥,٤	٢٢٠,٦	٥١,٩	٢٧٢٦,٠	٦٤,١	٢٠١١
٢٠١٢	٥٣٧	٢٥,٦	١٩٦٥	٤٨,٤	٢٥٠٢,٠	٦١,٦	٢٠١٢
	٣١٥,١	٢٦,١٦	٦٨٨,٠٢	٣٢,٤٠	١٠٠٣,١٥	٥٠,١٨	المتوسط

حيث : الهوامش التسويقية للبطاطس :

- 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 .
- ٨- الكفاءة التسويقية = ١٠٠ - { (٥) ÷ (٧ + ٥) } × ١٠٠ .

المصدر : ١- جمعت وحسبت من جدول (٣).

٢- وزارة الزراعة واستصلاح الاراضى الادارة المركزية للاقتصاد الزراعى "نشرة الإحصاءات الزراعية" أعداد متفرقة.

الكفاءة التسويقية للبطاطس والطماطم والفاصوليا الخضراء في جمهورية مصر العربية ٢٠٨

سعر المنتج المزرعى: يتضح من الجدول رقم (٧) ان سعر المنتج قد بلغ أدناه بنحو ٣٨٨,٦ جنيه للطن عام ٢٠٠١ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ١٦١١ جنيه للطن عام ٢٠١٢ ، كما يتضح من المعادلة (١) الواردة بجدول (٨) ان سعر المنتج قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٦٩,٢٦ جنيه للطن ، وبنسبة زيادة سنوية بلغت نحو ١٠,٢٨ % من متوسط سعر المنتج والبالغ نحو ٦٧٣,٤ جنيه للطن خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

سعر الجملة: يتضح من الجدول رقم (٧) ان سعر الجملة قد بلغ أدناه بنحو ٤٤٩ جنيه للطن عام ٢٠٠٠ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٢٨١٧ جنيه للطن عام ٢٠١٢ ، كما يتضح من المعادلة (٢) الواردة بجدول (٨) ان سعر الجملة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ١٥,٢١ جنيه للطن ، وبنسبة زيادة سنوية بلغت نحو ١١,١٨ % من متوسط سعر الجملة والبالغ نحو ١٠٣٠,٥ جنيه للطن خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

سعر التجزئة: يتضح من الجدول رقم (٧) ان سعر التجزئة قد بلغ أدناه بنحو ٧٣٧,٧ جنيه للطن عام ٢٠٠٠ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٥٠٦٠ جنيه للطن عام ٢٠١٢ كما يتضح من المعادلة (٣) الواردة بجدول (٨) ان سعر التجزئة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٢٢١,١٧ جنيه للطن وبنسبة زيادة سنوية بلغت نحو ١٢,٧٩ % من متوسط سعر التجزئة والبالغ نحو ١٧٢٨,٩ جنيه للطن خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

نصيب المنتج او السعر المزرعى من جنيه المستهلك: يتضح من الجدول رقم (٧) ان نصيب المنتج من جنيه المستهلك قد بلغ أدناه بنحو ٣١,٨ % عام ٢٠١٢ بينما بلغ اقصاه بنحو ٥٥,٧ % عام ٢٠٠٠ ، كما يتضح من المعادلة (٤) الواردة بجدول (٨) ان نصيب المنتج من جنيه المستهلك قد أخذ إتجاهاً عاماً متناقصاً معنوياً بلغ نحو ٠,٧٩ - % ، وبنسبة نقص سنوية بلغت نحو ٢,٠٢ - % من متوسط نصيب المنتج من جنيه المستهلك والبالغ نحو ٣٨,٩٤ % خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

جدول (٧) : سعر المنتج سعر الجملة و سعر التجزئة بالجنيه للطن وتوزيع جنيه المستهلك للطماطم

خلال الفترة (١٩٩٨ - ٢٠١٢)

السنوات	توزيع جنيه المستهلك (%)			الأسعار (جنيه / طن)		
	نصيب تاجر التجزئة (%) (٦)	نصيب تاجر الجملة (%) (٥)	نصيب المنتج (%) (٤)	منتج (١)	جملة (٢)	تجزئة (٣)
١٩٩٨	٤٢,٠	١٨,٨	٣٩,١	٤١٩,٢	٦٢١	١٠٧١
١٩٩٩	٢٥,١	٢٩,٦	٤٥,٣	٤١٨,٨	٦٩٣	٩٢٤,٩
٢٠٠٠	٣٩,١	٥,١	٥٥,٧	٤١١,٢	٤٤٩	٧٣٧,٧
٢٠٠١	٣٢,٣	٢٥,٥	٤٢,٢	٣٨٨,٦	٦٢٣	٩١٩,٩
٢٠٠٢	٢٦,٣	٢٧,٤	٤٦,٢	٤٠٠,٤	٦٣٨	٨٦٥,٩
٢٠٠٣	٢٥,٨	٣١,٢	٤٣,٠	٤٨٥,٤	٨٣٨	١١٣٠
٢٠٠٤	٤٠,٧	٢٠,٠	٣٩,٤	٤٨٨,٦	٧٣٦	١٢٤٠
٢٠٠٥	٣٨,٢	٢١,٥	٤٠,٤	٥٠١,٦	٧٦٨	١٢٤٢
٢٠٠٦	٤٠,٧	١٣,٩	٤٥,٤	٥٨٩,٤	٧٧٠	١٢٩٩
٢٠٠٧	٣٩,٨	١٤,٤	٤٥,٩	٦٠٥,٣	٧٩٥	١٣٢٠
٢٠٠٨	٤٩,٥	٩,١	٤١,٤	٨٣٧,٦	١٠٢٢	٢٠١٤
٢٠٠٩	٣٥,٦	٢٤,١	٤٠,٣	٦١٦,٥	٩٨٥	١٥٣٠
٢٠١٠	٤٢,٦	٢٢,٠	٣٥,٤	٩٠٧,١	١٤٧٠	٢٥٦٠
٢٠١١	٤٤,٥	٢٠,٢	٣٥,٣	١٤٢٠	٢٢٣٢	٤٠٢٠
٢٠١٢	٤٤,٣٢	٢٣,٨	٣١,٨	١٦١١	٢٨١٧	٥٠٦٠
المتوسط	٤٠,٣٩	٢٠,٦٥	٣٨,٩٤	٦٧٣,٤	١٠٣٠,٥	١٧٢٨,٩

المصدر: ١- الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء "نشرة أسعار الجملة والتجزئة" أعداد متفرقة .

٢- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضى الادارة المركزية للإقتصاد الزراعى "نشرة الإحصاءات الزراعية" أعداد متفرقة.

نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك: يتضح من الجدول رقم (٧) ان نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك قد بلغ أدناه بنحو ٥,١ % عام ٢٠٠٠ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٣١,٢ % عام ٢٠٠٣ ، كما يتضح من المعادلة (٥) الواردة بجدول (٨) ان نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك ، انه يكاد يكون ثابت

تقريباً نظراً لعدم معنويته إحصائياً خلال فترة الدراسة حيث بلغ في المتوسط نحو ٢٠,٦٥ % من نصيب تاجر الجملة من جنيته المستهلك خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

نصيب تاجر التجزئة من جنيته المستهلك : يتضح من الجدول رقم (٧) ان نصيب تاجر التجزئة من جنيته المستهلك قد بلغ أدناه نحو ٢٥,١ % عام ١٩٩٩ بينما بلغ اقصاه بنحو ٤٩,٥ % عام ٢٠٠٨ كما يتضح من المعادلة (٦) الواردة بجدول (٨) ان نصيب تاجر التجزئة من جنيته المستهلك قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٠,٩٣١ %، وبنسبة زيادة سنوية بلغت نحو ٢,٣٠ % من متوسط نصيب تاجر التجزئة من جنيته المستهلك والبالغ نحو ٤٠,٣٩ % خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

نصيب الوسطاء من جنيته المستهلك : بالنسبة لنصيب الوسطاء هو مجموع نصيب تاجر الجملة وتاجر التجزئة وبالتالي يوضح الجدول رقم (٧) ان نصيب الوسطاء من جنيته المستهلك قد بلغ أدناه نحو ٤٤,٣ % عام ٢٠٠٠ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٦٤,٧ % عام ٢٠١١ ، كما يتضح من المعادلة (٧) الواردة بجدول (٨) ان نصيب الوسطاء من جنيته المستهلك قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٠,٦٤٥ % ، وبنسبة زيادة سنوية بلغت نحو ١,٠٤ % من متوسط نصيب الوسطاء من جنيته المستهلك والبالغ نحو ٦١,٠٥ % خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

جدول رقم(٨): معادلات الاتجاه الزمني العام لسعر المنتج والجملة والتجزئة و توزيع جنيته المستهلك للطماطم خلال الفترة (١٩٩٨ - ٢٠١٢):

نوع الدالة	معدل التغير السنوي %	معدل التغير المطلق	المتوسط	F	R2	المعادلة	المتغير التابع
خطية	10.28	69.26	673.4	27.17*	0.67	$\hat{Y} = 119.29 + 69.26 X$ (5.21)*	١- سعر المنتج (جنيه / طن)
خطية	11.18	115.21	1030.5	20.38*	0.61	$\hat{Y} = 108.78 + 115.21 X$ (4.51)*	٢- سعر الجملة (جنيه / طن)
خطية	12.79	221.17	1827.9	21.96*	0.62	$\hat{Y} = -40.43 + 221.17 X$ (4.68)*	٣- سعر التجزئة (جنيه / طن)
خطية	-2.02	-0.79	38.94	8.24*	0.38	$\hat{Y} = 48.15 - 0.79 X$ (-2.87)*	٤- نصيب المنتج من جنيته المستهلك (%)
خطية	-0.63	0.132	20.65	0.08-	0.06	$\hat{Y} = 21.5 - 0.1325 X$ (-0.293)-	٥- نصيب تاجر الجملة من جنيته المستهلك (%)
خطية	2.30	0.931	40.39	6.11*	0.31	$\hat{Y} = 30.312 + 0.931 X$ (2.47)*	٦- نصيب تاجر التجزئة من جنيته المستهلك (%)
خطية	1.04	0.64	61.05	5.97*	0.31	$\hat{Y} = 52.64 + 0.645 X$ (2.44)	٧- نصيب الوسطاء (%)

حيث : تشير (*) الى المعنوية (-) الى عدم المعنوية المصدر: حسب من بيانات الجدول رقم (٧) بالدراسة .

الهوامش التسويقية لمحصول الطماطم :

سوف نتناول تطور الهوامش التسويقية الثلاث لمحصول الطماطم في حالات المنتج/ الجملة، الجملة/ التجزئة، والمنتج/التجزئة خلال فترة الدراسة على النحو التالي :

١- الهامش التسويقي بين مرحلتى المنتج وتاجر الجملة: يتضح من الجدول رقم (٩) ان الهامش التسويقي المطلق بين المنتج و تاجر الجملة قد بلغ أدناه بنحو ٣٧,٨ جنيه للطن عام ٢٠٠٠ بينما بلغ اقصاه بنحو ١٢٠٦ جنيه للطن عام ٢٠١٢ ، كما يتضح من المعادلة (١) الواردة بجدول (١٠) ان الهامش التسويقي المطلق بين المنتج و تاجر الجملة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٤٥,٩٤ جنيه للطن، وبنسبة زيادة سنوية بلغت نحو ١٢,٨٦ % من متوسط الهامش التسويقي بين المنتج وتاجر الجملة البالغ نحو ٣٥٧,٠٨ جنيه للطن خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢).

كما يتضح من بيانات الجدول رقم (٩) ان الهامش التسويقي النسبي بين المنتج و تاجر الجملة قد بلغ أدناه بنحو ٨,٤ % عام ٢٠٠٠ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٤٢,٨ % عام ٢٠١٢ ، كما يتضح من المعادلة (٢) الواردة بجدول (١٠) ان الهامش التسويقي النسبي بين المنتج و تاجر الجملة يكاد يكون ثابت تقريباً نظراً

الكفاءة التسويقية للبطاطس والطماطم والفاصوليا الخضراء في جمهورية مصر العربية ٢١٠

لعدم معنويته إحصائياً حيث بلغ الهامش التسويقي النسبي بين المنتج و تاجر الجملة فى المتوسط ٣٢,٤% خلال الفترة موضع الدراسة.

٢- الهامش التسويقي بين مرحلتى تاجر الجملة وتاجر التجزئة : كما يتضح من الجدول رقم (٩)

ان الهامش التسويقي المطلق بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة قد بلغ أدناه بنحو ٢٢٧,٩ جنيه للطن عام ٢٠٠٢، بينما بلغ اقصاه بنحو ٢٢٤٣ جنيه للطن عام ٢٠١١، كما يتضح من المعادلة (٣) الواردة بجدول (١٠) ان الهامش التسويقي المطلق بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٩٥,١٠٤ جنيه للطن ، وبنسبة زيادة سنوية بلغت نحو ١٥,٠٢% من متوسط الهامش التسويقي بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة البالغ نحو ٦٣٣ جنيه للطن خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

كما يتضح من الجدول رقم (٩) ان الهامش التسويقي النسبي بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة قد بلغ أدناه بنحو ٢٥,١% عام ١٩٩٩ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٤٩,٥% عام ٢٠٠٨ ، كما يتضح من المعادلة (٤) الواردة بجدول (١٠) ان الهامش التسويقي النسبي بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٠,٩٣١% ، وبنسبة زيادة سنوية بلغت نحو ٢,٤٦% من متوسط الهامش التسويقي البالغ نحو ٣٧,٧% خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

٣- الهامش التسويقي بين مرحلتى المنتج و تاجر التجزئة : يتضح من الجدول رقم (٩) ان الهامش

التسويقي المطلق بين المنتج و تاجر التجزئة قد بلغ أدناه بنحو ٣٢٦,٥ جنيه للطن عام ٢٠٠٠ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٣٤٤٩ جنيه للطن عام ٢٠١٢ ، كما يتضح من المعادلة (٥) الواردة بجدول (١٠) ان الهامش التسويقي المطلق بين المنتج و تاجر التجزئة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ١٥٢,٠١ جنيه للطن، وبنسبة زيادة سنوية بلغت نحو ١٤,٣٩% من متوسط الهامش التسويقي البالغ نحو ١٠٥٦,٣ جنيه للطن خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

كما يتضح من الجدول رقم (٩) ان الهامش التسويقي النسبي بين المنتج و تاجر التجزئة قد بلغ أدناه بنحو ٤٤,٣% عام ٢٠٠٠ بينما بلغ اقصاه بنحو ٦٨,٢% عام ٢٠١٢، كما يتضح من المعادلة (٦) الواردة بجدول (١٠) ان الهامش التسويقي النسبي بين المنتج و تاجر التجزئة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٠,٧٩٥% ، وبنسبة زيادة سنوية بلغت نحو ١,٣٦% من متوسط الهامش التسويقي البالغ نحو ٥٨,٢١% خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

ويتبين من النتائج ان نصف الانتشار السعري تقريباً بين سعر التجزئة كان من نصيب الوسطاء أن الفروق التسويقية لتى حققها الوسطاء فى مرحلة التجزئة تفوق نظيرتها فى مرحلة الجملة ولذلك يجب خفضها.

تكاليف إنتاج طن الطماطم :

يتضح من الجدول رقم (٩) ان متوسط تكاليف إنتاج طن الطماطم قد بلغ أدناه بنحو ١٨٠,٦ جنيه للطن عام ٢٠٠٠، بينما بلغ اقصاه بنحو ٢٨٢,٢ جنيه/طن عام ٢٠١١، كما يتضح من المعادلة (٧) الواردة بجدول (١٠) ان تكاليف إنتاج الطن من الطماطم قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٦,٨٨ جنيه للطن، وبنسبة زيادة سنوية بلغت نحو ٣,١٨% من متوسط تكاليف إنتاج طن الطماطم البالغ نحو ٢١٥,٩٦ جنيه للطن خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

الكفاءة التسويقية لمحصول الطماطم :

يتبين من الجدول رقم (٩) ان الكفاء التسويقية للطن قد بلغت أدناها بنحو ٧,٢٧% عام ٢٠١٢ بينما بلغت اقصاها بنحو ٣٥,٦% عام ٢٠٠٠، كما يتضح من المعادلة (٨) الواردة بجدول (١٠) ان الكفاء التسويقية للطن قد أخذت إتجاهاً عاماً متناقصاً معنوياً بلغ نحو ١,٣٤- % ، وبنسبة تناقص سنوى بلغ نحو ٧,٨٩% من متوسط الكفاءة التسويقية للطن والبالغ نحو ١٦,٩٧% وهذا يوضح انخفاض الكفاءة التسويقية للطن خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢) وقد يكون ذلك راجعاً الى ارتفاع أسعار التجزئة بالدرجة الأولى من ناحية وانخفاض السعر الذي يحصل عليه المنتج، وأيضا ارتفاع التكاليف الإنتاجية من ناحية أخرى .

جدول (٩) : الكفاءة التسويقية للطماطم خلال الفترة (١٩٩٨ - ٢٠١٢):

الكفاءة التسويقية الطماطم (%) (٨)	تكاليف إنتاج الطماطم (جنيه/طن) (٧)	هوامش تسويقية						السنوات
		تجزئة - منتج		تجزئة - جملة		جملة - منتج		
		نسبي (%) (٦)	مطلق (جنيه/طن) (٥)	نسبي (%) (٤)	مطلق (جنيه/طن) (٣)	نسبي (%) (٢)	مطلق (جنيه/طن) (١)	
٢٢,٩	١٩٣,٨	٦٠,٩	٦٥١,٩	٤٢,٠	٤٥٠,١	٣٢,٥	٢٠١,٨	١٩٩٨
٢٧,٣	١٩٠,٣	٥٤,٧	٥٠٦,١	٢٥,١	٢٣١,٩	٣٩,٦	٢٧٤,٢	١٩٩٩
٣٥,٦	١٨٠,٦	٤٤,٣	٣٢٦,٥	٣٩,١	٢٨٨,٧	٨,٤	٣٧,٨	٢٠٠٠
٢٥,٤	١٨١,٣	٥٧,٨	٥٣١,٣	٣٢,٣	٢٩٦,٩	٣٧,٦	٢٣٤,٤	٢٠٠١
٢٨,٥	١٨٥,٦	٥٣,٨	٤٦٥,٥	٢٦,٣	٢٢٧,٩	٣٧,٢	٢٣٧,٦	٢٠٠٢
٢٢,٧	١٨٨,٩	٥٧,٠	٦٤٤,٧	٢٥,٨	٢٩٢,١	٤٢,١	٣٥٢,٦	٢٠٠٣
٢٠,٩	١٩٨,٩	٦٠,٦	٧٥١,٦	٤٠,٧	٥٠٤,٢	٣٣,٦	٢٤٧,٤	٢٠٠٤
٢١,٦	٢٠٤,٤	٥٩,٦	٧٤٠,٤	٣٨,٢	٤٧٤,٠	٣٤,٧	٢٦٦,٤	٢٠٠٥
٢٢,٧	٢٠٧,٨	٥٤,٦	٧٠٩,٦	٤٠,٧	٥٢٩,٠	٢٣,٥	١٨٠,٦	٢٠٠٦
٢٣,٥	٢١٩,١	٥٤,١	٧١٤,٧	٣٩,٨	٥٢٥,٠	٢٣,٩	١٨٩,٧	٢٠٠٧
١٧,١	٢٤٤,٢	٥٨,٦	١١٨٦,٤	٤٩,٥	١٠٠,٢٠	١٨,٠	١٨٤,٤	٢٠٠٨
٢٠,٥	٢٣٥,٧	٥٩,٧	٩١٣,٥	٣٥,٦	٤٥٤,٠	٣٧,٤	٣٦٨,٥	٢٠٠٩
١٣,٤	٢٥٦,١	٦٤,٦	١٦٥٢,٩	٤٢,٦	١٠٩٠	٣٨,٣	٥٦٢,٩	٢٠١٠
٩,٨	٢٨٢,٢	٦٤,٧	٢٦٠٠	٤٤,٥	١٧٨٨	٣٦,٤	٨١٢,٠	٢٠١١
٧,٢٧	٢٧٠,٥	٦٨,٢	٣٤٤٩	٤٤,٣	٢٢٤٣	٤٢,٨	١٢٠,٦	٢٠١٢
١٦,٩٧	٢١٥,٩٦	٥٨,٢١	١٠٥٦,٣	٣٧,٧٦	٦٣٣	٣٢,٤	٣٥٧,٠٨	المتوسط

المصدر : جمعت وحسبت من جدول (٧).

١- وزارة الزراعة واستصلاح الاراضي ' الادارة المركزية للاقتصاد الزراعي ' نشره الإحصاءات الزراعية " أعداد متفرقة

جدول رقم (١٠): معادلات الاتجاه الزمني العام للكفاءة التسويقية للطماطم خلال الفترة (١٩٩٨ - ٢٠١٢):

نوع الدالة	معدل التغير السنوي %	معدل التغير المطلق	المتوسط	F	R2	المعادلة	المتغير التابع
خطية	12.86	45.94	357.08	11.81*	0.47	$\hat{Y} = -10.51 + 45.94X$ (3.43)*	١- هوامش تسويقية مطلقة جملة - منتج (جنيه / طن)
خطية	1.07	0.348	32.4	0.342-	0.02	$\hat{Y} = 29.61 + 0.348 X$ (0.58)-	٢- هوامش تسويقية نسبية جملة - منتج (%)
خطية	15.02	951.04	633	12.24*	0.48	$\hat{Y} = -127.83 + 95.104X$ (3.49)*	٣- هوامش تسويقية مطلقة تجزئة - جملة (جنيه / طن)
خطية	2.46	0.931	37.76	6.10*	0.31	$\hat{Y} = 30.31 + 0.931 X$ (2.47)*	٤- هوامش تسويقية نسبية تجزئة - جملة (%)
خطية	14.39	152.01	1056.3	19.77*	0.60	$\hat{Y} = -159.85 + 152.01 X$ (4.44)*	٥- هوامش تسويقية مطلقة تجزئة - منتج (جنيه / طن)
خطية	1.36	0.795	58.21	8.24*	0.38	$\hat{Y} = 51.84 + 0.795 X$ (2.87)*	٦- هوامش تسويقية نسبية تجزئة - منتج (%)
خطية	3.18	6.88	215.96	65.54*	0.83	$\hat{Y} = 160.86 + 6.88X$ (8.09)*	٧- تكاليف إنتاج الطماطم (جنيه / طن)
تكعبية	-7.89	-1.34	16.97	29.00*	0.69	$\hat{Y} = 32.015 - 1.34 X$ (-5.38)*	٨- الكفاءة التسويقية الطماطم (%)

حيث : تشير (*) الى المعنوية (-) الى عدم المعنوية.

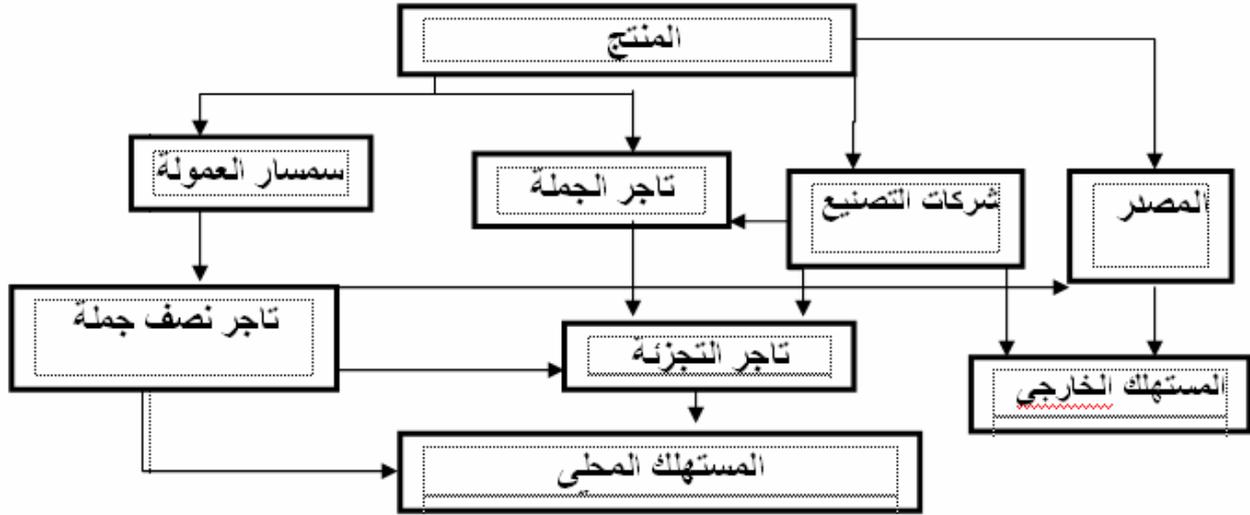
المصدر: حسبت من بيانات الجدول رقم (٩) بالدراسة.

ثالثا : المسلك التسويقي للفاصوليا الخضراء :-

تمر الفاصوليا الخضراء حتى وصولها للمستهلك النهائي بالعديد من المسالك (والقنوات) التسويقية يوضحها شكل رقم (٣) فقد يحصل المستهلك على الفاصوليا الخضراء من المنتج أو المزرعة وخاصة في حالة قرب مناطق الانتاج ، او بعد ان يتداولها وسطاء مثل التاجر المحلي وتاجر الجملة وتاجر العمولة وتاجر التجزئة.

ويلاحظ من الشكل رقم (٣) تعدد واختلاف القنوات التسويقية للفاصوليا الخضراء ويرجع ذلك الى اختلاف ظروف الانتاج والاسعار والتوزيع الجغرافي لمناطق الانتاج والرقعه المزروعة ومدى كفاءة وتوافر سبل النقل وغيرها.

شكل رقم (٣) القنوات التسويقية للفاصوليا الخضراء



سعر المنتج السعر المزرعى : يتضح من الجدول رقم (١١) ان سعر المنتج قد بلغ أدناه بنحو ٦١٧,٥ جنيه للطن عام ١٩٩٨ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٢١٨٤ جنيه للطن عام ٢٠١٢ ، كما يتضح من المعادلة (١) الواردة بجدول (١٢) ان سعر المنتج قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ١٠١,٢٦ جنيه للطن ، وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ١٠,٢٥ % من متوسط سعر المنتج والبالغ نحو ٩٨٧,٤ جنيه للطن خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢).

سعر الجملة : يتضح من الجدول رقم (١١) ان سعر الجملة قد بلغ أدناه بنحو ٧٧٨ جنيه للطن عام ٢٠٠٠ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٤٧٩٠ جنيه للطن عام ٢٠١٢ ، كما يتضح من المعادلة (٢) الواردة بجدول (١٢) ان سعر الجملة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٢٣٣,٦٩ جنيه للطن ، وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ١٢,١٣ % من متوسط سعر الجملة والبالغ نحو ١٩٢٥,٩ جنيه للطن خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

سعر التجزئة : يتضح من الجدول رقم (١١) ان سعر التجزئة قد بلغ أدناه بنحو ١١٦٨ جنيه للطن عام ٢٠٠٠ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٥٧٥٠ جنيه للطن عام ٢٠١٢ ، كما يتضح من المعادلة (٣) الواردة بجدول (١٢) ان سعر التجزئة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٢٩٦,٢٥ جنيه للطن ، وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ١١,٥٥ % من متوسط سعر التجزئة والبالغ نحو ٢٥٦٣,٦ جنيه للطن خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢).

نصيب المنتج او السعر المزرعى من جنيه المستهلك : يتضح الجدول رقم (١١) ان نصيب المنتج من جنيه المستهلك قد بلغ أدناه بنحو ٣٢,٢ % عام ٢٠٠٧ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٥٣,٤ % عام ٢٠٠٠ ، كما يتضح من المعادلة (٤) الواردة بجدول (١٢) ان نصيب المنتج من جنيه المستهلك قد أخذ إتجاهاً عاماً متناقصاً معنوياً بلغ نحو ٠,٨٢٧ - % وبنسبة تناقص سنوية مئوية بلغت نحو ٢,١٤ - % من متوسط نصيب المنتج من جنيه المستهلك والبالغ نحو ٣٨,٥١ % خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك : يتضح من الجدول رقم (١١) ان نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك قد بلغ أدناه نحو ١٣,٢ % عام ٢٠٠٠ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٤٥,٣ % عام ٢٠١٢ ، كما يتضح من المعادلة (٥) الواردة بجدول (١٢) ان نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك قد أخذ إتجاهاً عاماً متزايد معنوياً بلغ نحو ١,٣٣ % ، وبنسبة نقص سنوية مئوية بلغت نحو ٣,٦٣ % من متوسط نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك والبالغ نحو ٣٦,٦٠ % خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

جدول (١١) : سعر المنتج ، سعر الجملة و سعر التجزئية بالجنيه للطن وتوزيع جنيه المستهلك للفاصولياء الخضراء خلال الفترة (١٩٩٨ - ٢٠١٢)

السنوات	توزيع جنيه المستهلك (%)			الأسعار (جنيه / طن)		
	نصيب المنتج (%) (٤)	نصيب تاجر الجملة (%) (٥)	نصيب تاجر التجزئية (%) (٦)	منتج (١)	جملة (٢)	تجزئة (٣)
١٩٩٨	٤٦,٧	٢٥,٧	٢٧,٥	٦١٧,٥	٩٥٧	١٣٢٠
١٩٩٩	٤٥,٧	٢١,٨	٣٢,٣	٦٢٣,٥	٩٢١	١٣٦٢
٢٠٠٠	٥٣,٤	١٣,٢	٣٣,٣	٦٢٣,٦	٧٧٨	١١٦٨
٢٠٠١	٤٨,٨	٢٧,٧	٢٣,٥	٦٢٧,١	٩٨٤	١٢٨٦
٢٠٠٢	٤١,٥	٣١,٧	٢٦,٨	٦٣٠	١١١٣	١٥٢٠
٢٠٠٣	٣٢,٥	٤٣,٥	٢٣,٩	٦٣٧	١٤٩٠	١٩٥٩
٢٠٠٤	٣٥,٦	٣٣,١	٣١,٣	٦٤٣	١٢٤٠	١٨٠٥
٢٠٠٥	٣٤,٣	٤٢,٥	٢٣,٢	٦٥٦	١٤٦٩	١٩١٣
٢٠٠٦	٣٧,٤	٣٩,٢	٢٣,٣	٧٦٥	١٥٦٧	٢٠٤٤
٢٠٠٧	٣٢,٢	٤٢,٦	٢٥,٢	٨١٥	١٨٩٢	٢٥٢٨
٢٠٠٨	٣٨,٢	٤٤,٣	١٧,٥	١٢٧٤	٢٧٤٨	٣٣٣٠
٢٠٠٩	٤٤,٦	٣٠,٩	٢٤,٣	١٣٢٣	٢٢٤٠	٢٩٦٠
٢٠١٠	٢٨,١	٤٢,١	٢٩,٧	١٢٩٩	٣٢٤٠	٤٦١٠
٢٠١١	٤٢,٧	٢٧,٩	٢٩,٤	٢٠٩٣	٣٤٦٠	٤٩٠٠
٢٠١٢	٣٧,٩	٤٥,٣	١٦,٧	٢١٨٤	٤٧٩٠	٥٧٥٠
المتوسط	٣٨,٥١	٣٦,٦٠	٢٤,٨٧	٩٨٧,٤	١٩٢٥,٩	٢٥٦٣,٦

المصدر: ١- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء "تشرة أسعار الجملة والتجزئية" أعداد متفرقة .

٢- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي الادارة المركزية للاقتصاد الزراعي"تشرة الإحصاءات الزراعية" أعداد متفرقة.

جدول رقم (١٢): معادلات الاتجاه الزمني العام الى سعر المنتج والجملة والتجزئة ونصيب المنتج وتاجر

الجملة وتاجر التجزئة من جنيه المستهلك % ونصيب الوسطاء للفاصوليا الخضراء خلال الفترة

(١٩٩٨ - ٢٠١٢):

نوع الدالة	معدل التغير السنوي %	معدل التغير المطلق	المتوسط	F	R2	المعادلة	المتغير التابع
خطية	10.25	101.26	987.4	32.05*	0.71	$\hat{Y} = 177.29 + 101.26X$ (5.66)*	١- سعر المنتج (جنيه / طن)
خطية	12.13	233.69	1925.9	55.53*	0.81	$\hat{Y} = 56.36 + 233.69 X$ (7.45)*	٢- سعر الجملة (جنيه / طن)
خطية	11.55	296.25	2563.6	60.68*	0.82	$\hat{Y} = 193.63 + 296.25 X$ (7.78)*	٣- سعر التجزئية (جنيه / طن)
خطية	-2.13	-0.827	38.51	4.99*	0.27	$\hat{Y} = 46.59 - 0.827 X$ (-2.23)*	٤- نصيب المنتج من جنيه المستهلك (%)
خطية	3.63	1.33	36.60	8.00*	0.38	$\hat{Y} = 23.43 + 1.33 X$ (2.82)*	٥- نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك (%)
خطية	-2.02	-0.503	24.87	3.47*	0.21	$\hat{Y} = 29.89 - 0.503 X$ (-1.86)*	٦- نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك (%)
خطية	1.34	0.825	61.48	4.99*	0.27	$\hat{Y} = 53.35 + 0.825 X$ (2.23)*	٧- نصيب الوسطاء (%)

حيث : تشير (*) الى المعنوية (-) الى عدم المعنوية

المصدر: حسب من بيانات الجدول رقم (١١) بالدراسة.

نصيب تاجر التجزئة من جنيته المستهلك : يتضح من الجدول رقم (١١) ان نصيب تاجر التجزئة من جنيته المستهلك قد بلغ أدناه نحو ١٦,٧ % عام ٢٠١٢ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٣٣,٣% عام ٢٠٠٠ ، كما يتضح من المعادلة (٦) الواردة بجدول (١٢) ان نصيب تاجر التجزئة من جنيته المستهلك قد أخذ إتجاهاً عاماً متناقصاً بلغ نحو ٠,٥٠٣-% ، وبنسبة نقص سنوية بلغت نحو ٢,٠٢-% من متوسط نصيب تاجر التجزئة من جنيته المستهلك والبالغ نحو ٢٤,٨٧% خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

نصيب الوسطاء من جنيته المستهلك : بالنسبة لنصيب الوسطاء هو مجموع نصيب تاجر الجملة وتاجر التجزئة وبالتالي يوضح الجدول رقم (١١) ان نصيب الوسطاء من جنيته المستهلك قد بلغ أدناه نحو ٤٦,٦ % عام ٢٠٠٠ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٧١,٨% عام ٢٠١١ ، كما يتضح من المعادلة (٧) الواردة بجدول (١٢) ان نصيب الوسطاء من جنيته المستهلك قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٠,٨٢٥ % ، وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ١,٣٤ % من متوسط نصيب الوسطاء من جنيته المستهلك والبالغ نحو ٦١,٤٨ % خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢).

الهوامش التسويقية لمحصول الفاصوليا الخضراء :

وفيما يلي سوف نتناول تطور الهوامش التسويقية الثلاث لمحصول الفاصوليا الخضراء في حالات المنتج / الجملة، الجملة / التجزئة ، والمنتج / التجزئة خلال فترة الدراسة على النحو التالي :

١- الهامش التسويقي بين مرحلتى المنتج و تاجر الجملة: يتضح من الجدول رقم (١٣) ان الهامش التسويقي المطلق بين المنتج وتاجر الجملة قد بلغ أدناه بنحو ١٥٤,٤ جنيته للطن عام ٢٠٠٠ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٢٦٠٦ جنيته للطن عام ٢٠١٢ ، كما يتضح من المعادلة (١) الواردة بجدول (١٤) ان الهامش التسويقي المطلق بين المنتج و تاجر الجملة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ١٣٢,٣٤ جنيته للطن ، وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ١٤,١ % من متوسط الهامش التسويقي بين المنتج وتاجر الجملة ، والبالغ نحو ٩٣٨,٦ جنيته للطن خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢).

كما يتضح من الجدول رقم (١٣) ان الهامش التسويقي النسبي بين المنتج وتاجر الجملة قد بلغ أدناه بنحو ٦٩٧,٤٨ % عام ٢٠٠٠ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٤٧٤٤,٤ % عام ٢٠١٢ ، كما يتضح من المعادلة (٢) الواردة بجدول (١٤) ان الهامش التسويقي النسبي بين المنتج وتاجر الجملة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٢٣٥,٢٢ % ، وبنسبة زيادة سنوية بلغت نحو ١٢,٦٥ % من متوسط الهامش التسويقي بين المنتج وتاجر الجملة والبالغ نحو ١٨٧١,٦ % خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢).

٢- الهامش التسويقي بين مرحلتى تاجر الجملة و تاجر التجزئة: يتضح من الجدول رقم (١٣) ان الهامش التسويقي المطلق بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة قد بلغ أدناه بنحو ٣٠٢ جنيته للطن عام ٢٠٠١ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٤٤٠ جنيته للطن عام ٢٠١١ ، كما يتضح من المعادلة (٣) الواردة بجدول (١٤) ان الهامش التسويقي المطلق بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٦٢,٥٥ جنيته للطن ، وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ٩,٨٠ % من متوسط الهامش التسويقي بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة والبالغ نحو ٦٣٧,٧٣ جنيته للطن خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢).

كما يتضح من الجدول رقم (١٣) ان الهامش التسويقي النسبي بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة قد بلغ أدناه بنحو ١١٠١,٣ % عام ٢٠٠٠ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ٥٦٦٦,٧ % عام ٢٠١٢ ، كما يتضح من المعادلة (٤) الواردة بجدول (١٤) ان الهامش التسويقي النسبي بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٢٩٥,٧٥ % ، وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ١١,٨٧ % من متوسط الهامش التسويقي بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة والبالغ نحو ٢٤٨٩,٥ % خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

٣- الهامش التسويقي بين مرحلتى المنتج و تاجر التجزئة: يتضح من الجدول رقم (١٣) ان الهامش التسويقي المطلق بين المنتج وتاجر التجزئة قد بلغ أدناه بنحو ٥٤٤,٤ جنيه للطن عام ٢٠٠٠، بينما بلغ اقصاه بنحو ٣٥٦٦ جنيه للطن عام ٢٠١٢، كما يتضح من المعادلة (٥) الواردة بجدول (١٤) ان الهامش التسويقي المطلق بين المنتج وتاجر التجزئة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ١٩٤,٩٩ جنيه للطن ، وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ١٢,٣٧% من متوسط الهامش التسويقي بين المنتج وتاجر التجزئة والبالغ نحو ١٥٧٦,٢٨ جنيه للطن خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢).

كما يتضح من الجدول رقم (١٣) ان الهامش التسويقي النسبي بين المنتج وتاجر التجزئة قد بلغ أدناه بنحو ١١١٤,٦ % عام ٢٠٠٠، بينما بلغ اقصاه بنحو ٥٧١٢,١% عام ٢٠١٢ ، كما يتضح من المعادلة (٦) الواردة بجدول (١٤) ان الهامش التسويقي النسبي بين المنتج وتاجر التجزئة قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٢٩٧,٠٨ % ، وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ١١,٧% من متوسط الهامش التسويقي بين المنتج وتاجر التجزئة البالغ نحو ٢٥٢٣,٦ % خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٢).

ويتبين من النتائج ان نصف الانتشار السعري تقريباً بين سعر التجزئة كان من نصيب الوسطاء ، أن الفروق التسويقية لتي حققها الوسطاء فى مرحلة التجزئة تفوق نظيرتها فى مرحلة الجملة ، ولذلك يجب خفضها .

تكاليف انتاج طن الفاصوليا الخضراء: ويتبين من الجدول رقم (١٣) ان متوسط تكاليف انتاج طن الفاصوليا الخضراء قد بلغ أدناه بنحو ٣٣٠,٠٣ جنيه للطن عام ٢٠٠١ ، بينما بلغ اقصاه بنحو ١٠٧٥ جنيه / طن عام ٢٠١٢ ، كما يتضح من المعادلة (٧) الواردة بجدول (١٤) ان تكاليف انتاج الطن من الفاصوليا الخضراء قد أخذ إتجاهاً عاماً متزائداً معنوياً بلغ نحو ٥٨,٦٦ جنيه للطن ، وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ٩,١٦% من متوسط تكاليف انتاج طن الفاصوليا الخضراء البالغ نحو ٦٤٠,٣٠ جنيه للطن خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢).

جدول (١٣) : الكفاءة التسويقية لمحصول الفاصوليا الخضراء فى مصر خلال الفترة (١٩٩٨ - ٢٠١٢):

السنوات	هامش تسويقية						الكفاءة التسويقية للفاصوليا الخضراء (%) (٨)	تكاليف إنتاج الفاصوليا الخضراء (جنيه/طن) (٧)
	جملة - منتج		تجزئة - منتج		جملة - منتج			
	نسبي (%) (٢)	مطلق (جنيه/طن) (١)	نسبي (%) (٤)	مطلق (جنيه/طن) (٣)	نسبي (%) (٦)	مطلق (جنيه/طن) (٥)		
١٩٩٨	٨٩٢,٥	٣٣٩,٥	١٢٤٧,٥	٣٦٣	١٢٧٣,٢	٣٦,٠٧	٣٩٦,٤٩	
١٩٩٩	٨٥٣,٣١	٢٩٧,٥	١٢٩٤,٣	٤٤١	١٣١٦,٢	٣٤,٧٧	٣٩٣,٧	
٢٠٠٠	٦٩٧,٤٨	١٥٤,٤	١١٠١,٣	٣٩٠	١١١٤,٦	٣٨,٧٤	٣٤٤,٣١	
٢٠٠١	٩٢٠,٣	٣٥٦,٩	١٢٠٩,٤	٣٠٢	١٢٣٧,٢	٣٣,٣٧	٣٣٠,٠٣	
٢٠٠٢	١٠٥٦,٤	٤٨٣	١٤٤٦,٨	٤٠٧	١٤٧٨,٦	٢٩,٣٣	٣٦٩,٥	
٢٠٠٣	١٤٤٧,٣	٨٥٣	١٨٨٢,٩	٤٦٩	١٩٢٦,٥	٢٠,٧٢	٣٤٥,٥٩	
٢٠٠٤	١١٨٨,٢	٥٩٧	١٧٣٦,٣	٥٦٥	١٧٦٩,٤	٣٣,٥٣	٥٨٦,٢٧	
٢٠٠٥	١٤٢٤,٤	٨١٣	١٨٣٦,٢	٤٤٤	١٨٧٨,٧	٣٢,٤٢	٦٠٣,٢٣	
٢٠٠٦	١٥١٨,٢	٨٠٢	١٩٦٧,٣	٤٧٧	٢٠٠٦,٦	٣٤,٢٩	٦٦٧,٦٢	
٢٠٠٧	١٨٤٨,٩	١٠٧٧	٢٤٥٣,٢	٦٣٦	٢٤٩٥,٨	٣٠,٣٤	٧٤٦,١٨	
٢٠٠٨	٢٧٠١,٧	١٤٧٤	٣٢٤٧,٤	٥٨٢	٣٢٩١,٧	٢٨,٤٠	٨١٥,٩	
٢٠٠٩	٢١٨٠,٩	٩١٧	٢٨٨٤,٣	٧٢٠	٢٩١٥,٣	٣٤,٦٦	٨٦٨,٥	
٢٠١٠	٣١٩٩,٩	١٩٤١	٤٥٣٩,٧	١٣٧٠	٤٥٨١,٨	٢٣,٠٢	٩٩٠,٣	
٢٠١١	٣٣٩٩,٥	١٣٦٧	٤٨٢٩,٤	١٤٤٠	٤٨٥٧,٣	٢٧,٦٣	١٠٧٢	
٢٠١٢	٤٧٤٤,٤	٢٦٠,٦	٥٦٦٦,٧	٩٦٠	٥٧١٢,١	٢٣,١٦	١٠٧٥	
المتوسط	١٨٧١,٦	٩٣٨,٦	٢٤٨٩,٥	٦٣٧,٧٣	١٥٧٦,٢٨	٢٨,٨٨	٦٤٠,٣٠	

المصدر : جمعت وحسبت من جدول (١١).

٢- وزارة الزراعة واستصلاح الاراضى ' الادارة المركزية للاقتصاد الزراعى 'تشرة الإحصاءات الزراعية " أعداد متفرقة .

جدول رقم (١٤): معادلات الاتجاه الزمني العام للكفاءة التسويقية للفاصوليا الخضراء خلال الفترة

(١٩٩٨ - ٢٠١٢)

نوع الدالة	معدل التغير السنوي %	معدل التغير المطلق	المتوسط	F	R2	المعادلة	المتغير التابع
خطية	14.10	132.43	938.6	43.93*	0.77	$\hat{Y} = -120.93 + 132.43X$ (6.62)*	١- هوامش تسويقية مطلقة جملة - منتج (جنيه / طن)
خطية	12.56	235.22	1871.6	56.58*	0.81	$\hat{Y} = -10.27 + 235.22X$ (7.522)*	٢- هوامش تسويقية نسبية جملة - منت
خطية	9.80	62.55	637.73	22.38*	0.63	$\hat{Y} = 137.27 + 62.55X$ (4.73)*	٣- هوامش تسويقية مطلقة تجزئة - جملة (جنيه / طن)
خطية	11.87	295.75	2489.5	60.38*	0.82	$\hat{Y} = 123.51 + 295.75X$ (7.77)*	٤- هوامش تسويقية نسبية تجزئة - جملة (%)
خطية	12.37	194.99	1576.3	58.68*	0.81	$\hat{Y} = 16.34 + 194.99X$ (7.66)*	٥- هوامش تسويقية مطلقة تجزئة - منتج (جنيه / طن)
خطية	11.77	297.08	2523.6	61.27*	0.82	$\hat{Y} = 147.02 + 297.08X$ (7.82)*	٦- هوامش تسويقية نسبية تجزئة - منتج (%)
خطية	9.16	58.66	640.30	128.1*	0.90	$\hat{Y} = 171.02 + 58.66X$ (11.31)*	٧- تكاليف إنتاج الفاصوليا الخضراء (جنيه / طن)
خطية	-2.31	-0.67	28.88	6.39*	0.32	$\hat{Y} = 36.10 - 0.67X$ (-2.52)*	٨- الكفاءة التسويقية للفاصوليا الخضراء (%)

حيث : تشير (*) الى المعنوية (-) الى عدم المعنوية

المصدر: حسب من بيانات الجدول رقم (٩) بالدراسة.

الكفاءة التسويقية لمحصول الفاصوليا الخضراء:

يتبن من الجدول رقم (١٣) ان الكفاء التسويقية للفاصوليا الخضراء قد بلغت أدناها بنحو ٢٠,٧٢% عام ٢٠٠٣ ، بينما بلغت اقصاها بنحو ٣٨,٧٤% عام ٢٠٠٠ ، كما يتضح من المعادلة (٨) الواردة بجدول (١٤) ان الكفاء التسويقية للفاصوليا الخضراء قد أخذت إتجاهاً عاماً متناقصاً معنوياً بلغ نحو ٠,٦٧ - % ، وبنسبة تناقص سنوياً بلغ نحو ٢,٣١ - % من متوسط الكفاءة التسويقية للفاصوليا الخضراء والبالغ نحو ٢٨,٨٨ % وهذا يوضح انخفاض الكفاءة التسويقية للفاصوليا الخضراء خلال الفترة من (١٩٩٨-٢٠١٢) وقد يكون ذلك راجعاً الى ارتفاع أسعار التجزئة بالدرجة الاولى من ناحية ، وانخفاض السعر الذى يحصل عليه المنتج ، وايضاً ارتفاع التكاليف الانتاجية من ناحية اخرى .

الملخص :

وقد بينت الدراسة أن المساحة المزروعة من البطاطس اخذت اتجاهاً عاماً معنوياً متزايداً بلغ نحو ١٥,١٧ ألف فدان وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ٥,٥٨ % من متوسط مساحة البطاطس بجمهورية مصر العربية ، كما أخذ الإنتاج الكلى للبطاطس إتجاهاً عاماً متزايداً معنوياً بلغ نحو ١٩٦,١٦ ألف طن ' وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ٦,٨٣ % من متوسط انتاج البطاطس بجمهورية مصر العربية ، وكما بينت الدراسة أن المساحة المزروعة من الطماطم أخذت إتجاهاً عاماً متزايداً معنوياً بلغ نحو ٧,٩٦ ألف فدان ' وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ١,٦٠ % من متوسط مساحة الطماطم بجمهورية مصر العربية ، كما اخذ الإنتاج الكلى للطماطم إتجاهاً عاماً معنوياً متزايداً بلغ نحو ٢٢٧,٨٣ ألف طن ' وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ٢,٩١ % من متوسط انتاج الطماطم بجمهورية مصر العربية ، وكما بينت الدراسة أن المساحة المزروعة من الفاصوليا الخضراء أخذت إتجاهاً عاماً متزايداً معنوياً بلغ نحو ١,٥٣ ألف فدان ' وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ٢,٧ % من متوسط مساحة الفاصوليا الخضراء بجمهورية مصر العربية

، كما اخذ الإنتاج الكلى الفاصوليا الخضراء إتجاهاً عاماً متزايداً معنوياً بلغ نحو ٦,٥٨ ألف فدان ، وبنسبة زيادة سنوية مئوية بلغت نحو ٢,٦٢% من متوسط انتاج الفاصوليا الخضراء بجمهورية مصر العربية. كما بينت الدراسة ان نصيب كل من المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة من جنيه المستهلك لمحصول البطاطس بلغ نحو ٤٦,٦٩% ، ١٦,٧٤% ، ٣٦,٦% على الترتيب كمتوسط الفترة موضع الدراسة ، فى حين يبلغ نصيب كل منهم من توزيع جنيه المستهلك للطماطم نحو ٣٨,٩٤% ، ٢٠,٦٥% ، ٤٠,٣٩% على الترتيب كمتوسط الفترة موضع الدراسة، فى حين يبلغ نصيب كل منهم من جنيه المستهلك للفاصوليا الخضراء ٣٨,٥١% ، ٣٦,٦٠% ، ٢٤,٨٧% على الترتيب.

كما اظهرت الدراسة ان متوسط الكفاءة التسويقية للبطاطس ، الطماطم والفاصوليا الخضراء بلغ نحو ٣٦,٩١% ، ١٦,٩٧% ، ٢٨,٨٨% على التوالي ، وقد يعزى انخفاض الكفاءة التسويقية لهم الى طبيعة هذه الزروع من حيث سرعة قابليتها للتلف ، وكذلك لانخفاض الكفاءة الفنية من حيث وسائل النقل والتخزين الامر الذى يؤدى الى ارتفاع نفاقتها ، ومن ثم ارتفاع جملة التكاليف التسويقية ، هذا بالاضافة الى وجود احتكار القلة فى اسواق الجملة لهم والتي تجعل تجار الجملة ينصب اهتمامهم على تحقيق وزيادة ارباحهم ، كما يرجع الى ارتفاع نسبة الفاقد من الزروع .

وتوصى الدراسة بتنظيم اسواق الجملة حتى لا يغالى تجار الجملة فى ارباحهم مع قيام المنتجين باداء بعض الوظائف التسويقية مثل الفرز والتدريج لخفض تكلفتها ، وذلك الاهتمام بالكفاءة التكنولوجية من حيث وسائل النقل والتخزين والتعبئة بما يودى الى خفض تكلفتها وخفض الفاقد التسويقي للمحاصيل موضع الدراسة كما توصى الدراسة بأثناء قاعدة معلومات للانتاج والاستهلاك واسعار للزروع لى تكون القرارات الانتاجية والتسويقية سليمة .

المراجع

- ١- احمد احمد جويلى (دكتور) مبادئ التسويق الزراعي ، دارالهنا الطبعة الاولى ١٩٧١.
- ٢- الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء النشرة السنوية لاسعار المواد الغذائية أعداد متفرقة.
- ٣- عطيات محمد السعيد (دكتور) ، سهره خليل عطا (دكتور) الكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس فى مصر المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي المجلد (١٨) ، العدد (١) مارس ٢٠٠٨
- ٤- وزارة الزراعة واستصلاح الاراضى الادارة المركزية للاقتصاد الزراعي نشرة الاقتصاد الزراعي أعداد متفرقة
- ٥- منظمة الاغذية والزراعة للامم المتحدة .

The Marketing Efficiency of Potatoes and Tomatoes and Green Beans in Egypt

**Prof.Dr. Ali Abdel Aal Khalif Prof.Dr.Sahra khalil ata Research:Ahmed salah
Summary**

This study aims at shedding light on marketing efficiency of Potatoes and Bean in Egypt during (1998-2012) period .Also, aims at determining marketing costs and Shares of producer middlemen from the selling price to the consumer .

The study depended one the published data from the secondary sources .

The share of producer whole seller and retailer from the consumer pound were about 46.69% 16.74% 36.6% respectively form Potatoes and The share of producer whole seller and retailer from the consumer pound were about 38.94% 20.65% 40.39% respectively for Tomatoes and The share of producer whole seller and retailer from the consumer pound were about 38.51% 36.60% 24.87% respectively form Green Beans.

The marketing efficiency of Potatoes and Tomatoes and Green Beans during the study period was about 28.88 % 16.97 % 36.91% respectively.

This low marketing efficiency may due to the fact that such crops are subiuct to atch spoilage also as a result of increase the retail price and decrease of both farm and production costs.