

## 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



### 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 440,233 ألف فدان بإجمالي إنتاج نحو 7321 ألف طن عام 2016 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 جنيه المستهلك، ويهدف البحث إلى دراسة كفاءة الأداء الإقتصادي 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 سحب عينة عشوائية للطماطم الصيفي بدمياط بواقع (50) حانراً و(21) تاجر جملة و(54) تاجر تجزئة. أوضحت الدراسة تطور بعض المتغيرات الاقتصادية للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016) حيث تبين زيادة كلاً من المساحة المنزرعة والإنتاج والإستهلاك المحلي للطماطم زيادة سنوية بلغت نحو 2.037 ألف فدان ، 81.27 ، 64.77 ألف طن لكلاً منهما على التوالي وكانت تلك الزيادة غير معنوية من الناحية الإحصائية، في حين زاد كلاً من الصادرات، الواردات، الفاقد للطماطم زيادة سنوية بمعدل 18.007 ، 1.417 ، 125.946 ألف طن على الترتيب وكانت الزيادة معنوية من الناحية الإحصائية بينما انخفض متوسط نصيب الفرد السنوي بنحو 1.557 كجم وهذا الانخفاض معنوي من الناحية الإحصائية، كما انخفض معدل الإكتفاء الذاتي السنوي بنحو 0.179 % وهذا الانخفاض معنوي من الناحية الإحصائية. تبين من الدراسة زيادة كلاً من سعر المنتج والجملة والتجزئة والتكاليف الإنتاجية زيادة سنوية بلغت نحو 76.96 ، 187.213 ، 258.74 ، 14.162 جنيه/طن، وهذه الزيادة مؤكدة من الناحية الإحصائية، كما تناقص نصيب المنتج من جنيه للمستهلك سنوياً بنحو 0.91 % وأن هذا التناقص معنوي إحصائياً، في حين تبين زيادة نصيب الوسطاء من جنيه للمستهلك سنوياً بنحو 0.909 % وهذه الزيادة معنوية إحصائياً، وفيما يتعلق بالهوامش الدراسية أوضحت الدراسة المطلقة والنسبية بين مرحلتى تاجر الجملة والمنتج بنحو 17.878 % ، 31.11 % ، 17.878 % لكلاً منهم على التوالي وذلك خلال البيع من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محللات التجزئة) بينما في حالة البيع من تاجر الجملة إلى الباعة المتجولين فقد بلغ نصيب المنتج وتاجر الجملة والوسطاء من جنيه للمستهلك نحو 41.79 % ، 23.88 % ، 34.33 % لكلاً منهم على التوالي في حين بلغت الهوامش التسويقية المطلقة والنسبية بين تاجر الجملة والمنتج نحو 800 جنيه / طن ، 36.36 % وبين تاجر التجزئة والجملة نحو 2300 جنيه / طن ، 51.11 % وبين تاجر التجزئة والمنتج 3100 جنيه / طن ، 68.98 % على التوالي. أوضحت الدراسة الكفاءة التسويقية للطماطم الصيفي بعينة البحث الميدانية بمحافظة دمياط موسم 2018 ، حيث بلغت أرباح تاجر الجملة نحو 206.97 جنيه / طن وتاجر التجزئة نحو 1714.30 جنيه / طن وأرباح الوسطاء نحو 1921.27 جنيه / طن وذلك خلال المسلك التسويقي من تاجر الجملة لتاجر التجزئة (محللات التجزئة) أما في حالة المسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى الباعة المتجولين فقد بلغت أرباح كلاً من تاجر التجزئة والوسطاء نحو 1027.5 ، 1234.47 جنيه / طن ، وفيما يتعلق بالكفاءة التسويقية فقد بلغت نحو 28.87 ، 39.22 % 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 وتاجر التجزئة للطماطم الصيفي بمحافظة دمياط من خلال عينة الدراسة الميدانية موسم 2018 فقد أوضحت الدراسة أن أهم المشاكل عدم توفر شتلات جيدة النمو وارتفاع تكاليف الإنتاج والنقل وزيادة كمية الفاقد وتكم تجار الجملة في الأسعار والكميات. كما أوضحت الدراسة أهم المقترحات لمحاولة التغلب على هذه المشاكل ومن أهمها تقديم دعم للمزارعين خاصة لمستلزمات الإنتاج وتفعيل دور الرقابة على بتعنين التجزئة للحد من جشعهم في الأسعار علاوة على تجنب نفل الطماطم اوقات 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 أهمية من وجهة نظر المستهلك لإشباع رغبته بالمستوى المطلوب، علاوة على أنه مكمل للإنتاج حيث يشمل الخدمات التسويقية التي تربط بين الإنتاج والإستهلاك وتبدو أهمية التسويق في محاصيل الخضار لكونها سريعة التلف مما يزيد من الفاقد فيها وبالتالي تحتاج إلى وظائف معينة كالنخزين والتداول وغيرها من الوظائف لتقليل كمية الفاقد منها والتي قدرت بنحو 2013 الف طن عام 2016 ، وبلغت مساحة الخضار نحو 1986 الف فدان بإجمالي إنتاج نحو 20025.4 الف طن ويعتبر محصول الطماطم من محاصيل الخضار الرئيسية حيث يستهلك طازج أو يدخل عمليات التصنيع، وقد بلغت المساحة المنزرعة منه نحو 440,233 الف فدان بإجمالي إنتاج 7311 الف طن يمثل نحو 22.16 % ، 36.51 % من مساحة وإنتاج محاصيل الخضار على التوالي عام 2016 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 225 الف فدان بإجمالي إنتاج نحو 3548 الف طن تمثل نحو 51.14 % ، 48.60 % من مساحة وإنتاج الطماطم في مصر وتحل المرتبة الأولى من حيث المساحة والإنتاج يليها العروة الشتوية التي تزرع خلال شهري أكتوبر ونوفمبر ويتم جمعها خلال شهري يناير وفبراير وتبلغ مساحتها نحو 185 الف فدان بإجمالي إنتاج نحو 3329 الف طن تمثل نحو 42.04 % ، 45.47 % من مساحة وإنتاج الطماطم في مصر وتحل 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 3 الف فدان بإجمالي إنتاج نحو 434 الف طن تمثل نحو 6.82 % ، 5.93 % من مساحة وإنتاج الطماطم في مصر وتحل المرتبة الثالثة من حيث مساحة وإنتاج الطماطم في مصر وذلك عام 2016، وقد بلغت مساحة الخضار بدمياط نحو 14.172 الف

فدان بإجمالي إنتاج نحو 173.714 الف طن ، وبلغت مساحة الطماطم بدمياط 2.806 الف فدان بإجمالي إنتاج نحو 17.371 الف طن تمثل نحو 19.08 % ، 0.10 من مساحة وإنتاج الخضار بدمياط عام 2016.

#### 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 ، فضلاً 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 جنيه المستهلك ، كما أن المشكلات التي تواجه تسويق الطماطم أكثر تعقيداً من المشكلات التي تواجه إنتاجه ، الأمر الذي يستلزم أهمية دراسة مختلف الجوانب التسويقية المتعلقة بمحصول الطماطم خلال المراحل التسويقية وإلقاء الضوء على الهوامش والتكاليف والكفاءة التسويقية للطماطم.

#### هدف البحث:

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

- دراسة تطور أهم المتغيرات الاقتصادية لمحصول الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016). دراسة المؤشرات التسويقية للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016)
- دراسة المؤشرات التسويقية للطماطم الصيفي بدمياط موسم 2018
- دراسة أهم المشاكل التي تواجه منتجي وتجار الجملة والتجزئة خلال العملية التسويقية للطماطم الصيفي بمحافظة دمياط موسم 2018.
- التوصيل إلى مجموعة من المقترحات لمواجهة المشكلات التي تواجه منتجي وتجار الجملة والتجزئة التسويقية للطماطم الصيفي بمحافظة دمياط موسم 2018

مؤشرات المعادلة رقم (1) بالجدول رقم (2) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو 2.037 ألف فدان يمثل نحو 0.41% من متوسطها وان هذه الزيادة غير مؤكدة معنوية من الناحية الاحصائية مما يشير الى الثبات النسبي للمساحة المزروعة من الطماطم حول متوسطها السنوي.

كما اوضحت البيانات الواردة بالجدول رقم (1) ان انتاج الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016) قد تراوح بين حد ادنى بلغ نحو 6338 الف طن عام 2001 وحد اقصى نحو 10279 الف طن عام 2009 وبمتوسط سنوي بلغ نحو 8070.235 الف طن وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور انتاج الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (2) بالجدول رقم (2) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو 81.270 الف طن يمثل نحو 1.01% من متوسطة وان هذه الزيادة غير مؤكدة معنوية من الناحية الاحصائية.

وبدراسة مؤشرات الجدول رقم (1) تبين ان الاستهلاك المحلي من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016) قد تراوح بين حد ادنى بلغ نحو 6334 الف طن عام 2001 وحد اقصى نحو 10212 الف طن عام 2009 وبمتوسط سنوي بلغ نحو 7989.412 الف طن وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الاستهلاك المحلي من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (3) بالجدول رقم (2) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو 64.77 الف طن يمثل نحو 0.81% من متوسطها وان هذه الزيادة غير مؤكدة معنوية من الناحية الاحصائية.

كما اوضحت البيانات الواردة بالجدول رقم (1) الصادرات من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016) حيث تراوحت بين حد ادنى بلغ نحو 4 الف طن عام 2003 وحد اقصى بلغ نحو 272 الف طن عام 2016 وبمتوسط سنوي بلغ نحو 95.059 الف طن وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الصادرات من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (4) بالجدول رقم (2) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو 18.007 الف طن يمثل نحو 18.94% من متوسطها وان هذه الزيادة مؤكدة معنوية من الناحية الاحصائية عند مستوى معنوية 1% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو 85% 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 (2000-2016) قد اوضحت البيانات الواردة بالجدول رقم انها تراوحت بين حد ادنى بلغ نحو الف طن عام 2001 وحد اقصى بلغ نحو 49 الف طن عام 2011 وبمتوسط سنوي بلغ نحو 11.118 الف طن وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الواردات من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (5) بالجدول رقم (2) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو 1.417 الف طن يمثل نحو 12.74% من متوسطها وان هذه الزيادة مؤكدة معنوية من الناحية الاحصائية عند مستوى معنوية 5% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو 34% 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 والدوريات 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 2018.

### عينة الدراسة الميدانية :

بأجراء الحصر لمساحات الطماطم الصيفي موسم 2018 من واقع سجلات إدارة الاحصاء بمديرية الزراعة بدمياط تبين أن المساحة المنزرعة بها بلغت نحو 1455 فدان بإجمالي 1061 حائزا موزعة على مراكزها بواقع 135،2، 16، 75، 1227 فدان ونحو 51، 8، 89، 2، 911 فدان لكل من مركز دمياط ، فارسكور، كفر سعد ، الزرقا، كفر البطيخ على التوالي (7) ، كما تبين أن أعلى مركز كفر البطيخ من حيث المساحة المنزرعة وعدد الحائزين به حيث مثل نحو 84.33%، 85.86% من إجمالي المساحة وعدد الحائزين بالمحافظة. وتم سحب عينة عشوائية قوامها 50 حائزا تبعا للأهمية النسبية لعدد الحائزين به، أما بالنسبة لأسواق الجملة فقد تبين من واقع سجلات مركز المعلومات بالمحافظة ان عددهم 2 سوق جملة تم أخذ السوقيين عمديا (حيث لا يوجد غيرهما بالمحافظة) وتبين ان عدد تجار الجملة بهما نحو 102 منهم 55 تاجر بسوق شطا ونحو 47 تاجر بسوق دمياط الجديدة وتم سحب عينة عشوائية قوامها 12 تاجر جملة من سوق شطا ونحو 9 تاجر جملة بسوق دمياط الجديدة بإجمالي 21 تاجر جملة، وفيما يتعلق بتجار التجزئة (محلات التجزئة) فقد تم سحب عينة عشوائية بواقع 16، 12 تاجر تجزئة من مركزي كفر سعد ودمياط على التوالي بإجمالي نحو 28 تاجر تجزئة ، وفيما يتعلق بالباة المتجولين فهم منتشرين بكثرة في مدن وقرى المحافظة وتم سحب عينة بالصدفة قوامها 26 تاجر متجول بواقع 14، 12 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 (2016-2000):

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (1) الى أن مساحة الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016) قد تراوحت بين حد ادنى بلغ نحو 430 الف فدان عام 2001 وحد اقصى نحو 600 الف فدان عام 2009 وبمتوسط سنوي بلغ نحو 496.82 الف فدان وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور مساحة الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من

### جدول 1. تطور بعض المتغيرات الاقتصادية للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2016-2000)

السنة	( ألف فدان )	الإنتاج المساحة ( ألف طن )	الاستهلاك المحلي ( ألف طن )	الصادرات ( ألف طن )	الواردات ( ألف طن )	الفاقد ( ألف طن )	متوسط نصيب الفرد كجم /سنة	الإكتفاء الذاتي %
2000	465	6804	6806	7	9	681	79.5	100.03
2001	430	6338	6334	5	1	634	72.4	99.94
2002	455	6789	6785	5	1	679	74.6	99.94
2003	459	7157	7154	4	1	715	78.6	99.96
2004	465	7694	7688	7	1	769	82.8	99.92
2005	495	8440	8420	22	2	1010	87	99.76
2006	524	8666	8660	8	2	1299	95.1	99.93
2007	537	8719	8692	29	2	1478	91.1	99.69
2008	572	9267	9217	59	9	2304	85.4	99.46
2009	600	10279	10212	142	20	2553	92.7	99.34
2010	515	8587	8459	142	14	2115	74.9	98.50
2011	506	8124	8092	81	49	2023	70.2	99.60
2012	515	8639	8532	124	17	2133	72.1	98.76
2013	489	8307	8098	216	9	2429	62.3	97.48
2014	510	8303	8072	245	10	2422	60.5	97.21
2015	469	7760	7532	248	20	2134	56.1	98.82
2016	440	7321	7067	272	22	2013	51.6	96.53
المتوسط	496.824	8070.235	7989.412	95.059	11.118	1611.235	75.70	99.11

المصدر جمع وحسب من :

وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي -قطاع الشؤون الاقتصادية - نشرات الاحصاءات الزراعية -اعداد مختلفة.  
وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي -قطاع الشؤون الاقتصادية - الميزان الغذائي المصري - اعداد مختلفة.

وبدراسة مؤشرات الجدول رقم (1) يتضح أن الفاقد من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016) قد تراوح بين حد ادنى بلغ نحو 634 الف طن عام 2001 وحد اقصى نحو 2553 الف طن عام 2009

تمتثل نحو 7.81% من متوسطه وان هذه الزيادة مؤكده معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه 1% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو 76% من التغيرات فى الفاقد من الطماطم يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن.

كما أشارت البيانات الواردة بالجدول رقم (1) الى تطور متوسط نصيب الفرد من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016) اقصى نحو 95.1 كجم /سنة عام 2006 ويمتوسط سنوى بلغ نحو 75.7 كجم /سنة وبدراسة الاتجاه الزمنى العام لتطورنسبة الاكتفاء الذاتى من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (8) بالجدول رقم (2) انها تتناقص سنويا بنحو 0.18% وان هذا التناقص مؤكده معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه 1% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو 69% من التغيرات فى نسبة الاكتفاء الذاتى من الطماطم يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن.

كما أشارت البيانات الواردة بالجدول رقم (1) الى تطور متوسط نصيب الفرد من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016) اقصى نحو 95.1 كجم /سنة عام 2006 ويمتوسط سنوى بلغ نحو 75.7 كجم /سنة وبدراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور متوسط نصيب الفرد من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (7) بالجدول رقم (2) انه يتناقص سنويا بما يقدر بنحو 1.557 كجم / سنة يمثل نحو 2.05% من متوسطه وان هذه التناقص مؤكده معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه 1% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو 38% من التغيرات فى

جدول 2. معادلات الاتجاه الزمنى العام لتطور بعض المتغيرات الاقتصادية للطماطم في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (2016 - 2000)

رقم المعادلة	البيان	المعادلة	ر2	ف	المتوسط (الف طن)	معدل التغير %
(1)	المساحة ( ألف فدان)	ص <sup>1</sup> هـ = 2.037 + 478.493 س <sup>1</sup> هـ (0.896)	0.051	0.803	496.824	0.41
(2)	الإنتاج (ألف طن)	ص <sup>2</sup> هـ = 81.270 + 7338.809 س <sup>2</sup> هـ (1.756)	0.17	3.083	8070.235	1.01
(3)	الإستهلاك المحلى (ألف طن)	ص <sup>3</sup> هـ = 64.770 + 7406.485 س <sup>3</sup> هـ (1.362)	0.11	1.854	7989.412	0.81
(4)	الصادرات (ألف طن)	ص <sup>4</sup> هـ = 18.007 + 67.01 س <sup>4</sup> هـ (9.179)	0.85	** (84.257)	95.059	18.94
(5)	الواردات (ألف طن)	ص <sup>5</sup> هـ = 1.417 + 1.632 س <sup>5</sup> هـ (2.763)	0.34	* (7.634)	11.118	12.74
(6)	الفاقد (ألف طن)	ص <sup>6</sup> هـ = 125.946 + 477.721 س <sup>6</sup> هـ (6.915)	0.76	** (47.821)	1611.235	7.81
(7)	متوسط نصيب الفرد كجم /سنة	ص <sup>7</sup> هـ = 1.557 - 89.716 س <sup>7</sup> هـ (3.09)	0.38	** (9.053)	75.70	2.05
(8)	الاكتفاء الذاتى %	ص <sup>8</sup> هـ = 0.179 - 100.719 س <sup>8</sup> هـ (5.755)	0.69	** (33.115)	99.11	0.18

(\*معنوي عند مستوى 0.05 ، (\*\*معنوي عند مستوى 0.01 ، الأرقام بين الأقواس هي قيمة "ت" المحسوبة حيث ص<sup>8</sup> = القيمة التقديرية للمتغير التابع فى السنة هـ ، س<sup>هـ</sup> = متغير الزمن ، هـ = 1، 2، 3، .....، 20  
معدل التغير = المتوسط الحسابى / معامل الانحدار 100x  
المصدر : حسب من البيانات الواردة بالجدول رقم (1) بالبحث.

الزمنى العام لتطور سعر المنتج من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (1) بالجدول رقم (4) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو 76.956 جنيه /طن يمثل نحو 9.08% من متوسطه وان هذه الزيادة مؤكده معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه 1% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو 88% 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 (2016-2000):

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (3) الى تطور سعر المنتج من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2016-2000) حيث تراوح بين حد ادنى بلغ نحو 374 جنيه/طن عام 2001 وحد اقصى نحو 1460 جنيه /طن عام 2011 ومتوسط بلغ نحو 847.412 جنيه / طن وبدراسة الاتجاه

جدول 3. تطور اسعار المنتج والجملة والتجزئة للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2016-2000)

السنة	سعر المنتج* (جنيه/طن)	سعر الجملة (جنيه/طن)	سعر التجزئة (جنيه/طن)	تكاليف الإنتاج* (جنيه/طن)
2000	389	449	737	177
2001	374	643	919	181
2002	384	638	865	185
2003	449	838	1129	187
2004	516	736	1239	192
2005	523	768	1242	196
2006	636	770	1699	201
2007	602	988	1320	209
2008	811	1433	1953	219
2009	653	1000	1530	237
2010	933	1760	2560	266
2011	1460	2970	4020	274
2012	1303	4220	5060	277
2013	1311	2180	3410	296
2014	1317	2700	3950	333
2015	1344	2900	4210	360
2016	1401	2820	4120	472
المتوسط	847.412	1636.059	2350.765	250.706

\*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 (1) بالملحق .

سعر الجملة من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (2) بالجدول رقم (4) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو 187.213 جنيه/طن يمثل نحو 11.44% من متوسطه وان هذه الزيادة مؤكده معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه 1% كما يشير معامل التحديد الى ان

واوضحت بيانات الجدول رقم (3) أن سعرا لجملة من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2016-2000) تراوح بين حد ادنى بلغ نحو 449 جنيه / طن عام 2000 وحد اقصى نحو 4220 جنيه / طن عام 2012 ومتوسط بلغ نحو 1636.059 جنيه/طن وبدراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (1) الى أن تكاليف انتاج الطن من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016) تراوحت بين حد ادنى بلغ نحو 177 جنيه/طن عام 2000 وحد اقصى نحو 472 جنيه /طن عام 2016 وبمتوسط بلغ نحو 250.706 جنيه/طن ودراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور تكاليف الانتاج للطن من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (4) بالجدول رقم (4) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو 14.162 جنيه/طن يمثل نحو 5.64% من متوسطه. وان هذه الزيادة مؤكدة معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه 1% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو 80% من التغيرات فى تكاليف الانتاج للطن من الطماطم يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن.

نحو 71% من التغيرات فى سعر الجملة من الطماطم يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن. ودراسة البيانات الواردة بالجدول رقم (1) يتبين أن سعر التجزئة للطن من الطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016) تراوح بين حد ادنى بلغ نحو 737 جنيه /طن عام 2000 وحد اقصى نحو 5060 جنيه/طن عام 2012 وبمتوسط بلغ نحو 2350.765 جنيه/طن ودراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور سعر التجزئة للطن من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (3) بالجدول رقم (4) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو 258.740 جنيه /طن يمثل نحو 11.01% من متوسطه وان هذه الزيادة مؤكدة معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه 1% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو 81% من التغيرات فى سعر التجزئة من الطماطم يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن.

معدل التغير	المتوسط	الفترة (2000-2016)	رقم المعادلة	التجزئة والتكاليف للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال	رقم المعادلة	سعر المنتج (جنيه/طن)
9.08	847.412	** (110.084)	0.88	ص <sub>د</sub> = 76.956 + 165.654 س <sub>د</sub> 1	1	سعر المنتج (جنيه/طن)
11.44	1636.059	** (36.941)	0.71	ص <sub>د</sub> = 187.213 + 48.860 س <sub>د</sub> 2	2	سعر الجملة (جنيه/طن)
11.01	2350.765	** (65.436)	0.81	ص <sub>د</sub> = 258.740 + 22.103 س <sub>د</sub> 3	3	سعر التجزئة (جنيه/طن)
5.64	250.706	** (61.707)	0.80	ص <sub>د</sub> = 14.162 + 123.250 س <sub>د</sub> 4	4	التكاليف (جنيه/طن)

(\*) معنوى عند مستوى 0.05 ، (\*\*) معنوى عند مستوى 0.01، الأرقام بين الأقواس هي قيمة "ت" المحسوبة حيث ص<sub>د</sub><sup>2</sup> = القيمة التقديرية للمتغير التابع فى السنة هـ ، س<sub>د</sub> = متغير الزمن ، هـ = 1 ، 2 ، 3 ، ..... ، 20  
معدل التغير = المتوسط الحسابى / معامل الانحدار 100x  
المصدر: حسب من البيانات الواردة بالجدول رقم (3) بالبحث

### 3- نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك للطماطم خلال الفترة (2000-2016)

دراسة البيانات الواردة بالجدول رقم (5) يتضح ان نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك فى تسويق طن من الطماطم فى جمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016) قد انخفض من نحو 39.08% عام 2000 الى نحو 31.55% عام 2016 بانخفاض قدره نحو 7.53% مقارنة بعام 2000 وقد تراوح نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك حده الأدنى بنحو 16.60 % عام 2012 وحده الاقصى بنحو 54.68 % عام 2006 وبمتوسط بلغ نحو 32.0782 % خلال الفترة المذكورة ودراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (3) بالجدول رقم (6) انه يتناقص بنحو 0.339% يمثل حوالى 1.057% من متوسطه السنوى وان هذا التناقص غير مؤكد معنويا من الناحية الاحصائية.

### 4- نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك للطماطم خلال الفترة (2000-2016)

كما أوضحت البيانات الواردة بالجدول المذكور أن نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك فى تسويق طن من الطماطم فى جمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016) قد زاد من نحو 47.22% عام 2000 الى نحو 66.00% عام 2016 بزيادة قدرها نحو 18.78 % مقارنة بعام 2000 وقد تراوح نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك حده الأدنى بنحو 47.22 % عام 2000 وحده الاقصى بنحو 74.25 % عام 2012 وبمتوسط بلغ نحو 60.8941 % خلال الفترة المذكورة ودراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (4) بالجدول رقم (6) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو 0.909% يمثل نحو 1.493% من متوسطه السنوى وان هذه الزيادة مؤكدة معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه 1% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو 56% 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 الانخفاض بمرور الزمن وإرتفاع 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 النسبوية للطماطم فى جمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016):

#### أ- تطور توزيع جنيه المستهلك للطماطم فى جمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016):

1- نصيب المنتج من جنيه المستهلك للطماطم خلال الفترة (2000-2016) يوضح الجدول رقم (5) تطور نصيب المنتج من جنيه المستهلك للطماطم فى جمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016) حيث اوضح انه انخفض من نحو 52.78 % عام 2000 الى نحو 34% عام 2016 بنسبة انخفاض بلغت نحو 18.78 % مقارنة بعام 2000 وقد تراوح نصيب المنتج من جنيه المستهلك الناتج عن تسويق طن من الطماطم حده الأدنى بنحو 25.75 % عام 2012 وحده الاقصى بنحو 52.78 % عام 2000 وبمتوسط بلغ نحو 39.11% خلال فترة الدراسة ودراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور نصيب المنتج من جنيه المستهلك الناتج عن تسويق طن من الطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (1) بالجدول رقم (6) انه يتناقص سنويا بنحو 0.909% يمثل نحو 2.234% من متوسطه السنوى وان هذا التناقص مؤكد معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه 1% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو 56% من التغيرات فى نصيب المنتج من جنيه المستهلك للطماطم يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن.

#### 2- نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك للطماطم خلال الفترة (2000-2016)

تبين مؤشرات الجدول رقم (5) تطور نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك للطماطم فى جمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016) حيث اوضحت انه زاد من نحو 8.14 % عام 2000 الى نحو 34.45% عام 2016 بزيادة قدرت بنحو 26.31 % مقارنة بعام 2000 وقد بلغ نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك حده الأدنى بنحو 7.89% عام 2006 وحده الاقصى بنحو 57.65 % عام 2012 وبمتوسط بلغ نحو 28.82 % خلال الفترة المذكورة ودراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (2) بالجدول رقم (6) انه يتزايد سنويا بنحو 1.248% يمثل نحو 4.331% من متوسطه السنوى وان هذه الزيادة مؤكدة معنويا من الناحية الاحصائية عند مستوى معنويه 5% كما يشير معامل التحديد الى ان نحو 29% من التغيرات فى نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك للطماطم يرجع الى العوامل التى يعكس اثرها عنصر الزمن

جدول 5. تطور توزيع جنيته المستهلك والهوامش والكفاءة التسويقية خلال الفترة (2000-2016)

السنة	توزيع جنيته المستهلك										
	نصيب المنتج (1)	نصيب تاجر الجملة (2)	نصيب تاجر التجزئة (3)	نصيب الوسيط (3+2) (4)		جملة-منتج (5)		تجزئه - جملة (7)		تجزئه - منتج (9)	
				نسبي %	مطلق	نسبي %	مطلق	نسبي %	مطلق	نسبي %	مطلق
2000	52.78	8.14	39.08	47.22	60	13.36	288	39.08	348	47.22	348
2001	40.70	29.27	30.03	59.30	269	41.83	276	30.03	545	59.30	545
2002	44.39	29.37	26.24	55.61	254	39.81	227	26.24	481	55.61	481
2003	39.77	34.45	25.78	60.23	389	46.42	291	25.78	680	60.23	680
2004	41.64	17.76	40.60	58.36	220	29.89	503	40.60	723	58.36	723
2005	42.11	19.73	38.16	57.89	245	31.90	474	38.16	719	57.89	719
2006	37.43	7.89	54.68	62.57	134	17.40	929	54.68	1063	62.57	1063
2007	45.61	29.24	25.15	54.39	386	39.07	332	25.15	718	54.39	718
2008	41.53	31.85	26.62	58.47	622	43.41	520	26.62	1142	58.47	1142
2009	42.68	22.68	34.64	57.32	347	34.70	530	34.64	877	57.32	877
2010	36.45	32.30	31.25	63.55	827	46.99	800	31.25	1627	63.55	1627
2011	36.32	37.56	26.12	63.68	1510	50.84	1050	26.12	2560	63.68	2560
2012	25.75	57.65	16.60	74.25	2917	69.12	840	16.60	3757	74.25	3757
2013	38.45	25.48	36.07	61.55	869	39.86	1230	36.07	2099	61.55	2099
2014	33.27	35.09	31.64	66.73	1386	51.33	1250	31.64	2636	66.73	2636
2015	31.92	36.96	31.12	68.08	1556	53.65	1310	31.12	2866	68.08	2866
2016	34.00	34.45	31.55	66.00	1419	50.32	1300	31.55	2719	66.00	2719
المتوسط	39.11	28.82	32.08	60.89	788.82	41.17	714.71	32.08	1503.5	60.89	1503.4

(1) = (سعر المنتج) / (سعر التجزئة) × 100  
 (2) = ((سعر الجملة) - (سعر المنتج)) / (سعر التجزئة) × 100  
 (3) = ((سعر التجزئة) - (سعر الجملة)) / (سعر التجزئة) × 100  
 (4) = (نصيب الوسيط (3+2))  
 (5) = (سعر الجملة - سعر المنتج) / (سعر الجملة) × 100  
 (6) = (سعر التجزئة - سعر الجملة) / (سعر التجزئة) × 100  
 (7) = (سعر التجزئة - سعر الجملة) / (سعر الجملة) × 100  
 (8) = (سعر التجزئة - سعر المنتج) / (سعر المنتج) × 100  
 (9) = (سعر التجزئة - سعر المنتج) / (سعر المنتج) × 100  
 الكفاءة التسويقية للظماطم كالتالى:

مجموع الفروق التسويقية = 100 x (مجموع الفروق التسويقية + تكلفة انتاج الطن)  
 المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الجدول رقم (3).

جدول 6. معادلات الاتجاه الزمنى العام لتطور توزيع جنيته للمستهلك والهوامش والكفاءة التسويقية للظماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016).

رقم المعادلة	المؤشرات التسويقية	المعادلة	ر2	ف	المتوسط	معدل التغير %
1	نصيب المنتج من جنيته المستهلك (%)	ص <sup>1</sup> هـ = 0.909 - 47.286 س <sup>1</sup> هـ (4.365 -)	0.56	(19.049) **	39.1059	2.234
2	نصيب تاجر الجملة من جنيته المستهلك (%)	ص <sup>2</sup> هـ = 1.248 + 17.586 س <sup>2</sup> هـ (2.454)	0.29	(6.020) *	28.8159	4.331
3	نصيب تاجر التجزئة من جنيته المستهلك (%)	ص <sup>3</sup> هـ = 0.339 - 35.138 س <sup>3</sup> هـ (0.807 -)	0.04	(0.652)	32.782	1.057
4	نصيب الوسيط من جنيته المستهلك (%)	ص <sup>4</sup> هـ = 0.909 + 52.714 س <sup>4</sup> هـ (4.365)	0.56	(19.049) **	60.8941	1.493
5	هوامش تسويقية مطلقة (جملة - منتج) (جنيه/طن)	ص <sup>5</sup> هـ = 110.301 + 203.89 س <sup>5</sup> هـ (4.253) **	0.55	(18.89) **	788.8235	13.983
6	هوامش تسويقية نسبية (جملة - منتج) (%)	ص <sup>6</sup> هـ = 1.675 + 26.098 س <sup>6</sup> هـ (3.140)	0.40	(9.857) **	41.1706	4.068
7	هوامش تسويقية مطلقة (تجزئه - جملة) (جنيه/طن)	ص <sup>7</sup> هـ = 71.527 + 70.963 س <sup>7</sup> هـ (8.285) **	0.82	(68.644) **	714.7059	10.008
8	هوامش تسويقية نسبية (تجزئه - جملة) (%)	ص <sup>8</sup> هـ = 0.339 - 35.128 س <sup>8</sup> هـ (0.807 -)	0.04	(0.65)	32.0782	1.057
9	هوامش تسويقية مطلقة (تجزئه - منتج) (جنيه/طن)	ص <sup>9</sup> هـ = 181.828 + 132.926 س <sup>9</sup> هـ (6.918) **	0.76	(47.856) **	1503.529	12.093
10	هوامش تسويقية نسبية (تجزئه - منتج) (%)	ص <sup>10</sup> هـ = 0.909 + 52.714 س <sup>10</sup> هـ (4.365)	0.56	(19.049) **	60.8941	1.493
11	الكفاءة التسويقية (%)	ص <sup>11</sup> هـ = 1.197 - 28.812 س <sup>11</sup> هـ (6.335 -)	0.73	(40.138) **	18.424	6.634

(\*) معنوى عند مستوى 0.05 ، (\*\*\*) معنوى عند مستوى 0.01. الأرقام بين الأقواس هي قيمة "ت" المحسوبة حيث ص<sup>1</sup> هـ = القيمة التقديرية للمتغير التابع في السنة هـ ، س<sup>1</sup> هـ = متغير الزمن ، هـ = 1 ، 2 ، 3 ، ..... ، 20  
 معدل التغير = المتوسط الحسابى / معامل الاحداس × 100  
 المصدر: جمعت وحسبت من الجدول رقم (5) بالبحث.

ب - الهوامش التسويقية للظماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016)

1- الهامش التسويقي بين مرحلتى تاجر الجملة والمنتج للظماطم خلال الفترة (2000-2016)

باستعراض البيانات الواردة بالجدول رقم (5) يتبين ان الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتى تاجر الجملة والمنتج الناتج عن تسويق طن من الظماطم فى جمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016) يتبين أنه

ارتفع من نحو 60 جنيهه / طن عام 2000 الى نحو 1419 جنيهه / طن عام 2016 بزيادة قدرت بنحو 1359 جنيهه / طن مقارنة بعام 2000 وقد بلغ حده الأدنى نحو 60 جنيهه /طن عام 2000 وحده الأقصى نحو 2917 جنيهه /طن عام 2012 وبمتوسط نحو 788.65 جنيهه /طن ويدراسة الاتجاه الزمنى العام لتطور الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتى تاجر الجملة والمنتج خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (5) بالجدول رقم (6) انه يتزايد سنويا بما يقدر بنحو 110.301 جنيهه/طن يمثل نحو 13.983% من

الإحصائية عند مستوى معنوية 1% كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو 56% من التغيرات في الهامش التسويقي النسبي بين مرحلتى تاجر التجزئة والمنتج للطماطم يرجع إلى العوامل التي يعكس أثرها عنصر الزمن ، ويوضح مما سبق ارتفاع الهامش التسويقي سواء المقدر بصورة مطلقة أو بصورة نسبية على مختلف المسارات التسويقية من المنتج إلى تاجر الجملة أولى تاجر التجزئة الأمر الذي يتسق مع النتائج السابقة لإرتفاع مؤشرات نصيب الوسطاء من جنيته المستهلك وإنخفاض نصيب المنتج من جنيته المستهلك.

#### ج - الكفاءة التسويقية للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016)

أوضحت مؤشرات الجدول رقم (5) تطور الكفاءة التسويقية للطماطم خلال الفترة (2000-2016) حيث انخفضت الكفاءة التسويقية للطماطم من نحو 33.71% عام 2000 إلى نحو 14.79% عام 2016 بانخفاض بلغ نحو 18.92% مقارنة بعام 2000 وقد بلغت الكفاءة التسويقية للطماطم خلال الفترة المذكورة حدها الأدنى نحو 6.87% عام 2012 وحدها الأقصى نحو 33.71% عام 2000 وبمتوسط بلغ نحو 18.0424% وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الكفاءة التسويقية للطماطم خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (11) بالجدول رقم (6) أنها تتناقص سنويا بما يقدر بنحو 1.197% أي يمثل نحو 6.634% من متوسطها السنوي وأن هذا التناقص مؤكّد معنويًا من الناحية الإحصائية عند مستوى معنوية 1% كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو 73% من التغيرات في الكفاءة التسويقية للطماطم خلال فترة الدراسة يرجع إلى العوامل التي يعكس أثرها عنصر الزمن وقد يعزى الانخفاض في الكفاءة التسويقية للطماطم خلال فترة الدراسة إلى سرعة قابليتها للتلف وزيادة التقلبات السعرية التي تتعرض لها سنويًا علاوة على احتكار كبار التجار لتسويق الطماطم وخاصة في أسواق الجملة أوقات نقص الإنتاج منها الأمر الذي يؤدي إلى زيادة أرباح الوسطاء في العملية التسويقية وانخفاض سعر المنتج ومن ثم تنخفض الكفاءة التسويقية لها ، ويتسق النتائج الخاصة بإنخفاض الكفاءة التسويقية للطماطم مع النتائج السابق ذكرها من إنخفاض نصيب المنتج من جنيته المستهلك وإرتفاع نصيب الوسطاء من جنيته المستهلك ، وكذلك ارتفاع الهوامش التسويقية للطماطم عند كافة المسالك التسويقية لها.

رابعًا : اقتصاديات تسويق الطماطم الصيفي في عينة البحث الميدانية في

#### محافظة دمياط موسم 2018:

#### أ- المسالك التسويقية للطماطم الصيفي بعينة البحث الميدانية لمحافظة دمياط موسم 2018:

يتبين من خلال بيانات العينة الميدانية والمقابلة الشخصية للمتجعين وتجار الجملة والتجزئة بمحافظة دمياط خلال تسويق الطماطم الصيفي أن المنتج يقوم بعمليات الجمع والفرز والتدريج والتعبئة والنقل لأسواق الجملة والتسويق لتاجر الجملة على أن يقوم تاجر الجملة بتحمل كافة تكاليف العمليات السابقة علاوة على أرباح يتحصل عليها تتراوح بين 8-10% من قيمة الطماطم ثم يقوم ببيعها إما لتجار التجزئة ( محلات التجزئة ) أو يبيعها للبايعين المتجولين وهم يحصلون على النسبة الأكبر من الكميات المباعة أو يقوم ببيعها للمتجولين ( الموزعين ) الذين يقوم بدورهم لتحمل كافة التكاليف علاوة على حصولهم على أرباح تتراوح من 8-10% من قيمة الطماطم وهم بدورهم يوزعون الطماطم على محلات التجزئة التي تقوم ببيعها للمستهلك وهم يحصلون على نسبة قليلة من الكميات المباعة من تاجر الجملة .

#### ب - الأهمية النسبية لبندود التكاليف التسويقية للطماطم الصيفي بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم 2018 :

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (7) إلى أهم بنود التكاليف التسويقية للطماطم الصيفي بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم 2018 حيث أوضحت مؤشرات أن متوسط التكاليف الإنتاجية لطن الطماطم الصيفي بمحافظة دمياط قد بلغ نحو 1258.43 جنيه / طن في حين بلغت التكاليف التسويقية لطن المباع من الطماطم الصيفي على مستوى تاجر الجملة نحو 593.03 جنيه / طن وقد احتلت تكلفة الجمع والفرز المرتبة الأولى بنحو 240 جنيه / طن تمثل نحو 40.47% وذلك لإرتفاع قيمة العمالة المطلوبة لها يليها في المرتبة الثانية تكلفة النقل لسوق الجملة بنحو 110.53 جنيه / طن تمثل نحو 18.645% لإرتفاع أسعار الوارد. يأتي بعد ذلك في المرتبة الثالثة تكلفة العبوات بنحو 100 جنيه / طن تمثل نحو 16.86% يليها في المرتبة الرابعة تكلفة التدريج والتعبئة بنحو 60 جنيه / طن تمثل نحو 10.12% يليها في المرتبة الخامسة أجرة عمال التفريغ في سوق الجملة بنحو 35 جنيه / طن تمثل نحو 5.90% يليها في المرتبة السادسة تكلفة الرسوم المحلية بنحو 25 جنيه / طن تمثل نحو 4.22% ثم يأتي في المرتبة السابعة والأخيرة تكلفة عمولة السامسة بنحو 22.5 جنيه / طن تمثل نحو 3.79% وفيما يتعلق بالتكاليف التسويقية على مستوى تاجر التجزئة ( محلات التجزئة ) قد بلغت نحو 585.70 جنيه / طن وجاء في مقدمة بنود هذه التكاليف في المرتبة الأولى

متوسطه السنوي وأن هذه الزيادة مؤكدة معنويًا من الناحية الإحصائية عند مستوى معنوية 1% كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو 55% من التغيرات في الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتى تاجر الجملة والمنتج للطماطم يرجع إلى العوامل التي يعكس أثرها عنصر الزمن ، في حين تبين أن الهامش التسويقي النسبي بين تاجر الجملة والمنتج للطماطم خلال نفس الفترة قد زاد من نحو 13.36% عام 2000 إلى نحو 50.32% عام 2016 بزيادة قدرت بنحو 36.96% مقارنة بعام 2000 وقد تراوح حده الأدنى نحو 13.36% عام 2000 وحده الأقصى نحو 69.12% عام 2012 وبمتوسط بلغ نحو 41.1706% وخلال الفترة المذكورة وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الهامش التسويقي النسبي بين مرحلتى تاجر الجملة والمنتج خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (6) بالجدول رقم (6) أنه يتزايد سنويًا بما يقدر بنحو 1.675% أي يمثل نحو 4.068% من متوسطه وأن هذه الزيادة مؤكدة معنويًا من الناحية الإحصائية عند مستوى معنوية 1% كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو 40% من التغيرات في الهامش التسويقي النسبي بين مرحلتى تاجر الجملة والمنتج للطماطم يرجع إلى العوامل التي يعكس أثرها عنصر الزمن .

#### 2- الهامش التسويقي بين مرحلتى تاجر التجزئة و تاجر الجملة للطماطم خلال الفترة (2000-2016)

يتضح من بيانات الجدول رقم (5) أن الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتى تاجر التجزئة وتاجر الجملة للطماطم في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016) قد ارتفع من نحو 288 جنيه / طن عام 2000 إلى نحو 1300 جنيه / طن عام 2016 بزيادة تمثل بنحو 351.39% مقارنة بعام 2000 وقد بلغ حده الأدنى نحو 227 جنيه / طن عام 2002 وحده الأقصى نحو 1310 جنيه / طن عام 2015 وبمتوسط نحو 714.7059 جنيه / طن وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتى تاجر التجزئة وتاجر الجملة خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (7) بالجدول رقم (6) أنه يتزايد سنويًا بما يقدر بنحو 71.527 جنيه / طن يمثل نحو 10.008% من متوسطه السنوي وأن هذه الزيادة مؤكدة معنويًا من الناحية الإحصائية عند مستوى معنوية 1% كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو 82% من التغيرات في الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتى تاجر التجزئة و تاجر الجملة يرجع إلى العوامل التي يعكس أثرها عنصر الزمن ، في حين تبين أن الهامش التسويقي النسبي بين تاجر التجزئة و تاجر الجملة للطماطم خلال نفس الفترة قد انخفض من نحو 39.08% عام 2000 إلى نحو 31.55% عام 2016 تمثل بنحو 7.35% مقارنة بعام 2000 حيث بلغ حده الأدنى نحو 16.60% من متوسطه الأقصى نحو 54.68% عام 2002 وبمتوسط بلغ نحو 32.08% خلال الفترة المذكورة وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الهامش التسويقي النسبي بين مرحلتى تاجر التجزئة و تاجر الجملة خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (8) بالجدول رقم (6) أنه يتناقص سنويًا بنحو 0.339% أي يمثل نحو 1.057% من متوسطه السنوي وأن هذا التناقص غير مؤكّد معنويًا من الناحية الإحصائية .

#### 3 - الهامش التسويقي بين مرحلتى تاجر التجزئة و المنتج للطماطم خلال الفترة (2000-2016)

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (5) إلى تطور الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتى تاجر التجزئة و المنتج للطماطم في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000-2016) أنه ارتفع من نحو 348 جنيه / طن عام 2000 إلى نحو 2719 جنيه / طن عام 2016 بزيادة تمثل بنحو 681.32% مقارنة بعام 2000 وقد تراوح حده الأدنى نحو 348 جنيه / طن عام 2000 وحده الأقصى نحو 3757 جنيه / طن عام 2012 وبمتوسط نحو 1503.529 جنيه / طن وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتى تاجر التجزئة والمنتج خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (9) بالجدول رقم (6) أنه يتزايد سنويًا بما يقدر بنحو 181.828 جنيه / طن يمثل نحو 12.093% من متوسطه السنوي وأن هذه الزيادة مؤكدة معنويًا من الناحية الإحصائية عند مستوى معنوية 1% كما يشير معامل التحديد إلى أن نحو 76% من التغيرات في الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتى تاجر التجزئة و المنتج للطماطم يرجع إلى العوامل التي يعكس أثرها عنصر الزمن ، في حين تبين أن الهامش التسويقي النسبي بين تاجر التجزئة و المنتج للطماطم خلال نفس الفترة تبين أنه زاد من نحو 47.22% عام 2000 إلى نحو 66.00% عام 2016 بزيادة قدرت بنحو 18.78% مقارنة بعام 2000 حيث بلغ حده الأدنى نحو 47.22% عام 2000 وحده الأقصى نحو 74.25% عام 2012 وبمتوسط بلغ نحو 60.8941% خلال الفترة المذكورة وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الهامش التسويقي النسبي بين مرحلتى تاجر التجزئة و المنتج خلال الفترة المذكورة فقد تبين من مؤشرات المعادلة رقم (10) بالجدول رقم (6) أنه يتزايد سنويًا بما يقدر بنحو 0.909% يمثل نحو 1.493% من متوسطه السنوي وأن هذه الزيادة مؤكدة معنويًا من الناحية

الثالثة والأخيرة تكلفة عمولة سماسرة بنحو 22.5 جنيه / طن تمثل نحو 18.37%.

**ج- أهم مؤشرات الكفاءة التسويقية للطماطم الصيفي في محافظة دمياط موسم 2018:**

الكفاءة التسويقية هي تعظيم النسبة بين المخرجات والمدخلات. حيث تشير المخرجات إلى دخل التسويق الناتج من رضاه المستهلك عن السلع والخدمات، كما تشير المدخلات إلى تكاليف العناصر المختلفة الداخلة في العمليات التسويقية كالعمل ورأس المال والإدارة<sup>(3)</sup>.

**1- توزيع جنيه المستهلك للطماطم الصيفي في محافظة دمياط موسم 2018** 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 7. الأهمية النسبية لبندو التكاليف التسويقية للطماطم الصيفي بعينة الدراسة الميدانية في محافظة دمياط لموسم الإنتاج عام 2018 (جنيه/الطن)**

البيان	القيمة	%	المسلك التسويقي لتاجر الجملة	البيع لتاجر التجزئة	البيع للبايع المتجولين
متوسط التكاليف الإنتاجية (سعر البيع المزرعي)	1258.43				
النقل خارج سوق الجملة	1400		29.03	170	-
جمع + فرز	240	40.47	8.54	50	-
تدريج وتعبئة	60	10.12	12.80	75	61.22
عبوات	100	16.86	4.27	25	20.41
النقل لسوق الجملة ورسم ميزان	110.53	18.64	28.44	166.60	-
اجرة عمال تفريغ في سوق الجملة	35	5.90	12.04	70.5	-
عمولة سماسرة	22.5	3.79	1.04	6.10	-
رسوم محلية ( ارضية )	25	4.22	3.84	22.5	18.37
التكاليف التسويقية لتاجر الجملة	593.03	100	100	585.70	100
سعر بيع تاجر الجملة	2200	-	100	4500	3350

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات استمارات الإستبيان لعينة البحث الميدانية 2018.

المستهلك للطماطم الصيفي حوالي 68.89% بينما في حالة البيع من تاجر الجملة للبايع المتجولين فإن متوسط نصيب المنتج من جنيه المستهلك للطماطم الصيفي من بعينة البحث الميدانية في محافظة دمياط موسم 2018 بلغ حوالي 41.79% في حين بلغ متوسط نصيب كل من تاجر الجملة وتاجر التجزئة نحو 23.88% ، 34.33% من جنيه المستهلك للطماطم الصيفي على الترتيب ، في حين بلغ متوسط نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك للطماطم الصيفي حوالي 58.21%.

**- نصيب المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة والوسطاء من جنيه المستهلك للطماطم الصيفي بمحافظة دمياط موسم 2018:**

توضح بيانات الجدول رقم (8) أنه خلال البيع من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (مجلات التجزئة) قد بلغ متوسط نصيب المنتج من جنيه المستهلك للطماطم الصيفي من بعينة البحث الميدانية في محافظة دمياط موسم 2018 بلغ حوالي 31.11% بينما بلغ متوسط نصيب كل من تاجر الجملة وتاجر التجزئة نحو 17.78% ، 51.11% من جنيه المستهلك للطماطم الصيفي على الترتيب ، في حين بلغ متوسط نصيب الوسطاء من جنيه

**جدول 8. توزيع نصيب جنيه المستهلك لعينة البحث الميدانية للطماطم الصيفي في محافظة دمياط موسم 2018**

سعر المنتج (1)	سعر الجملة (2)	المسلك التسويقي لتاجر الجملة	سعر التجزئة (3)	نصيب المنتج من جنيه المستهلك (4)	نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك (5)	نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك (6)	نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك (7)
1400	2200	مجلات التجزئة	4500	31.11	17.78	51.11	68.89
		البايع المتجولين	3350	41.79	23.88	34.33	58.21

نصيب المنتج (4) = (1) × (3) / 100  
 نصيب تاجر التجزئة (6) = (3) × (2) / (1) × 100  
 نصيب تاجر الجملة (5) = (2) × (1) / (1) × 100  
 الوسطاء (7) = (5) + (6)  
 المصدر : جمعت وحسبت من بيانات الجدول رقم (7)

جنيهاً / للطن، والهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالي 68.98% أما خلال المسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى البايعة المتجولين فإن الهامش التسويقي المطلق بين تاجر الجملة والمنتج من تسويق الطماطم الصيفي في بعينة البحث الميدانية في محافظة دمياط موسم 2018 بلغ حوالي 800 جنيهاً / للطن ، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالي 36.36% ، كما يتبين من الجدول المذكور أن الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة وتاجر الجملة للطماطم الصيفي بعينة البحث بلغ حوالي 1150 جنيهاً / للطن ، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالي 34.33% ، كما يتبين من الجدول المذكور أن الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة والمنتج للطماطم الصيفي بلغ حوالي 1950 جنيهاً / للطن ، و الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالي 58.21% وقد يعزى انخفاض الهامش التسويقي في المسلك التسويقي الثاني لانخفاض التكاليف التسويقية علاوة على انخفاض سعر التجزئة مقارنة بالمسلك التسويقي الأول.

**- الهوامش التسويقية للطماطم الصيفي بعينة البحث الميدانية في محافظة دمياط موسم 2018:**

**- الهوامش التسويقية للطماطم الصيفي في محافظة دمياط موسم 2018:** الهامش التسويقي بين مرحلتي (تاجر الجملة والمنتج) ، (تاجر التجزئة وتاجر الجملة) ، (تاجر التجزئة والمنتج) للطماطم الصيفي بمحافظة دمياط موسم 2018 قد اوضحت بيانات الجدول رقم (9) أنه خلال المسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (مجلات التجزئة) فإن الهامش التسويقي المطلق بين تاجر الجملة والمنتج من تسويق الطماطم الصيفي في بعينة البحث الميدانية في محافظة دمياط موسم 2018 بلغ حوالي 800 جنيهاً / للطن ، في حين يتبين أن الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالي 36.36% ، كما يتبين من الجدول المذكور أن الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة وتاجر الجملة للطماطم الصيفي بعينة البحث بلغ حوالي 2300 جنيهاً / للطن ، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالي 51.11% ، كما يتبين من الجدول المذكور أن الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة والمنتج للطماطم الصيفي بلغ حوالي 3100

## جدول 9. الهوامش التسويقية للطماطم الصيفي لعينة الدراسة الميدانية في محافظة دمياط خلال الموسم 2018

الهوامش التسويقية		الهوامش التسويقية	
تجزئة - منتج	جملة - منتج	تجزئة - جملة	جملة - منتج
نسبي(6)	مطلق(1)	نسبي(4)	مطلق(2)
68.98	800	51.11	36.36
58.21	800	34.33	36.36

الهوامش التسويقية لإنتاج الطماطم الصيفي:

- 1- جملة - منتج (مطلق) = (سعر الجملة - سعر المنتج)
- 2- جملة - منتج (نسبي) = (سعر الجملة - سعر المنتج) / سعر الجملة × 100
- 3- تجزئة - جملة (مطلق) = (سعر التجزئة - سعر الجملة)
- 4- تجزئة - جملة (نسبي) = (سعر التجزئة - سعر الجملة) / سعر التجزئة × 100
- 5- تجزئة - منتج (مطلق) = (سعر التجزئة - سعر المنتج)
- 6- تجزئة - منتج (نسبي) = (سعر التجزئة - سعر المنتج) / سعر التجزئة × 100

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الجدول (7)

## 1- أهم المشكلات التي تواجه المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة للطماطم الصيفي بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم 2018:

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (11) إلى أهم المشاكل التسويقية للطماطم الصيفي من وجهة نظر المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة من كما تم ترتيبها تبعاً للأهمية النسبية كما يلي .

## - أهم المشاكل الانتاجية والتسويقية من وجهة نظر المنتج :-

أوضحت مؤشرات الجدول (11) آراء بعض المبحوثين من المنتجين للطماطم الصيفي بالعينة البحثية بالمحافظة موسم 2018 حول أهم المشاكل الإنتاجية والتسويقية ويمكن استعراض بعض المشاكل وفقاً للتكرار النسبي، فقد جاءت مشكلة ارتفاع تكاليف ومستلزمات الإنتاج خاصة المبيدات والأسمدة والتقاوى والأيدى العاملة فى المرتبة الأولى بنسبة 24.42% يليها فى المرتبة الثانية مشكلة زيادة كمية الفاقد فى الطماطم خاصة فى العروة الصيفية لارتفاع درجة الحرارة بنسبة 22.09% ثم تاتى مشكلة ارتفاع التكاليف التسويقية وأرباح الوسطاء لصالح تاجر الجملة والتجزئة التي تصل إلى 50-60% من سعر المستهلك فى المرتبة الثالثة بنسبه بلغت نحو 18.02% بينما تاتى مشكلة عدم توفر شتلات جيدة النمو مما يؤدي إلى موتها خلال مراحل النمو وبالتالي انخفاض الإنتاجية والإنتاج فينخفض العائد للمزارعين فى المرتبة الرابعة بنسبة بلغت نحو 12.79% ويأتى بعد ذلك فى المرتبة الخامسة ارتفاع تكاليف النقل بنسبة بلغت نحو 9.89% يليها فى المرتبة السادسة تحكم كبار تجار الجملة والسماصرة فى السعر وذلك بالتنسيق فيما بينهم على تحديد سعر المزارع مما يؤدي إلى انخفاض صافي العائد للمزارع بنسبة بلغت نحو 7.56% بينما يأتى فى المرتبة السابعة والأخيرة عدم توفر المعلومات التسويقية لدى المزارع عن الأسعار والكميات المعروضة بنسبة بلغت نحو 5.23%.

## - أهم المشاكل التسويقية من وجهة نظر تاجر الجملة:

يتضح من مؤشرات الجدول رقم (11) آراء بعض المبحوثين من تجار الجملة للطماطم الصيفي بالعينة البحثية بالمحافظة موسم 2018 حول أهم المشاكل الإنتاجية والتسويقية التي تواجههم ويمكن استعراض بعض المشاكل وفقاً للتكرار النسبي ، فقد جاءت مشكلة عدم كفاءة وسائل النقل الحالية وارتفاع تكاليفها لبعدها المسافة بين المزارع وسوق الجملة بنسبة بلغت نحو 100%.

## - أهم المشاكل التسويقية من وجهة نظر تاجر التجزئة:

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (11) إلى أهم آراء تجار التجزئة حول أهم المشكلات التي تواجههم في تسويق الطماطم الصيفي بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم 2018 حيث جاءت في مقدمة تلك المشكلات مشكلة قيام بعض المزارعين بتعبئة الطماطم في العبوات بطريقة تظهر ثمار ذات جودة جيدة فى الطبقات العليا والجوانب من العبوة بينما

الطبقات السفلى والداخلية توجد بها نوعيات غير جيدة أقل فى مستوى جودتها مما يزيد من كمية الفاقد فى الطماطم بنسبة بلغت نحو 40% وفي حين إحتلت مشكلة تحكم تاجر الجملة فى الأسعار والكميات المرتبة الثانية بنسبة بلغت نحو 31.11% ثم يأتى بعد ذلك فى المرتبة الثالثة مشكلة ارتفاع تكاليف عملة النقل بنسبة بلغت نحو 15.56% يليها فى المرتبة الرابعة والأخيرة مشكلة عدم الدقة فى عمليات الفرز والتدريج التي يقوم بها المزارعين بنسبة بلغت نحو 13.33%

## 2- التكرار النسبي لمقترحات المنتجين وتجار الجملة وتاجر التجزئة للتغلب على أهم المشاكل التسويقية التي تواجههم بعينة الدراسة الميدانية للطماطم الصيفي بمحافظة دمياط موسم 2018

- التكرار النسبي لآراء منتجي الطماطم الصيفي حول أهم المقترحات للتغلب على أهم المشاكل الانتاجية والتسويقية بعينة البحث الميدانية بمحافظة دمياط موسم 2018:

باستعراض بيانات الجدول رقم (12) يتضح تعدد آراء منتجي الطماطم الصيفي بمحافظة دمياط موسم 2018 حول أهم المقترحات التي يجب

## 3- الكفاءة التسويقية للطماطم الصيفي لعينة البحث الميدانية في محافظة دمياط خلال عام 2018 :

تبين من دراسة مؤشرات الجدول رقم (10) الكفاءة التسويقية للطماطم الصيفي من خلال عينة الدراسة الميدانية لمحافظة دمياط موسم 2018 ، حيث أوضحت مؤشرات أن أرباح تاجر الجملة الناتجة عن بيع طن من الطماطم الصيفي بلغت نحو 206.97 جنيهها / طن لكل من المسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محلات تجزئة) والمسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محلات تجزئة) والمسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محلات تجزئة) والمسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محلات تجزئة) والمسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محلات تجزئة) والمسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محلات تجزئة) والمسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محلات تجزئة) والمسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محلات تجزئة) مما سبق يتضح زيادة كل التكاليف التسويقية وأرباح الوسطاء بنحو 463.20, 686.80 جنيهه/طن تمثل نحو 64.73%، 655.63% من المسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محلات تجزئة) مقارنة بالمسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر الجملة (محلات تجزئة) يعزى إلى تعدد بنود التكاليف علاوة على ارتفاع السعر الذي يحصل عليه تاجر التجزئة.

وفيما يتعلق بالكفاءة التسويقية للطماطم الصيفي قد بلغت نحو 28.87, 39.22% لكل من المسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محلات تجزئة) والمسلك التسويقي من تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة (محلات تجزئة) مما يعنى انخفاضها

## جدول 10. مؤشرات الكفاءة التسويقية للطماطم الصيفي بعينة البحث الميدانية في محافظة دمياط موسم 2018 (جنيه/طن)

البيان	البيع من تاجر الجملة إلى محلات التجزئة	البيع من تاجر الجملة إلى الباعة المتجولين
التكاليف الإنتاجية	1258.43	1258.43
التكاليف التسويقية	1178.73	715.53
أرباح تاجر الجملة	206.97	206.97
أرباح تاجر التجزئة	1714.30	1027.5
أرباح الوسطاء	1921.27	1234.47
الهوامش التسويقية	3100	1950
الكفاءة التسويقية *	28.87	39.22

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الجدول (7) بالبحث.

الكفاءة التسويقية للطماطم كالتالى :

مجموع الفروق التسويقية

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

يعزى 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 يتحملوها بالنسبة لأصحاب محلات التجزئة ويتضح مما سبق أن هناك اتساق بين نتائج مؤشرات الكفاءة التسويقية للطماطم الصيفي 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 الصيفي بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم 2018 :

تعددت وتوعدت المشاكل التي تواجه تسويق الطماطم الصيفي بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم 2018 والتي قد تساعد على عدم تحقيق التسويق الكفاء لتلك السلعة التي تتسم بارتفاع قابليتها للتلف الأمر الذي يتطلب سرعة أداء الوظائف التسويقية لها.



اتباعها للمساهمة في حل أهم مشاكل المزارعين بعينة البحث حيث جاء في مقدمة هذه الآراء تقديم دعم من الدولة للمزارعين خاصة لمستلزمات الإنتاج بنسبة بلغت نحو 44.33 % يليها في المرتبة الثانية من حيث آراء المزارعين لحل مشاكلهم الاعتماد على شتلات الطماطم المنتجة من خلال المراكز البحثية

بنسبة بلغت نحو 32.99% ثم يأتي بعد ذلك في المرتبة الثالثة و الأخرى 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 22.68 % .

**جدول 11. التكرار النسبي لآراء المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة للطماطم الصيفي حول المشكلات الانتاجية و التسويقية التي تواجههم بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط موسم 2018.**

المشاكل	التكرار	%
اولا/من وجهة نظر المنتج		
- عدم توفر شتلات جيدة النموما يؤدي الى موتها خلال مراحل النمو وبالتالي انخفاض الإنتاجية والإنتاج فينخفض العائد للمزارعين.	22	12.79
- ارتفاع تكاليف ومستلزمات الإنتاج خاصة المبيدات والأسمدة والتقوى والأيدى العاملة.	42	24.42
- عدم توفر المعلومات التسويقية لدى الزراع على الأسعار والكميات المعروضة .	9	5.23
- ارتفاع تكاليف النقل .	17	9.89
- زيادة كمية الفاقد في الطماطم خاصة في العروة الصيفية لارتفاع درجة الحرارة .	38	22.09
- تحكم كبار تجار الجملة والسماسة في السعر وذلك بالتنسيق فيما بينهم على تحديد سعر المزارع مما يؤدي إلى انخفاض صافي العائد للمزارع .	13	7.56
- ارتفاع التكاليف التسويقية وأرباح الوسطاء لصالح تاجر الجملة والتجزئة التي تصل إلى 50-60% من سعر المستهلك .	31	18.02
الإجمالي	173	100
ثانيا / من وجهة نظر تاجر الجملة		
- عدم كفاءة وسائل النقل الحالية وارتفاع تكاليفها لبعيد المسافة بين المزارع وسوق الجملة .	8	100
الإجمالي	8	100
ثالثا / من وجهة نظر تاجر التجزئة		
- قيام بعض المزارعين بتعبئة الطماطم في العوات 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 .	36	40
- ارتفاع تكاليف عملية النقل .	14	15.56
- تحكم تاجر الجملة في الأسعار والكميات .	28	31.11
- عدم الثقة في عمليات الفرز والتريخ التي يقوم بها المزارعين.	12	13.33
الإجمالي	90	100

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات استمارة الإستبيان الخاصة بالبحث لموسم الإنتاج 2018.

**جدول 12. التكرار النسبي لمقترحات المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة للتغلب على المشاكل التسويقية التي تواجههم بعينة الدراسة الميدانية للطماطم الصيفي بمحافظة دمياط موسم 2018**

الحلول والمقترحات	التكرار	%
آراء المنتجين:		
- الاعتماد على شتلات الطماطم المنتجة من خلال المراكز البحثية .	32	32.99
- تقديم دعم من الدولة للمزارعين خاصة لمستلزمات الإنتاج .	43	44.33
- 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.	22	22.68
الإجمالي	97	100
آراء تجار الجملة:		
- العمل على إنشاء مصانع لتصنيع وتعبئة الطماطم وذلك لخفض الفاقد منها .	8	57.14
- تفعيل دور الرقابة على البائعين للتجزئة من جانب الحكومة للحد من رفع الأسعار وجشع التجار بالنسبة للمستهلك.	6	42.86
الإجمالي	14	100
آراء تجار التجزئة:		
- عدم قيام المشتري بعملية الفرز للطماطم عند الشراء لتقليل نسبة الفاقد منها.	42	47.19
- تجنب نقل الطماطم أوقات الظهيرة والعمل على نقلها في الصباح الباكر حتى لا تؤدي الحرارة المرتفعة الى زيادة نسبة التلف منها بنسبة بلغت نحو 31.46% يليها في المرتبة الأخيرة استخدام وسائل تعبئة مرتفعة الجودة للمحافظة على الطماطم من التلف وتقليل نسبة الفاقد منها علاوة على استخدام وسائل نقل حديثة للحد منه.	28	31.46
- استخدام وسائل تعبئة مرتفعة الجودة للمحافظة على الطماطم من التلف وتقليل نسبة الفاقد منها علاوة على استخدام وسائل نقل حديثة للحد منه.	19	21.35
الإجمالي	89	100

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات استمارة الإستبيان الخاصة بالبحث لموسم 2018

مقدماتها عدم قيام المشتري بعملية الفرز للطماطم عند الشراء لتقليل نسبة الفاقد منها بنسبة بلغت نحو 47.19 % . 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 31.46% يليها في المرتبة الأخيرة استخدام وسائل تعبئة مرتفعة الجودة للمحافظة على الطماطم من التلف وتقليل نسبة الفاقد منها بنسبة بلغت نحو 21.35% .

**أهم 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 أوقات الظهيرة مع استخدام وسائل نقل حديثة لتقليل كمية الفاقد منها وذلك من خلال تفعيل دور الإرشاد الزراعي لتوعية المزارع عين .

**- التكرار النسبي لآراء تجار الجملة للطماطم الصيفي حول أهم المقترحات للتغلب على أهم المشاكل التسويقية بعينة البحث المدنية بمحافظة دمياط موسم 2018:**

أوضحت البيانات الواردة بالجدول رقم (12) التكرار النسبي لآراء تجار الجملة للطماطم الصيفي لمقترحات التغلب على أهم المشاكل التسويقية التي تواجههم حيث احتلت آراءهم للتغلب على هذه المشاكل العمل على إنشاء مصانع لتصنيع وتعبئة الطماطم وذلك لخفض الفاقد منها بنسبة بلغت نحو 57.14% . يليها تفعيل دور الرقابة على البائعين للتجزئة من جانب الحكومة للحد من رفع الأسعار وجشع التجار بالنسبة للمستهلك بنسبة بلغت نحو 42.86% .

**- التكرار النسبي لآراء تجار التجزئة للطماطم الصيفي حول أهم المقترحات للتغلب على أهم المشاكل التسويقية التي تواجههم بعينة البحث المدنية بمحافظة دمياط موسم 2018:**

تشير البيانات الواردة بالجدول رقم (12) الى التكرار النسبي لآراء تجار التجزئة للطماطم الصيفي حول أهم المقترحات للتغلب على مشاكلهم حيث أوضحت مؤشرات أن أهم المقترحات للتغلب على أهم مشاكلهم يأتي في

ذكريا أحمد عزام (دكتور) عبد الباسط حسونه (دكتور) مصطفى سعيد الشيخ (دكتور) التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق - دار المسيرة للنشر والتوزيع - الأردن - عمان 2009.

الجهاز المركزي للتعبة 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

- 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 (4) 2007.

جميل عبد الحميد جاب الله (دكتور) ، حامد عبد الشافي هدهد (دكتور) محاضرات في التسويق الزراعي ، قسم الاقتصاد الزراعي ن كلية الزراعة جامعة المنصورة 2003.

## الملحق

جدول 1. تطور المساحة والإنتاجية والتكاليف والسعر المزرعي للطماطم بجمهورية مصر العربية خلال الفترة (2000 - 2016)

السنة	العروة الصيفي			العروة الشتوي			العروة النيلي		
	المساحة (الف فدان)	الإنتاجية الفدان (طن)	التكاليف (جنيه/فدان)	السعر المزرعي (جنيه/طن)	المساحة (الف فدان)	الإنتاجية الفدان (طن)	التكاليف (جنيه/فدان)	السعر المزرعي (جنيه/طن)	المساحة (الف فدان)
2000	211.37	13.39	2660.8	470.6	177.22	16.27	2719.3	391	76.57
2001	200.86	13.33	2729.7	418.7	157.79	16.87	2775.8	392.9	71.56
2002	203.08	13.33	2775	442	172.78	17.35	2981	397	79.13
2003	203.61	13.77	3008	459	179.08	17.5	3190	600	76.59
2004	198.70	14.76	3503	451	198.37	18.05	3384	492	67.42
2005	215.46	15.26	3696	507	214.62	18.53	3576	467	65.29
2006	241.31	14.86	3644	505	209.09	18.24	3520	609	73.66
2007	266.96	14.48	3683	594	200.29	18.09	3710	632	69.96
2008	284.98	14.86	3124	857	217.89	17.69	3960	850	68.98
2009	270.32	15.66	4205	648	265.24	18.58	4318	555	64.05
2010	262.05	15.73	4486	1060	204.42	18.39	4434	716	48.73
2011	246.36	15.399	4632	1420	187.19	16.751	4499	1739	51.27
2012	258.74	15.892	4861	1449	208.07	17.818	4817	1478	48.42
2013	238.38	16.165	5060	1458	201.69	18.201	5006	1488	48.69
2014	265.98	15.645	5525	1462	195.50	17.328	5370	1492	48.09
2015	242.10	15.906	5885	1472	187.14	17.680	5867	1540	39.27
2016	224.84	15.777	7707	1709	185.38	17.962	5267	1464	30.02

المصدر جمع وحسبت 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 Resarch-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