

ANALYHICAL STUDY OF MAKETING OF TOMATO IN EGYPT

Hamdoon, M. M. M.

Agric. Econ. Dept., Fac. of Agric. South Valley University

دراسة تحليلية لتسويق الطماطم في مصر
منتصر محمد محمود حمدون
قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة جنوب الوادي

المخلص

يعتبر محصول الطماطم من المحاصيل الخضرية الهامة في التركيب المحصولي المصري، حيث بلغ متوسط المساحة المزروعة بالطماطم حوالي ٥٤٥.٥٤ ألف فدان تمثل حوالي ٣٤.٠٧% من إجمالي متوسط مساحة الخضر بالجمهورية في فترة الدراسة، كما تعتبر الطماطم من المحاصيل التي تتوفر لها فرص تصديرية سواء لدول الخليج أو بعض الدول الأوروبية، وقد غطت فترة الدراسة (١٩٩٥ - ٢٠٠٩) كما استخدمت الدراسة بعض اساليب التحليل الوصفي والكمي.

أوضحت نتائج الدراسة أن مساحة وأنتاج الطماطم الصيفي قد حققت أعلى معدل زيادة سنوي بلغ حوالي ٧.٨٠%، ١٤٢.٧٦% على الترتيب، في حين تبين أن إنتاجية الطماطم النيلي قد حققت أعلى معدل زيادة يليها إنتاجية الطماطم الشتوي ثم الصيفي بمعدلات بلغت حوالي ٠.٣٢%، ٠.٢٤%، ٠.١٦% على الترتيب، وبدراسة تطور سعر المنتج والجملة والتجزئة خلال الفترة السابقة، تبين أن السعر التجزئة حقق أعلى معدل زيادة سنوية بليبة سعر الجملة ثم سعر المنتج، بمعدلات بلغت حوالي ٣٥.٣٦%، ١٢.١٠%، ٧.٣١% على الترتيب، كما تبين أن نصيب المنتج من جنيه المستهلك يتناقص سنوياً بمعدل ٠.٧٢%، على العكس من ذلك فإن نصيب الوسطاء يتزايد سنوياً بمعدل ٠.٧٢% من جنيه المستهلك، و تبين أن نصيب المنتج بلغ حوالي ٤١.٠٨% بينما بلغ نصيب تاجر الجملة والتجزئة حوالي ٢٥.٢٣%، ٣٣.٦٩% من جنيه المستهلك خلال فترة الدراسة وهو ما يعني أن حوالي ٥٨.٩١% من جنيه المستهلك تذهب إلى الوسطاء الذي أنعكس بدوره على انخفاض الكفاءة التسويقية .

واتضح من دراسة تسويق الطماطم على مستوى العروة الشتوية انخفاض أسعار الجملة والتجزئة في شهر مارس، الأمر الذي قد يرجع إلى وصول الإنتاج في هذه العروة إلى أقصاه، كذلك يتضح ارتفاع أسعار الجملة والتجزئة في شهر أبريل، حيث قد يعزى ذلك إلى قرب نفاذ الكميات المنتجة من الطماطم في محافظة قنا، حيث تنتج هذه المحافظة حوالي ١٦.٦٢% من إنتاج العروة الشتوية، وهو الأمر الذي يعني ضرورة توفر البدائل المصنعة للطماطم الطازجة في هذه الفترة. وتبين من دراسة تسويق الطماطم على مستوى العروة الصيفي انخفاض سعر الجملة والتجزئة خلال شهر يونيو وقد يرجع ذلك إلى بلوغ إنتاج هذه العروة إلى أقصاه، بينما قد يرجع ارتفاع نفس السعر خلال شهر أغسطس إلى انخفاض الإنتاج حيث يقع شهر أغسطس فاصل بين العروتين الصيفي والنيلي .

واتضح من دراسة تسويق الطماطم على مستوى العروة النيلية انخفاض أسعار الطماطم خلال شهريديسمبر، وقد يرجع ذلك إلى انخفاض درجة الحرارة في هذا التوقيت الأمر الذي يؤدي إلى انخفاض الطلب على الطماطم، بينما قد يرجع ارتفاع سعر الطماطم خلال شهر سبتمبر إلى زيادة الطلب على الطماطم بسبب حلول شهر رمضان الكريم وبدء الدراسة خلال فترة التحليل، وعند مقارنة المتغيرات السابق دراستها بمثلتها لكل عروة من العروات الثلاث، يتبين أن العروة النيلية حققت أعلى أسعار وقد يرجع ذلك إلى انخفاض المساحة المزروعة وبالتالي الطاقة الإنتاجية لهذه العروة، إما أعلى هوامش تسويقية فكانت من نصيب العروة الصيفي وقد يرجع ذلك إلى سرعة قابلية السلعة للتلف وارتفاع نسبة الفاقد بسبب ارتفاع درجة حرارة الجو، كما يتبين أيضاً أن العروة الشتوية حققت أعلى نسبة لنصيب الوسطاء، وقد يرجع ذلك إلى انخفاض نسبة المخاطرة الناجمة عن قلة الفاقد من الطماطم وعدم قابلية السلعة للتلف بسرعة في فصل الشتاء .

و تبين وجود فائض في الإنتاج المحلي يزيد عن احتياجات السكان في فترة الدراسة بمتوسط نسبة اكتفاء ذاتي بلغت حوالي ١١٥.٥٥% . كما تبين ضالة الكميات المصدرة من الطماطم المصرية بالنسبة للإنتاج المحلي بصفة عامة كما يتضح أن أهم الدول المستوردة للطماطم المصرية هي الدول العربية حيث

أستوعبت هذه الدول حوالى ٧٧.٠٢ % من صادرات مصر من الطماطم تاتي الجمهورية العربية السورية على راس هذه الدول حيث استوعبت حوالى ٥٥.٤٦ % من صادرات مصر الكلية من الطماطم ثم تاتي فى المرتبة الثانية الدول الأوربية حيث أستوعبت حوالى ١٣.٩١ % من صادرات مصر من الطماطم تاتي دولة هولندا على راس هذه الدول حيث أستوعبت حوالى ٨.٦٠ % من صادرات مصر الكلية من الطماطم لمتوسط الفترة (٢٠٠٥ - ٢٠٠٨)

المقدمة

يعتبر تسويق المنتجات الزراعية من محددات التنمية الزراعية فالتسويق مكمل ومنتج لعملية الإنتاج, إذ لا تصبح السلعة ذات منفعة اقتصادية إلا إذا أمكن إنتاجها بالشكل الذى يمكن للمستهلك أستعمالها بالشكل المناسب وفى المكان والوقت الذى يحتاجها فيه, كما أن وجود نظام تسويقي جيد يتضمن تحقيق الحوافز المناسبة للمزارعين وتوفير المعلومات والخدمات والنظم التى تسهل وصول المنتجات للمستهلك فى الصورة التى يرغبها بأقل التكاليف لتحقيق أهداف التنمية الزراعية . هذا وتزداد أهمية التسويق لمحاصيل الخضر بصفة عامة ومحصول الطماطم بصفة خاصة , وذلك لأنها سلعة سريعة التلف , تحتاج إلى خدمات تسويقية ذات كفاءة عالية, بما يحول دون ظهورمشكلات فى التسويق الداخلى الذى سوف ينعكس بدوره على التسويق الخارجى لها من ناحية, وتحقيق التوزيع العادل بين اطراف النظام التسويقي لكل من المنتج والمستهلك والوسطاء من ناحية أخرى.

يعتبر محصول الطماطم من المحاصيل الخضرية الهامة فى التركيب المحصولى المصرى, حيث بلغت المساحة المزروعة بالطماطم حوالى ٥٤٥.٥٤ ألف فدان تمثل حوالى ٣٤.٠٧ % من اجمالى مساحة الخضر بالجمهورية , كما بلغ متوسط القيمة النقدية للطماطم حوالى ٦.٠٨ مليار جنيه تمثل حوالى ٣٨.٢٩ % من القيمة النقدية لمحاصيل الخضر لمتوسط الفترة (٢٠٠٥ - ٢٠٠٩) (٩) , كما تعتبر الطماطم من المحاصيل التى تتوافر لها فرص تصديرية سواء لدول الخليج أو بعض الدول الأوربية, مما يجعلها أحد مصادر العملة الأجنبية التى تسعى الدولة إلى زيادتها, كما أن إمكانية تصنيعها يزيد من قيمتها المضافة , وتنبع أهمية الطماطم الغذائية من كونها أحد محاصيل الخضر الغنية بالفيتامينات والمعادن اللازمة لاحتياجات الإنسان والتى يتم استهلاكها إما فى صورة طازجة أو مصنعة , وتزرع الطماطم فى مصر فى ثلاث عروات اساسية هى العروة الشتوية والصيفية والنيلية, وتعتبر العروة الصيفية أهم هذه العروات ,من حيث المساحة المزروعة والإنتاج الكلى, تليها العروة الشتوية وأخيراً العروة النيلية .

مشكلة البحث

نظراً لما تتصف به الطماطم من قابليتها للتلف وارتفاع نسبة الفاقد وتأثرها بالعوامل الجوية التى لايمكن التحكم فيها, وما يترتب على ذلك من حدوث تقلبات للكمية المعروضة منها فى الأسواق , من حيث الزيادة الكبيرة فى بعض الأوقات والنقص الشديد من المعروض منها فى أوقات اخرى, فأن منتجى ومستهلكى الطماطم دائماً ما يتعرضون للتقلبات السعرية سواء على مستوى العروات للموسم الواحد أو من موسم إلى آخر, وهذا من شأنه أن ينعكس على السياسات الإنتاجية والتسويقية والأنشطة السوقية للوسطاء بصورة سلبية, الأمر الذى يجعل تحليل النظام التسويقي للطماطم من الأهمية بمكان فى ضوء ما يتجسد ذلك من توفير قدر من المعرفة يساهم فى الحكم على مدى سلامة العلاقات السوقية ومدى تحقيق الكفاءة التسويقية لتلك السلعة حتى يمكن النهوض بهذا المحصول بما يتناسب مع الطلب عليه فى السوق المحلى والخارجى .

الهدف من البحث

يهدف هذا البحث بصفة عامة إلى التعرف على اهم ملامح تسويق محصول الطماطم فى فى الفترة (١٩٩٥-٢٠٠٩) من خلال دراسة العناصر التالية :

- ١ - الوضع الإنتاجى الراهن لمحصول الطماطم والوقوف على الأهمية النسبية للمحافظات المنتجة لهذا المحصول .
- ٢ - تقدير الهوامش والكفاءة التسويقية للطماطم و المرحلة التى تستحوذ على النصيب الأكبر من الأرباح التسويقية وتأثير ذلك على الكفاءة التسويقية .
- ٣- دراسة المستويات السعرية وتوزيع جنيته المستهلك على المسالك التسويقية المختلفة للطماطم, ومعرفة نصيب المنتج وتاجر الجملة و التجزئة من سعر المستهلك النهائى فى العروات الثلاثة .
- ٤ - تقدير المتاح للاستهلاك وحجم الفائض للوقوف على نسبة الاكتفاء الذاتى من الطماطم .
- ٥ - دراسة التوزيع الجغرافى لصادرات الطماطم المصرية وتحديد أهم أسواقها الخارجية .

الطريقة البحثية ومصادر البيانات

اعتمد البحث على أسلوب التحليل الوصفي والتحليل الكمي في تحليل بيانات السلاسل الزمنية للمتغيرات الاقتصادية موضع الدراسة، كما تم قياس بعض المؤشرات التسويقية مثل الهوامش التسويقية وتوزيع جنبه المستهلك ونصيب المنتج والوسطاء منه، وقياس الكفاءة التسويقية للطماطم، وكذلك دراسة التوزيع الجغرافي والنصيب السوقي لصادرات الطماطم بالنسبة لأهم الدول المستوردة.

كما اعتمدت الدراسة على العديد من البيانات المنشورة وغير المنشورة الصادرة عن الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي بوزارة الزراعة، وبيانات والنشرات التي يصدرها الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، وعلى بيانات منظمة الأغذية والزراعة (الفاو)، هذا بالإضافة إلى الاستعانة ببعض البحوث والدراسات العلمية السابقة التي تمت في هذا المجال.

المؤشرات الإنتاجية لمحصول الطماطم في مصر

تعتبر دراسة الوضع الإنتاجي الحالي للطماطم من الخطوات الضرورية التي تسبق تحليل ودراسة الوضع التسويقي، وذلك للعلاقة التكاملية بين النشاطين، ويتأول هذا الجزء دراسة المساحة المزروعة والإنتاجية الفدانوية والإنتاج الكلي لمحصول الطماطم بعرواتها الثلاث.

١ - تطور المساحة المزروعة والإنتاجية الفدانوية والإنتاج الكلي للطماطم في العروة الشتوية

تشير نتائج الاتجاه الزمني العام الموضحة بالجدول رقم (١) إلى وجود زيادة معنوية إحصائياً في المساحة المزروعة والإنتاجية الفدانوية والإنتاج الكلي للطماطم الشتوي بلغت حوالي ٥.٢٧ ألف فدان، ٠.٢٤ طن، ١٣١.٧٢ ألف طن، بمعدلات زيادة سنوية بلغت حوالي ٢.٨٥%، ١.٤١%، ٤.١٣% من متوسط المساحة والإنتاجية والإنتاج الكلي الذي بلغ حوالي ١٨٥.١٩ ألف فدان، ١٧.٠٧ طن، ٣١٩٠.٨٩ ألف طن على الترتيب، خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠٠٩)، وهذا وتشير قيمة معامل التحديد أن التغيرات التي يعكسها عنصر الزمن مسنولة عن ٨٢%، ٨١%، ٨٦%، من التغيرات الحادثة في المتغيرات السابقة على الترتيب

٢ - تطور المساحة المزروعة والإنتاجية الفدانوية والإنتاج الكلي للطماطم في العروة الصيفية

بدراسة تطور المساحة المزروعة والإنتاجية الفدانوية والإنتاج الكلي للطماطم في العروة الصيفية خلال الفترة السابقة، أوضحت النتائج المتحصل عليها بالجدول رقم (١) أن هذه المتغيرات أخذت اتجاهاً متزايداً معنوياً إحصائياً بلغ حوالي ٧.٨٠ ألف فدان، ٠.١٦ طن، ١٤٢.٧٦ ألف طن، بمعدلات زيادة سنوية بلغت حوالي ٣.٦٥%، ١.١٥%، ٤.٧٥% من متوسط المساحة والإنتاجية والإنتاج الكلي الذي بلغ حوالي ٢١٣.٧٤ ألف فدان، ١٣.٩٧ طن، ٣٠٠٨.٠٢ ألف فدان على الترتيب، وقد قدر معامل التحديد للمتغيرات السابقة بنحو ٧٢%، ٦٠%، ٨٥% على الترتيب.

٣ - تطور المساحة المزروعة والإنتاجية الفدانوية والإنتاج الكلي للطماطم في العروة النيلية

يتضح من البيانات الواردة من الجدول رقم (١) أن هناك اتجاهاً متزايداً معنوياً إحصائياً في الإنتاجية الفدانوية والإنتاج الكلي للطماطم في العروة النيلية بلغ حوالي ٠.٣٢ طن، ٢٠.٩٦ ألف طن، بمعدلات زيادة سنوية بلغت حوالي ٢.١٧%، ٢%، من متوسط الإنتاجية الفدانوية والإنتاج الكلي والذي بلغ حوالي ١٤.٧٧ طن، ١٠٤٧.٢٤ ألف طن، على الترتيب، وقد قدر معامل التحديد بحوالي ٦٦%، ٤٨%، من التغيرات الحادثة في المتغيرين السابقين على الترتيب، ولم تثبت المعنوية الإحصائية لتطور المساحة المزروعة بهذه العروة

ويتضح مما سبق أن أكبر مساحة مزروعة بالطماطم كانت من نصيب العروة الصيفية تليها العروة الشتوية ثم العروة النيلية والتي تمثل نحو ٤٥.٥٢%، ٤٤.٣٩%، ١٥.٠٤% من إجمالي المساحة المزروعة بالطماطم خلال متوسط الفترة (١٩٩٥-٢٠٠٩)، كما حققت

العروة الشتوية أعلى إنتاج كلى على الرغم من انخفاض المساحة المزروعة بها بالمقارنة بالعروة الصيفية ويرجع ذلك إلى ارتفاع إنتاجية الفدان بها.

جدول (١): معادلات الاتجاه الزمني العام لتطور أهم المتغيرات الإنتاجية لمحصول الطماطم خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠٠٩).

| العروة | المتغير | وحدة القياس | معادلة الاتجاه الزمني العام | متوسط الظاهرة | التغير السنوي % من المتوسط | قيمة ت ر | قيمة ت المقدره لمعامل الإتحاد | قيمة (ف) المقدره | مسنوي المعنوية |
|--------|---------|-------------|-----------------------------|---------------|----------------------------|----------|-------------------------------|------------------|----------------|
| | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----------|-------|------|------|------|---------|---------|------|----------------|----------------|----------------|----------|----------------|
| ٠.٠١ | ٥٤.٤٨ | ٧.٣٨ | ٠.٨٢ | ٢.٨٥ | ١٨٥.١٩ | ١٧.٠٧ | ١.٤١ | ٠.٢٤+١٥.٢٠ | ٠.٢٧+١٣٩.٤٩ | ص ^٨ | الف فدان | المساحة |
| ٠.٠١ | ٥٠.٨١ | ٧.١٣ | ٠.٨١ | ١.٤١ | ١٧.٠٧ | ١٧.٠٧ | ١.٤١ | ٠.٢٤+١٥.٢٠ | ٠.٢٧+١٣٩.٤٩ | ص ^٨ | طن | إنتاجية الفدان |
| ٠.٠١ | ٧٠.٨٦ | ٤.٤٢ | ٠.٨٦ | ٤.١٣ | ٣١٩٠.٨٩ | ٣١٩٠.٨٩ | ٤.١٣ | ١٣١.٧٢+٢٠٧٨.٨٣ | ١٣١.٧٢+٢٠٧٨.٨٣ | ص ^٨ | الف طن | الإنتاج الكلي |
| ٠.٠١ | ٣١.٥١ | ٥.٦١ | ٠.٧٢ | ٣.٦٥ | ٢١٣.٧٤ | ٢١٣.٧٤ | ٣.٦٥ | ٧.٨٠+١٥١.٢٢ | ٧.٨٠+١٥١.٢٢ | ص ^٨ | الف فدان | المساحة |
| ٠.٠١ | ١٨.٢٨ | ٤.٢٨ | ٠.٦٠ | ١.١٥ | ١٣.٩٧ | ١٣.٩٧ | ١.١٥ | ٠.١٦+١٢.٦٧ | ٠.١٦+١٢.٦٧ | ص ^٨ | طن | إنتاجية الفدان |
| ٠.٠١ | ٦٦.٧١ | ٨.١٧ | ٠.٨٥ | ٤.٧٥ | ٣٠٨٠.٠٢ | ٣٠٨٠.٠٢ | ٤.٧٥ | ١٤٢.٧٦+١٨٤٩.٧٩ | ١٤٢.٧٦+١٨٤٩.٧٩ | ص ^٨ | الف طن | الإنتاج الكلي |
| غير معنوي | ٠.١٠ | ٠.٢٣ | ٠.٠١ | ٠.١٨ | ٧٠.٦١ | ٧٠.٦١ | ٠.١٨ | ٠.١٣+٧٢.٠٢ | ٠.١٣+٧٢.٠٢ | ص ^٨ | الف فدان | المساحة |
| ٠.٠١ | ٢٣.٦٩ | ٤.٨٧ | ٠.٦٦ | ٢.١٧ | ١٤.٧٧ | ١٤.٧٧ | ٢.١٧ | ٠.٣٢+١٢.٢٨ | ٠.٣٢+١٢.٢٨ | ص ^٨ | طن | إنتاجية الفدان |
| ٠.٠١ | ١٠.٩٠ | ٣.٣٠ | ٠.٤٨ | ٢.٠٠ | ١٠٤٧.٢٤ | ١٠٤٧.٢٤ | ٢.٠٠ | ٢٠.٩٦+٨٨٥.١٤ | ٢٠.٩٦+٨٨٥.١٤ | ص ^٨ | الف طن | الإنتاج الكلي |

حيث تشير ص^٨ إلى القيمة التقديرية لتطور المؤشرات موضع الدراسة في السنة هـ ، س هـ : إلى ترتيب عنصر الزمن ، حيث هـ = ١، ٢، ٣، ١٥ .

المصدر: حسب من بيانات الجدول رقم (١) بالملحق

أهم المحافظات المنتجة للطماطم في مصر

يختلف إنتاج محصول الطماطم بين محافظات الجمهورية ، نظراً لاختلاف الظروف البيئية وخصوبة التربة ومدى ملاءمتها لزراعة هذا المحصول، علاوة على عامل الخبرة الذي يلعب دوراً مهماً في تحديد المناطق الإنتاجية، كما تؤثر هذه الظروف أيضاً في تحديد المساحة المزروعة بكل عروة وبالتالي الطاقة الإنتاجية للمحافظة الواحدة، لذا يهتم هذا الجزء بدراسة الأهمية النسبية لكل من الإنتاج الكلي للعروة الشتوية والصيفية والنيلية لمحصول الطماطم، للمحافظات المنتجة لها ، حتى يمكن تحديد المحافظات ذات الأهمية النسبية المرتفعة في إنتاج هذا المحصول والتي يمكن أن تخصص في إنتاج هذا المحصول في كل عروة لمتوسط الفترة (٢٠٠٥- ٢٠٠٩) .

١- أهم المحافظات المنتجة للطماطم في مصر للعروة الشتوية

باستعراض بيانات الجدول رقم (٢)، يتضح أن محافظة قنا احتلت المركز الأول من بين المحافظات المنتجة للطماطم لهذه العروة ، بطاقة إنتاجية بلغت حوالي 625.40 ألف طن ، تمثل حوالي 16.62% من إجمالي إنتاج الجمهورية لهذه العروة ، ثم احتلت محافظات الشرقية والمنيا والجيزة و سوهاج، المراكز من الثاني حتى الخامس على الترتيب ، بطاقة إنتاجية بلغت حوالي 364.58, 342.43, 324.44, ٢٩٥.٩٩ ألف طن ، تمثل حوالي 9.10%, 8.62%, 7.86% ، من إجمالي إنتاج الجمهورية لهذه العروة ، كما احتلت محافظات الإسماعيلية والفيوم وبنى سويف والنوبارية وأسيوط المراكز من السادس حتى العاشر ، وهذا وقد بلغت الطاقة الإنتاجية لباقي محافظات الجمهورية المنتجة للطماطم في هذه العروة حوالي ٧٣٧.٠٥ ألف طن تمثل حوالي ١٩.٥٨% من إنتاج نفس العروة لمتوسط نفس الفترة .

٢- أهم المحافظات المنتجة للطماطم في مصر للعروة الصيفية

بدراسة أهم المحافظات المنتجة للطماطم في مصر للعروة الصيفية لمتوسط الفترة (٢٠٠٥- ٢٠٠٩) يتبين من بيانات الجدول السابق، أن منطقة النوبارية احتلت المركز الأول من بين المناطق والمحافظات المنتجة للطماطم لهذه العروة ، بطاقة إنتاجية بلغت حوالي ١٠٠١.٧٥ ألف طن ، تمثل حوالي ٢٥.٧٢% من إجمالي إنتاج الجمهورية لهذه العروة ، ثم احتلت محافظات الإسكندرية والبحيرة والجيزة وبنى سويف، المراكز من الثاني حتى الخامس على الترتيب ، بطاقة إنتاجية بلغت حوالي ٥٤٤.٨٩, ٤٧٤.٥٨, ٣٤٩.٨٨, ٢٧٩.٣٤ ألف طن ، تمثل حوالي ١٣.٩٩%, ١٢.١٨%, ٨.٨٩%, ٧.١٧% من إجمالي إنتاج الجمهورية لهذه العروة ، كما احتلت محافظات الإسماعيلية والشرقية والمنيا والمنوفية ومطروح المراكز من السادس حتى العاشر، وقد بلغت الطاقة الإنتاجية لباقي محافظات الجمهورية المنتجة للطماطم في هذه العروة حوالي ٥٦٤.٥٤ ألف طن تمثل حوالي ١٤.٤٩% من إنتاج العروة لمتوسط فترة الدراسة.

٣- أهم المحافظات المنتجة للطماطم في مصر للعروة النيلية

يتضح من بيانات الجدول رقم (٢)، أن محافظة الفيوم احتلت المركز الأول من بين المحافظات المنتجة للطماطم لهذه العروة ، بمتوسط إنتاج بلغ حوالي ٣٦٥.٦٢ ألف طن، يمثل حوالي ٣١.٨٦% من إجمالي إنتاج الجمهورية لهذه العروة لمتوسط الفترة (٢٠٠٥- ٢٠٠٩) ثم احتلت محافظات الجيزة ومنطقة النوبارية وقنا وبنى سويف، المراكز من الثاني حتى الخامس على الترتيب، بطاقة إنتاجية بلغت حوالي ١٨٥.٦٨, ١٥٠.٢٢, ١٠٧.٩٢, ٧٦.٠٤ ألف طن ، تمثل حوالي ١٦.١٨%, ١٣.٠٩%, ٩.١٤%, ٦.٦٣%, من إجمالي إنتاج الجمهورية لهذه العروة ، كما احتلت محافظات البحيرة والمنيا والمنوفية والإسماعيلية والإسكندرية المراكز من السادس حتى العاشر، وقد بلغت الطاقة الإنتاجية لباقي محافظات الجمهورية المنتجة للطماطم في هذه العروة حوالي ٦٩.٥٣ ألف طن تمثل حوالي ٦.٠٦% من إنتاج العروة لمتوسط الفترة

السابقة، ومما سبق يتضح أن منطقة النوبارية ومحافظة قنا والإسكندرية والجيزة والبحيرة والشرقية والفيوم من أهم المناطق والمحافظات المتخصصة على مستوى الجمهورية في إنتاج الطماطم .

جدول (٢): ترتيب محافظات الجمهورية المنتجة للطماطم حسب الطاقة الإنتاجية للعروات الثلاث لمتوسط الفترة (٢٠٠٥ - ٢٠٠٩) الطاقة الإنتاجية بالآلاف طن

| العروة | أهم المحافظات | قنا | الشرقية | المنيا | الجيزة | سوهاج | الإسماعلية | الفيوم | بنى سويف | النوبارية | أسيوط | باقي المحافظات | الإجمالي |
|----------------|-------------------|---------|---------|--------|--------|--------|------------|--------|----------|-----------|--------|----------------|----------|
| العروة الشتوية | أهم المحافظات | ٦٢٥.٤٠ | ٣٦٤.٥٨ | ٣٤٢.٤٣ | ٣٢٤.٤٤ | ٢٩٥.٥٥ | ٢٥٨.٥٦ | ٢٢٩.٤٣ | ٢٠٨.٥٢ | ٢٠١.٨٩ | ١٧٥.٤٣ | ٧٣٧.٠٥ | ٣٧٦٣.٦٩ |
| فى | % من إنتاج العروة | ١٦.٦٢ | ٩.٦٩ | ٩.١٠ | ٨.٦٢ | ٧.٨٦ | ٦.٨٧ | ٦.١٠ | ٥.٥٤ | ٥.٣٦ | ٤.٦٦ | ١٩.٥٨ | ١٠٠ |
| العروة الصيفي | أهم المحافظات | ١٠٠١.٧٥ | ٥٤٤.٨٩ | ٤٧٤.٥٨ | ٣٤٩.٨٨ | ٢٧٩.٣٤ | ٢٠٣.٩١ | ١٦٩.٦٩ | ١٣٥.٥٢ | ٨٨.٣٠ | ٨٢.٨٨ | ٥٦٤.٥٤ | ٣٨٩٥.٢٧ |
| فى | % من إنتاج العروة | ٢٥.٧٢ | ١٣.٩٩ | ١٢.١٨ | ٨.٩٨ | ٧.١٧ | ٥.٢٣ | ٤.٣٦ | ٣.٤٨ | ٢.٢٧ | ٢.١٣ | ١٤.٤٩ | ١٠٠ |
| العروة الشتوية | أهم المحافظات | ٣١٥.٦٢ | ١٨٥.٦٨ | ١٥٠.٢٢ | ١٠٧.٩٢ | ٧٦.٠٤ | ٤٤.٤٦ | ٤٣.٦٣ | ٣٨.٦٢ | ٣٨.٥٦ | ٢٧.١٦ | ٦٩.٥٣ | ١٠٧٧.٩١ |
| فى | % من إنتاج العروة | ٣١.٨٦ | ١٦.١٨ | ١٣.٠٩ | ٩.٤١ | ٦.٦٣ | ٣.٨٧ | ٣.٨٠ | ٣.٣٧ | ٣.٣٦ | ٢.٣٧ | ٦.٠٦ | ١٠٠ |

المصدر: جمعت وحسبت : وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي، نشرة الاقتصاد الزراعي، أعداد مختلفة .

تطور أسعار المنتج والجملة والتجزئة لمحصول الطماطم

يعبر سعر المنتج عن سعر السلعة على باب المزرعة أو سعر المزارع وهو أول سعر للسلعة، وسعر التجزئة هو السعر الذى يشتري به المستهلك النهائي وهو آخر سعر للسلعة، وسعر الجملة هو السعر الذى يكون بين مرحلة التجزئة ومرحلة المنتج أو المزرعة.

وتشير نتائج نموذج الاتجاه الزمني العام الموضحة بالجدول رقم (٣) إلى وجود زيادة معنوية إحصائياً لسعر المنتج والجملة والتجزئة للطماطم، بلغت حوالي ٧.٣١ جنيه، ١٢.١٠ جنيه، ٣٥.٣٦ جنيه، بمعدلات زيادة سنوية بلغت حوالي ١.٦٥%، ١.٦٩%، ٣.٢٨% من متوسط سعر المنتج والجملة والتجزئة الذى بلغ حوالي ٤٤٣.١٣ جنيه، ٧١٥.٢٠ جنيه، ١٠٧٨.٦٠ جنيه، على الترتيب، خلال الفترة (١٩٩٥ - ٢٠٠٩)، هذا وتعكس قيمة معامل التحديد أن التغيرات التى يعكسها عنصر الزمن مسنولة عن ٤١%، ٢٧%، ٦١% من التغيرات الحادثة فى المتغيرات السابقة على الترتيب .

توزيع جنيته المستهلك لمحصول الطماطم Brak Down of consumers

يشير مفهوم توزيع جنيته المستهلك الي توزيع ما قيمته جنيته واحد دفعه المستهلك للمنتج أو الهيئات التسويقية المختلفة المعنية بتسويق السلعة، وهو يعتبر أحد الطرق التحليلية للتعرف على الكفاءة التسويقية وعلى نصيب كل مرحلة من المراحل التسويقية التى تمر بها السلعة ابتداء من المنتج فتاجر الجملة ثم تاجر التجزئة، ويعبر عنه بالفرق السعرى المطلق للمستوى التسويقى أو الهيئة التسويقية مقسوماً على سعر التجزئة للسلعة .

تطور نصيب كل من المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة من جنيته المستهلك لمحصول الطماطم.

أظهرت النتائج الواردة بالجدول رقم (٣) إلى وجود نقص معنوي إحصائياً في نصيب المنتج بلغ حوالي ٠.٧٢ جنيه بمعدل نقص سنوي بلغ حوالي ١.٧٣ % من متوسط نصيب المنتج الذي بلغ حوالي ٤١.٥٥ جنيه خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠٠٩) كما أشارت نتائج نفس الجدول إلى وجود زيادة معنوية إحصائياً في نصيب تاجر التجزئة ، بلغت حوالي ٠.٩٦ جنيه ، بمعدل زيادة سنوي بلغ حوالي ٢.٩٦ % من متوسط نصيب تاجر التجزئة الذي بلغ حوالي ٣٢.٤٦ جنيه خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠٠٨) ولم تثبت المعنوية الإحصائية للنقص الحادث في نصيب تاجر الجملة خلال نفس الفترة ، وقد قدر معامل التحديد بحوالي ٣٧% ، ٤٨ % من التغيرات الحادثة في نصيب المنتج والتجزئة على الترتيب وهذا يطلق على نصيب تاجر الجملة وتاجر التجزئة بنصيب الوسطاء .

تطور الهوامش التسويقية لمحصول الطماطم

تعتبر دراسة الهوامش التسويقية من الأهمية بمكان لما لها من تأثير على أفراد المجتمع سواء المنتج أو المستهلك أو الوسطاء، وتعرف الهوامش التسويقية بأنها الفرق بين السعر الذي يدفعه المستهلك النهائي والسعر الذي يحصل عليه المزارع لكمية فيزيقية معادلة من السلعة، ويكون الهامش التسويقي إما مطلقاً وإما نسبياً، فالهوامش التسويقية المطلقة يعبر عنها في صورة وحدات نقدية، أما الهوامش النسبية فيعبر عنها بالفرق التسويقي المطلق مقسوماً على سعر البيع لكل مرحلة تسويقية، وتتكون الهوامش التسويقية لمحصول الطماطم من تكاليف العمليات التسويقية للسلعة مثل تكاليف الجمع والفرز والتدريج والتخزين والتعبئة والنقل.....مضافاً أو مطروحاً إليها أرباح أو خسائر الوسطاء.

الهوامش التسويقي بين مرحلتى الجملة والمنتج

بتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لتطور الهامش التسويقي المطلق والنسبي لمحصول الطماطم يتبين عدم معنوية الزيادة السنوية في إى منهما ، حيث تكاد تكون هذه المتغيرات ثابتة خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠٠٩) ، كما يتضح ذلك من الجدول رقم (٣) .

الهوامش التسويقية بين مرحلتى التجزئة والجملة

بدراسة تطور الهامش التسويقي بين مرحلتى التجزئة والجملة خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠٠٩) ، أوضحت النتائج المتحصل عليها بالجدول رقم (٣) أن الهامش التسويقي المطلق والنسبي أخذاً اتجاهاً متزايداً ومعنوياً إحصائياً بلغ حوالي ٢٣.٢٦ جنيه ، ٠.٩٧ % ، بمعدل زيادة سنوي بلغ حوالي ٦.٤٠ % ، ٢.٩٩ % من متوسط الهامش التسويقي المطلق والنسبي والبالغ حوالي ٣٦٣.٤٠ جنيه ، ٣٢.٤٦ % ، على الترتيب خلال الفترة السابقة ، وهذا وتكافؤ قيمة معامل التحديد أن التغيرات التي يعكسها عنصر الزمن مسنولة عن ٦٩% ، ٤٨ % من التغيرات الحادثة في الهامش التسويقي المطلق والنسبي على الترتيب

الهوامش التسويقية بين مرحلتى التجزئة والمنتج

بدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الهامش التسويقي بين مرحلتى التجزئة والمنتج يتبين من الجدول رقم (٣) وجود زيادة معنوية إحصائياً في الهامش التسويقي المطلق والنسبي في هذه المرحلة بلغ حوالي ٢٨.٠٥ جنيه ، ٠.٧٢ % بمعدل زيادة سنوي بلغ حوالي ٤.٤١ % ، ١.٢٤ % من متوسط الهامش التسويقي المطلق والنسبي والبالغ حوالي ٦٥٣.٤٧ جنيه ، ٥٧.٩١ % على الترتيب خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠٠٩) وقد قدر معامل التحديد بحوالي ٦٠% ، ٣٧ % من التغيرات الحادثة في الهامش التسويقي المطلق والنسبي على الترتيب . ويتضح مما سبق أن حوالي ٥٨.٩١ من جنيته المستهلك تكون نصيب الوسطاء والذي سوف ينعكس على الكفاءة التسويقية .

تطور الكفاءة التسويقية لمحصول الطماطم Marketing Efficiency

تعرف الكفاءة التسويقية بأنها انتقال السلعة من المنتج إلى المستهلك بالصورة التي يرغبها ، وعلى ذلك فإن أى انخفاض في الهوامش التسويقية مع بقاء مستوى الخدمات على ما هي عليه يعد تحسناً واضحاً في الكفاءة التسويقية ، وفي نفس الوقت فإن الزيادة في الخدمات التسويقية مع ارتفاع الهوامش التسويقية قد يمثل أيضاً تحسناً ملحوظاً في الكفاءة التسويقية إذا كان تقدير المستهلكين لهذه الخدمات أعلى من تقديرهم للتكاليف ، بمعنى أن التكاليف التسويقية لا تكفى وحدها كدليل للكفاءة التسويقية بل يجب الأخذ في الاعتبار عند تقدير الكفاءة التسويقية إشباع وإرضاء حاجات المستهلك ، ونظراً لصعوبة قياس مدى إشباع رغبات المستهلك تستخدم التكاليف التسويقية لقياس كفاءة النظام التسويقي من خلال الاستعانة بالانتشار السعري كما يتضح من المعادلة التالية .

(*) هي الكمية من السلعة الطازجة لدى المنتج والتي تعادل وحدة واحدة من هذه السلعة التي تصل الى المستهلك

الكفاءة التسويقية = ١٠٠ - (التكاليف التسويقية / (التكاليف التسويقية + تكاليف إنتاج الطن)) * ١٠٠
 فعندما تتساوى الأفرق أو التكاليف التسويقية مع التكاليف الإنتاجية فإن الكفاءة التسويقية تساوى ٥٠% وتقل
 عن ذلك إذا كانت التكاليف التسويقية أكبر من التكاليف الإنتاجية وإذا زادت الكفاءة التسويقية عن ٥٠% فإن
 ذلك يعنى أن التكاليف التسويقية أقل من التكاليف الإنتاجية
 ودراسة الاتجاه الزمني العام لتطور الكفاءة التسويقية لمحصول الطماطم خلال الفترة (١٩٩٥ -
 ٢٠٠٩), تبين أنها أخذت اتجاهاً عاماً متناقصاً غير معنوي إحصائياً, بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٢٣.٤٦%
 والذي يتضح منه انخفاض معيار الكفاءة التسويقية لهذا المحصول, والذي يرجع إلى ارتفاع أسعار التجزئة
 وانخفاض السعر الذي يتسلمه المنتج, وهذا ما تؤكد قيمة متوسط التعليق السعرية والذي بلغ حوالي ٨٦.٨٠
 خلال نفس الفترة كما يتضح من الجدول رقم (٣), كما يرجع انخفاض الكفاءة التسويقية إلى ارتفاع قيمة ومعدل
 التغير السنوي للتكاليف التسويقية عن قيمة ومعدل التغير السنوي للتكاليف الإنتاجية, حيث بلغا حوالي ٦٣٥.٤٧
 جنيه, ٤.٤١% للتكاليف التسويقية وحوالي ١٩١.١٣ جنيه, ٣.١٩% للتكاليف الإنتاجية.

تسويق الطماطم على مستوى العروات

تزرع الطماطم في مصر في ثلاث عروات أساسية, هي العروة الشتوية والتي يبدأ ظهور محصولها
 خلال يناير وفبراير, ويستمر حتى مارس وأبريل, والعروة الصيفية التي يبدأ ظهور محصولها خلال مايو
 ويونيو, ويستمر حتى يوليو وأغسطس, أما العروة النيلية, فيبدأ ظهور محصولها خلال سبتمبر وأكتوبر
 ويستمر حتى نوفمبر وديسمبر*, ونظراً لاختلاف ظروف ومواعيد زراعة كل عروة وبالتالي اختلاف الكميات
 المنتجة وكمية الفاقد خلال المسالك التسويقية المختلفة, فإن ذلك يؤدي إلى حدوث تقلبات سعرية على مستوى
 المنتج حتى المستهلك, لذلك سوف يتناول هذا الجزء, دراسة تسويق الطماطم على مستوى كل عروة ومقارنة
 كل عروة بالأخرى, حتى يمكن وضع السياسات وأخذ التدابير اللازمة لتجنب الانخفاض أو الارتفاع الشديد في
 أسعار الطماطم في بعض العروات أو في أوقات معينة من كل عروة, ونظراً لعدم توفر بيانات ثأوية شهرية
 عن سعر المنتج أو المزارع فقد تم الاعتماد على سعرى الجملة والتجزئة الشهرية لتحليل أسعار كل عروة
 وحساب نصيب تاجر التجزئة وتقدير الهامش التسويقي بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة, وذلك باعتبار أن
 سعرى الجملة والتجزئة مؤشران لسعر المنتج كما يعتبر نصيب تاجر التجزئة مؤشر لنصيب الوسيط والمنتج
 أيضاً, أما الهامش التسويقي بين تاجر الجملة والتجزئة فيعتبر مؤشر للهامش التسويقي الأخرى, هذا وبناء على
 مواعيد ظهور واستمرار إنتاج كل عروة كما سبق, يتم دراسة العروات الثلاث من خلال توزيع الأسعار الشهرية
 للجملة والتجزئة خلال العام على هذه العروات

اسعار الجملة والتجزئة ونصيب تاجر التجزئة الهامش التسويقي بين تاجر التجزئة والجملة للعروة الشتوية
 باستعراض البيانات الواردة بالجدول رقم (٤) لمتوسط الفترة (٢٠٠٨ - ٢٠٠٩) يتبين أن متوسط سعرى
 الجملة والتجزئة للطن من الطماطم للعروة الشتوية بلغا حوالي 732.4, 1246.25 جنيه, على الترتيب, حيث
 أخذ هذا المتوسط في التذبذب بين الزيادة والنقصان, فبلغ أدناه خلال شهر مارس بمتوسط حوالي ٦٧٢.٨٠
 جنيه, ١١٨٥ جنيه, بينما بلغ أقصاه خلال شهر أبريل بمتوسط حوالي ٨٠٥.٨ جنيه, ١٣١٦.٨٠
 جنيه, لأسعار الجملة والتجزئة لهذه العروة على الترتيب. وبحساب نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك
 لنفس العروة يتضح أنه بلغ حوالي ٤١.٢٣%, حيث أخذ هذا المتوسط أيضاً في التذبذب بين الزيادة والنقصان,
 فبلغ أدناه خلال شهر أبريل بمتوسط حوالي ٣٨.٨١%, بينما بلغ أقصاه خلال شهر مارس بمتوسط
 حوالي ٤٣.٢٢%, على الترتيب وعند حساب متوسط الهامش التسويقي للطماطم بين تاجر التجزئة وتاجر
 الجملة, يتضح من بيانات الجدول رقم (٤) أنه بلغ حوالي ٥١٣.٨٥ جنيه, حيث أخذ هذا المتوسط في التذبذب
 بين الزيادة والنقصان, فبلغ أدناه خلال شهر يناير بمتوسط حوالي ٥١٠.٨ جنيه, بينما بلغ أقصاه خلال
 شهر فبراير بمتوسط حوالي ٥١٢.٢ جنيه.

ومما سبق يتضح انخفاض سعرى الجملة والتجزئة في شهر مارس لهذه العروة, وذلك قد يرجع إلى
 وصول الإنتاج في هذه العروة إلى أقصاه, كذلك زيادة إنتاج الصوب من الطماطم في هذا التوقيت من العام إلى
 ما يعنى زيادة الكميات المعروضة, وهذا يتطلب توجيه جزء من الإنتاج الي التصنيع أو التصدير في هذه الفترة
 من كل عام وذلك لضمان المحافظة على استقرار الأسعار, كذلك يتضح ارتفاع أسعار الجملة والتجزئة في
 شهر أبريل لهذه العروة, وقد يعزى ذلك إلى قرب نفاذ الكميات المنتجة من الطماطم في محافظة قنا, حيث
 تنتج هذه المحافظة حوالي ١٦.٦٢% من إنتاج العروة الشتوية(+), وقد يكون سبب الارتفاع أيضاً أن شهر
 أبريل يعتبر فاصل عروة بين الشتوية والصيفية, وهو الأمر الذي يعنى ضرورة توفر البدائل المصنعة

* تتضمن كل عروة من هذه العروات العروة المبكرة والمتأخرة منها, هذا بخلاف الطماطم التي تزرع تحت الصوب
 (†) جدول رقم (٢)

للمطاطم الطازجة في هذه الفترة , كما أن النتائج السابقة عكست تميزاً وتوقفاً ملحوظاً في نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك , مما يشير الي انخفاض الكفاءة التسويقية للمطاطم .

أسعار الجملة والتجزئة ونصيب تاجر التجزئة الهامش التسويقي بين تاجر التجزئة والجملة للعروة الصيفية
وتشير البيانات الواردة بالجدول رقم (٤) لمتوسط الفترة (٢٠٠٨ - ٢٠٠٩) أن متوسط سعري الجملة والتجزئة للطن من المطاطم للعروة الصيفية بلغا ٨١٤.٨, ١٣٢٤.٩٥ جنيه على الترتيب, حيث أخذ هذا المتوسط في التذبذب بين الزيادة والنقصان, فبلغ أذناه خلال شهر يونيو بمتوسط حوالي ١٢٥٨.٢٠ جنيه , بينما بلغ أقصاه خلال شهر أغسطس بمتوسط حوالي ٨٧٤.٢ جنيه, ١٣٨٧ جنيه, لأسعار الجملة والتجزئة لهذه العروة على الترتيب . وبحساب نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك لنفس العروة يتضح أنه بلغ حوالي ٣٨.٥% , حيث أخذ هذا المتوسط أيضاً في التذبذب بين الزيادة والنقصان, فبلغ أذناه خلال شهر أغسطس بمتوسط حوالي ٣٣.٩٧% , بينما بلغ أقصاه خلال شهر يونيو بمتوسط حوالي ٤٠.٧٩% , على الترتيب وعند حساب متوسط الهامش التسويقي للمطاطم بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة, يتضح من بيانات الجدول رقم (٤) أنه بلغ حوالي ٥١٠.١٥ جنيه, حيث أخذ هذا المتوسط في التذبذب بين الزيادة والنقصان, فبلغ أذناه خلال شهر مايو بمتوسط حوالي ٥٠٦.٢ جنيه, بينما بلغ أقصاه خلال شهر فبراير بمتوسط حوالي ٥١٣.٢ جنيه .

مما سبق يتضح أن انخفاض سعر الجملة والتجزئة خلال شهر يونيو إنما قد يرجع لبلوغ أنتاج هذه العروة ذروة الإنتاج الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الكميات المعروضة من المطاطم في هذا التوقيت , بينما قد يرجع ارتفاع نفس السعر خلال شهر أغسطس بسبب انخفاض الإنتاج حيث يقع شهر أغسطس فاصل بين العروتين الصيفية والنيلية

أسعار الجملة والتجزئة ونصيب تاجر التجزئة الهامش التسويقي بين تاجر التجزئة والجملة للعروة النيلية
توضح البيانات الواردة بالجدول رقم (٤) لمتوسط الفترة (٢٠٠٨ - ٢٠٠٩) أن متوسط سعري الجملة والتجزئة للطن من المطاطم للعروة النيلية بلغا ٨١٨.٣٢, ١٣٣٤.٧٩ جنيه على الترتيب, حيث أخذ هذا المتوسط في التذبذب بين الزيادة والنقصان, فبلغ أذناه خلال شهر ديسمبر بمتوسط حوالي ٧٦٦.٤ , ١٢٧٢ جنيه , بينما بلغ أقصاه خلال شهر أغسطس بمتوسط حوالي ٨٦٨ جنيه, ١٣٦٦.٢ جنيه, لأسعار الجملة والتجزئة لهذه العروة على الترتيب . وبحساب نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك لنفس العروة يتضح أنه بلغ حوالي ٣٨.٦٩% , حيث أخذ هذا المتوسط أيضاً في التذبذب بين الزيادة والنقصان, فبلغ أذناه خلال شهر أغسطس بمتوسط حوالي ٣٦.٤٧% , بينما بلغ أقصاه خلال شهر يونيو بمتوسط حوالي ٣٩.٧٥% , على الترتيب وعند حساب متوسط الهامش التسويقي للمطاطم بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة, يتضح من بيانات الجدول رقم (٤) أنه بلغ حوالي ٥٠٦.٤٧ جنيه, حيث أخذ هذا المتوسط في التذبذب بين الزيادة والنقصان, فبلغ أذناه خلال شهر سبتمبر بمتوسط حوالي ٤٩٨.٢.٢ جنيه, بينما بلغ أقصاه خلال شهر أكتوبر بمتوسط حوالي ٥١٤.٦ جنيه

مما سبق يتضح أن انخفاض سعر المنتج خلال شهر ديسمبر, إنما قد يرجع إلى انخفاض درجة الحرارة في هذا التوقيت الأمر الذي يؤدي إلى انخفاض الطلب على المطاطم, بينما قد يرجع ارتفاع سعر المطاطم خلال شهر سبتمبر إلى زيادة الطلب على المطاطم بسبب حلول شهر رمضان الكريم وبدء الدراسة خلال فترة التحليل

وعند مقارنة المتغيرات السابق دراستها بمثيلاتها لكل عروة من العروات الثلاث , يتبين أن العروة النيلية حققت أعلى أسعار للمطاطم , وقد يرجع ذلك إلى انخفاض المساحة المزروعة وبالتالي الطاقة الإنتاجية لهذه العروة , إما أعلى هامش تسويقي بين تاجر التجزئة والجملة فكان من نصيب العروة الصيفي وقد يرجع ذلك إلى سرعة قابلية السلعة للتلف وارتفاع نسبة الفاقد بسبب ارتفاع درجة حرارة الجو, كذلك عدم صلاحية زراعة هذه العروة في معظم محافظات الوجه القبلي يؤدي إلى ارتفاع الهوامش التسويقية وخاصة تكاليف النقل , كذلك رداءة المحصول بسبب تعرضه بدرجة كبيرة للاصابة بالافات والأمراض التي تزداد في فصل الصيف , كما يتبين أيضا أن العروة الشتوية حققت أعلى نسبة لنصيب الوطاء متمثلة في تاجر التجزئة , وقد يرجع ذلك إلى انخفاض نسبة المخاطرة الناجمة عن قلة الفاقد من المطاطم وعدم قابلية السلعة للتلف بسرعة في فصل الشتاء .

جدول (٤): سعر الجملة والتجزئة ونصيب تاجر التجزئة و الهامش التسويقي بين تاجر التجزئة والجملة بالشهور خلال الفترة (٢٠٠٨ - ٢٠٠٩) . بالجنية /طن

| العروة | الشهور | سعر تاجر الجملة | سعر تاجر التجزئة | نصيب تاجر التجزئة | الهامش التسويقي بين تاجر التجزئة والجملة |
|--------|--------|-----------------|------------------|-------------------|--|
|--------|--------|-----------------|------------------|-------------------|--|

| | | | | | |
|--------|-------|---------|--------|--------------|----------|
| 510.8 | 40.88 | 1249.6 | 738.8 | يناير | الشتوية |
| 521.4 | 42.27 | 1233.6 | 712.2 | فبراير | |
| 512.2 | 43.22 | 1185 | 672.8 | مارس | |
| 511 | 38.81 | 1316.8 | 805.8 | أبريل | |
| 513.85 | 41.23 | 1246.25 | 732.4 | متوسط العروة | الصيفية |
| 506.2 | 38.60 | 1311.4 | 805.2 | مايو | |
| 513.2 | 40.79 | 1258.2 | 745 | يونيو | |
| 508.4 | 37.85 | 1343.2 | 834.8 | يوليو | |
| 512.8 | 36.97 | 1387 | 874.2 | أغسطس | |
| 510.15 | 38.50 | 1324.95 | 814.8 | متوسط العروة | النبيلية |
| 498.2 | 36.47 | 1366.2 | 868 | سبتمبر | |
| 514.6 | 37.88 | 1358.6 | 844 | أكتوبر | |
| 503.8 | 38.69 | 1302.2 | 798.4 | نوفمبر | |
| 505.6 | 39.75 | 1272 | 766.4 | ديسمبر | |
| 506.47 | 38.69 | 1334.79 | 818.32 | متوسط العروة | |

المصدر: جمعت وحسبت من

<http://www.capmas.gov.eg>

١- بيانات أسعار الجملة والتجزئة على موقع الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء
 2- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، نشرة أسعار الجملة والتجزئة، أعداد مختلفة

الإستهلاك والاكتفاء الذاتي من محصول الطماطم

أسفرت تعديلات السياسة الزراعية المصرية خاصة فيما يتعلق بتحرير زراعة وتجارة المحاصيل الزراعية وحرية تسويق تلك المحاصيل عن إحداث تغييرات كبيرة في طبيعة وتراكيب أسواق المحاصيل الزراعية خاصة أسواق الخضروات، مما ترتب عليه حدوث تغييرات في حجم الفائض وحجم الكميات المتاحة للإستهلاك من هذه المحاصيل، ولذلك دراسة المتاح للإستهلاك وتوزيعه على بنود المختلفة وتقدير الفائض ومن ثم تقدير نسبة الاكتفاء الذاتي من محصول الطماطم على المستوى المحلي في مصر خلال الفترة (١٩٩٥ - ٢٠٠٩).

عند مقارنة الطاقة الإنتاجية بالإستهلاك لمحصول الطماطم خلال الفترة (١٩٩٥ - ٢٠٠٩) يتضح أن هناك فائضاً من الإنتاج المحلي من هذا المحصول يزيد عن احتياجات السكان طول فترة الدراسة، حيث بلغ هذا الفائض أقصاه في عام ٢٠٠٩ وأدناه في عام ١٩٩٥ بكمية بلغت حوالي ١٢٠١.٠٢، ٥٢٣.٦٠ ألف طن على الترتيب، كما يتضح من بيانات الجدول رقم (٥). وعند حساب نسبة الاكتفاء الذاتي من هذا المحصول تبين أن مصر حققت اكتفاء ذاتياً من هذا المحصول طول فترة الدراسة أيضاً، حيث زادت نسبة المتاح للإستهلاك عن نسبة الإستهلاك الفعلي بمتوسط نسبة اكتفاء ذاتي بلغت حوالي ١١٥.٥٥% لمتوسط الفترة السابقة، هذا وتزداد نسبة الاكتفاء الذاتي إذا ما تم تقليل نسبة الفاقد من الطماطم حيث بلغت حوالي ٧٢١.٠٧ ألف طن لمتوسط الفترة (١٩٩٥ - ٢٠٠٩)، وهذه الكمية لو أمكن استثمارها لأدى ذلك إلى وفرة في كميات محصول الطماطم يمكن توجيهها إلى التصنيع، أو زيادة الكميات الممكن تصديرها، حيث يتضح من بيانات الجدول السابق ضالة الكميات المصدرة من هذا المحصول حيث بلغت حوالي ١١.٨٣ ألف طن تمثل حوالي ٠.١٦% من الإنتاج المحلي لمتوسط الفترة السابقة.

جدول (٥): تطور الإستهلاك والصادرات والفائض والاكتفاء الذاتي من محصول الطماطم خلال الفترة (١٩٩٥ - ٢٠٠٩).

| السنة | الإنتاج المحلي | صادرات | % للصادرات من المحلي | المتاح للإستهلاك | توزيع المتاح للإستهلاك | | | الإستهلاك الفعلي | الفائض | الاكتفاء الذاتي |
|-------|----------------|--------|----------------------|------------------|------------------------|-----------------------|---------|------------------|--------|-----------------|
| | | | | | تقاوى | المتبقى لغذاء الأتسان | الفاقد | | | |
| 1995 | 5034.20 | 9.70 | ٠.١٩ | 5024.50 | - | 503 | 4521.50 | 3997.90 | 523.60 | 113.10 |
| 1996 | 5995.41 | 10.73 | ٠.١٨ | 5984.68 | - | 599 | 5385.68 | 4585.89 | 799.79 | 117.44 |
| 1997 | 5873.44 | 12.35 | ٠.٢١ | 5861.09 | - | 587 | 5274.09 | 4567.42 | 706.67 | 115.47 |
| 1998 | 6099.22 | 19.49 | ٠.٣٢ | 6079.73 | - | 575 | 5504.73 | 4597.06 | 907.67 | 119.74 |
| 1999 | 6273.76 | 5.49 | ٠.٠٩ | 6268.27 | - | 627 | 5641.27 | 4932.04 | 709.23 | 114.38 |
| 2000 | 6785.64 | 4.62 | ٠.٠٧ | 6781.02 | - | 679 | 6102.02 | 5202.91 | 899.11 | 117.28 |

| | | | | | | | | | | |
|--------|---------|---------|---------|-----|---|---------|------|-------|---------|---------|
| 112.68 | 640.23 | 5050.99 | 5691.22 | 633 | - | 6324.22 | ٠.٠٧ | 4.51 | 6328.73 | 2001 |
| 116.99 | 885.67 | 5211.45 | 6097.12 | 677 | - | 6774.12 | ٠.٠٦ | 3.76 | 6777.88 | 2002 |
| 115.48 | 865.98 | 5593.00 | 6458.98 | 678 | - | 7136.98 | ٠.٠٥ | 3.22 | 7140.20 | 2003 |
| 114.94 | 892.78 | 5974.56 | 6867.34 | 769 | - | 7636.34 | ٠.٠٦ | 4.48 | 7640.82 | 2004 |
| 115.16 | 991.10 | 6538.65 | 7529.75 | 843 | - | 8372.75 | ٠.٢٢ | 18.47 | 8391.22 | 2005 |
| 114.98 | 1003.99 | 6700.35 | 7704.34 | 865 | - | 8569.34 | ٠.٠٨ | 6.73 | 8576.07 | 2006 |
| 114.67 | 991.89 | 6760.19 | 7752.08 | 867 | - | 8619.08 | ٠.٢٣ | 19.89 | 8638.97 | 2007 |
| 115.38 | 1100.55 | 7157.90 | 8258.45 | 923 | - | 9181.45 | ٠.٢٥ | 22.64 | 9204.09 | 2008 |
| 115.60 | 1201.02 | 7700.70 | 8901.72 | 991 | - | 9892.72 | ٠.٣٢ | 31.44 | 9924.16 | 2009 |
| 115.55 | 874.62 | 5638.07 | 6512.69 | 721 | - | 7233.75 | ٠.١٦ | 11.83 | 7245.59 | المتوسط |

المصدر : جمعت وحسبت من

- ١ - وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي , قطاع الشئون الاقتصادية , نشرة الميزان الغذائي لجمهورية مصر العربية , أعداد مختلفة .
- ٢ - وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي , قطاع الشئون الاقتصادية , الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي , نشرة الاقتصاد الزراعي , أعداد مختلفة .
- ٣ - الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء , بقاعدة بيانات استهلاك السلع الزراعية .

التوزيع الجغرافي والنصيب السوقي لصادرات مصر من الطماطم

تعتبر دراسة التوزيع الجغرافي والنصيب السوقي لصادرات مصر من الطماطم من الأمور الضرورية، للتعرف على أهم الأسواق المستوردة لها، ومدى قدرة صادرات الطماطم المصرية على النفاذ إلى تلك الأسواق، ومدى إمكانية زيادة الجهود الميزولة لزيادة النصيب السوقي للطماطم إلى الأسواق التي تتمتع بطاقة استيعابية كبيرة أو المحافظة على كمية الصادرات بالنسبة للأسواق التي تتمتع بطاقة استيعابية صغيرة، ويتضح من بيانات الجدول رقم (٦) أن صادرات مصر من الطماطم تتجه بصفة أساسية إلى الأسواق العربية والأوروبية، حيث مثلت أسواق الجمهورية العربية السورية والمملكة العربية السعودية ودولة الكويت ودولة الإمارات العربية المتحدة والجمهورية العراقية أهم الأسواق العربية المستوردة للطماطم المصرية بكمية صادرات بلغت حوالي ١٥.٢٧ ألف طن تمثل حوالي ٧٧.٠٢% من كمية صادرات مصر الكلية من الطماطم بقيمة نقدية بلغت حوالي ٢٧.٠٣ مليون جنيه تمثل حوالي ٦٣.٥٢% من القيمة النقدية لصادرات مصر من الطماطم لمتوسط الفترة (٢٠٠٥ - ٢٠٠٨)، بينما مثلت أسواق هولندا والمملكة المتحدة وإيطاليا أهم الأسواق الأوروبية المستوردة للطماطم المصري، بكمية صادرات بلغت حوالي ٢.٧٦ ألف طن تمثل حوالي ١٣.٩١% من كمية صادرات مصر الكلية من الطماطم، بقيمة نقدية بلغت حوالي ١١.٥١ مليون جنيه تمثل حوالي ٢٧.٠٦% من القيمة النقدية لصادرات مصر من الطماطم لمتوسط نفس الفترة السابقة

وفيما يتعلق بالنصيب السوقي والأهمية النسبية لسعر التصدير المصري بأهم الأسواق المستوردة للطماطم المصرية، فيتضح من بيانات نفس الجدول السابق انخفاض النصيب السوقي لهذه السلعة بالأسواق العربية والأوروبية على حد سواء فيما عدا الجمهورية السورية حيث بلغت نسبة صادرات الطماطم المصرية إلى هذا السوق حوالي ١٤.١٣% من إجمالي كمية واردات سوريا من الطماطم والبالغة حوالي ٧٧.٨٤ ألف طن لمتوسط الفترة (١٩٩٥ - ٢٠٠٨)، وعند دراسة الأهمية النسبية لسعر التصدير المصري بأهم الأسواق المستوردة للطماطم المصرية، يتضح أنه تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ١٢٠٥ لسوق دولة العراق وحد أقصى بلغ حوالي ٤٤٨٠ لسوق هولندا كما يتضح من بيانات الجدول رقم (٦).

ومما سبق يتضح ضالة الكميات المصدرة من الطماطم المصرية بصفة عامة وانخفاض النصيب السوقي لهذه السلعة إلى مختلف الأسواق المستوردة لها بصفة خاصة الأمر الذي قد يعنى أن هذه الأسواق يمكن اعتبارها من الأسواق الواعدة مستقبلاً للطماطم المصرية إذا ما تم الاهتمام بمتطلبات الجودة المطلوبة وذوق المستهلك.... لهذه الأسواق، كما يتضح أيضاً ارتفاع سعر التصدير المصري إلى الدول الأوروبية مقارنة بالعربية مع مراعاة القرب النسبي وانخفاض تكاليف الشحن وإمكانية المنافسة في الأسواق العربية.

جدول (٦): التوزيع الجغرافي والنصيب السوقي لصادرات مصر من الطماطم لمتوسط الفترة (٢٠٠٥ - ٢٠٠٨)

| البيان | الدولة | الكمية | % للكمية | القيمة | % للقيمة | كمية الواردات | سعر التصدير لكل دولة | النصيب السوقي |
|---------------|-------------|---------|----------|--------|----------|---------------|----------------------|---------------|
| الدول العربية | سوريا | 11000.2 | 55.46 | 19166 | 45.04 | ٧٧٨٣٩ | 1742.33 | ١٤.١٣٠٠٠ |
| | السعودية | 2946.6 | 14.86 | 5676.4 | 13.34 | ٢١٠٩٧١ | 1926.42 | ١.٤٠٠٠٠ |
| | دولة الكويت | 612 | 3.09 | 825.6 | 1.94 | ٦١٣١٠ | 1349.02 | ١.٠٠٠٠٠ |
| | العراق | 467.4 | 2.36 | 563.4 | 1.32 | ٣٢٢٤٩١ | 1205.39 | ٠.١٤٠٠٠ |

| | | | | | | | |
|----------|----------|--------|-------|---------|-------|---------|-----------------|
| ٠.٢٣٠٠٠ | 3210.78 | ١٠٦٧٠٣ | 1.88 | 798.2 | 1.25 | 248.6 | الإمارات |
| 16.90000 | 9433.94 | 779314 | 63.52 | 27029.6 | 77.02 | 15274.8 | متوسط العربية |
| ٠.٨٦٠٠٠ | 4480.07 | ١٩٨٩٥٠ | 17.96 | 7641.2 | 8.6 | 1705.6 | هولندا |
| ٠.١٨٠٠٠ | 4081.05 | ٤٢٦٤٣٧ | 7.5 | 3192.2 | 3.94 | 782.2 | المملكة المتحدة |
| ٠.٣٠٠٠٠ | 2502.21 | ٩٠٢٧٤ | 1.6 | 679.6 | 1.37 | 271.6 | إيطاليا |
| 1.34000 | 11063.33 | 715661 | 27.06 | 11513 | 13.91 | 2759.4 | متوسط الأوربية |
| | | | 9.42 | 4010.4 | 9.08 | 1800.2 | دول اخرى |
| | | | 100 | 42553 | 100 | 19834.4 | المتوسط |

المصدر : جمعت وحسبت من ١ - الجهاز المركزي للتعينة العامة والإحصاء. قاعدة بيانات التجارة الخارجية

<http://www.msrintranet.capmas.gov.eg>

٢ - منظمة الاغذية والزراعة (الفاو) , قاعدة بيانات التجارة <http://www.fao.org>

التوصيات

وفي ضوء ماتوصلت اليه الدراسة من نتائج فإنها توصي بالاتي :

- ١ - الإهتمام بتصنيع الطماطم حتى يمكن أحداث نوع من التوازن في حالة زيادة المعروض من الإنتاج بتصنيعها أو تغطية فائض الطلب في حالة انخفاض المعروض عن طريق الطماطم المصنعة (الصلصة) , حيث أثبتت الدراسة إلى وجود وفرة في الإنتاج من الطماطم خاصة في فصل الشتاء في شهرى فبراير ومارس .
- ٢ -محاولة الحفاظ على أسعار الطماطم من الارتفاع في العروة النيلى وذلك إما بزيادة المساحات المزروعة أو توفير البديل المصنع الجيد , حيث أثبتت الدراسة ارتفاع الأسعار في شهور أغسطس وسبتمبر وأكتوبر ونوفمبر .
- ٣ - إستنباط اصناف تتحمل الحرارة الشديدة لمناطق الصعيد وتعريف الزراع بها ,حتى يمكن إحداث نوع من التوازن بين الكميات المنتجة واحتياجات كل منطقة في مصر وبالتالي الحد من ارتفاع الهوامش أو الأنتشار السعري , حيث أثبتت الدراسة انخفاض كميات الطماطم المنتجة في معظم محافظات الصعيد في فصل الصيف الأمر الذى يؤدي إلى ارتفاع أسعارها في هذه الفترة .
- ٤ - زيادة الوعى الإرشادى للزراع وتدريبهم على الوسائل الحديثة لتداول محصول الطماطم وذلك لتقليل الفاقد حيث قدرت الدراسة متوسط كمية الفاقد بحوالى ٧٢١ ألف طن لمتوسط فترة الدراسة .
- ٥ - الإهتمام بالتصدير بزيادة الكميات المصدره من الطماطم , حيث أثبتت الدراسة أن نسبة الجزء المصدر إلى الإنتاج المحلى تقدر بحوالى ٠.١٦ % على الرغم من وجود فائض يقدر بحوالى ٨٧٥ ألف طن لمتوسط فترة الدراسة .
- ٦ - تتبع حركة التجارة الخارجية للطماطم فى أسواقها الخارجية, ومحاولة فتح أسواق اخرى جديدة غير تقليدية , وعدم الاعتماد كلية فى تصدير الطماطم على دولة واحدة أو عدد محدود من الدول , حيث أثبتت الدراسة أن أكثر من نصف صادرات مصر من الطماطم يتجة إلى الجمهورية العربية السورية.

الملاحق

١

المراجع

- ١ - الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء, نشرة أسعار الجملة والتجزئة , اعداد مختلفة .
- ٢ - الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء, نشرة استهلاك السلع , اعداد مختلفة .
- ٣ - سميرة أمين عبد الحلیم (دكتور) , محمد عبد الفتاح محمد , المسارات التسويقية وأثرها على الكفاءة التسويقية وصافي إيراد للبرتقال البذرة في محافظة أسيوط , المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي , المجلد التاسع عشر, العدد الثالث , سبتمبر ٢٠٠٩ .
- ٤ - عادل محمد مصطفى (دكتور) وآخرون , تحليل التركيب السوقي بسوق العيور و٦ أكتوبر والتغيرات الشهرية للكميات الواردة اليها والأسعار من الخضر والفاكهة , المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي, المجلد التاسع عشر, العدد الثاني , يونية ٢٠٠٩ .
- ٥ - محمد عبد الرحيم مرعي (دكتور) التحليل الاقتصادي لإنتاج وتسويق محصول الطماطم في مصر, المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي , المجلد التاسع عشر, العدد الرابع , ديسمبر ٢٠٠٩ .
- ٦ - ناصر محمد عوض همام , اقتصاديات إنتاج وتسويق الطماطم في مصر , رسالة ماجستير , قسم الاقتصاد الزراعي , كلية الزراعة , جامعة عين شمس , ٢٠٠٦ .
- ٧ - هاني سعيد عبد الرحمن (دكتور) وآخرون, الكفاءة التسويقية لمحصول الطماطم في مصر , المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي, المجلد التاسع عشر, العدد الثالث , سبتمبر ٢٠٠٩ .
- ٨ - وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي , قطاع الشؤون الاقتصادية , الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي , نشرة الاقتصاد الزراعي, اعداد مختلفة .
- ٩ - وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي , قطاع الشؤون الاقتصادية , نشرة الميزان الغذائي لجمهورية مصر العربية , اعداد مختلفة .
- ١٠ - وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي , قطاع الشؤون الاقتصادية , نشرة الأسعار المزرعية, اعداد مختلفة مواقع على شبكة المعلومات الدولية
- ١ - موقع الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء <http://www.capmas.gov.eg>
- ٢ - موقع منظمة الاعذية والزراعة (الفاو) <http://www.fao.org>
- ٣ - موقع الأسعار المحلية والعالمية للسلع الزراعية التابع لمجلس الوزراء <http://www.agriprice.gov.eg>
- ٤ - موقع سوق العيور <http://www.oboomarket.org.eg/prices.aspx>

ANALYHICAL STUDY OF MAKETING OF TOMATO IN EGYPT

Hamdoon, M. M. M.

Agric. Econ. Dept., Fac. of Agric. South Valley University

ABSTRACT

Summary and recommendations the study found that the average area planted with tomatoes stood about 546 thousand feddan represent about 34% of the average area of vegetables in Egypt in the study period. The study showed that the area production of tomatoes, Summar has achieved the highest rate of annual increase.

The share of the farms about 41% while share of wholesale and retail dealer about 25%,34% of the pounds the consumer.

Shows low wholesale and retail prices of tomatoes in winter month of mauch, and lower prices for tomatoes that Summar in the month of dune .

The study showed bwer exported quantities of tomatoes for the local production of them.In the light of the findings of the study resalts it recommends attention to industrialization, the expansion in the quantities exported by opening new makets for Egyptian tomatoes, reduce the tomatoes wastage of tomatoes.

قام بتحكيم البحث

كلية الزراعة – جامعة المنصورة
مركز البحوث الزراعية

أ.د / عبد المنعم مرسى محمد
أ.د / محمود محمد عبد الفتاح

جدول رقم (٣): معادلات الاتجاه الزمني العام لتطور الأسعار وتوزيع جنيبه المستهلك والهوامش التسويقية وتكلفة إنتاج الطن والكفاءة التسويقية والتغطية السعرية للطاقم خلال الفترة (١٩٩٥ - ٢٠٠٩)

الأسعار والهوامش التسويقية بالجنيه

| مستوى المعنوية | قيمة المقدر (ف) المقدر | قيمة ت المقدر | معامل الاحدار | ر | التغير % السنوي المتوسط | متوسط الظاهرة | معادلة الاتجاه الزمني العام | المففر | المففر |
|----------------|------------------------|---------------|---------------|------|-------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|----------------------|--------|
| ٠.٠١ | ٩.٠٣ | ٣.٠١ | ٠.٤١ | ١.٦٥ | ٤٤٣.١٣ | ص ^٨ = ٧.٣٦ + ٣٨٤.٦٥ | سعر المنتج | الأسعار | |
| ٠.٠٥ | ٤.٧٤ | ٢.١٨ | ٠.٢٧ | ١.٦٩ | ٧١٥.٢٠ | ص ^٨ = ١٢.١٠ + 618.4 | سعر الجملة | | |
| ٠.٠١ | ١٩.٩٦ | ٤.٤٧ | ٠.٦١ | ٣.٦٨ | ١٠٧٨.٦٠ | ص ^٨ = ٣٥.٣٦ + ٧٩٥.٧١ | سعر التجزئة | | |
| ٠.٠٥ | ٧.٥٠ | ٢.٧٣ | ٠.٣٧ | ١.٧٣ | (٤١.٠٨) | ص ^٨ = ٠.٧٢ - ٤٧.٦٠ | نصيب المنتج | توزيع جنيبه المستهلك | |
| غير محوى | ٠.٣٤ | ٠.٥٨ | ٠.٣٧ | 0.٩٥ | ٢٥.٦3 | ص ^٨ = ٠.٢٤ - ٢٧.١٠ | نصيب الجملة | | |
| ٠.٠١ | ١٢.١٠ | ٣.٤٨ | ٠.٤٨ | ٢.٩٦ | ٣٣.٦٩ | ص ^٨ = ٠.٩٦ + ٢٥.٢٠ | نصيب التجزئة | | |
| ٠.٠١ | ٧.٥٠ | ٢.٧٤ | ٠.٣٧ | ١.٢٤ | ٥٨.٩٢ | ص ^٨ = ٠.٧٢ + ٥٧.٤٠ | نصيب الوسطاء | | |
| غير | ٠.٩٩ | ٠.٩٩ | ٠.٠٧ | ١.٧٦ | ٢٧٢.٠٧ | ص ^٨ = ٤.٧٩ + ٢٣٣.٧٥ | المطلق بين مرحلة الجملة - المنتج | | |
| غير | ٠.١٨ | ٠.٤٢ | ٠.٠١ | ٠.٥٨ | ٣٦.٠٩ | ص ^٨ = ٠.٢١ + ٣٥.٥٥ | النسبي بين مرحلة الجملة - المنتج | | |
| ٠.٠١ | ٢٩.٣٣ | ٥.٤٢ | ٠.٦٩ | ٦.٤٠ | ٣٦٣.٤٠ | ص ^٨ = ٢٣.٢٦ + ١٧٧.٣١ | المطلق بين مرحلة التجزئة - الجملة | | |
| ٠.٠١ | ١٢.١٠ | ٣.٤٨ | ٠.٤٨ | ٢.٩٩ | ٣٢.٤٦ | ص ^٨ = ٠.٩٧ + ٢٥.٣٠ | النسبي بين مرحلة التجزئة - الجملة | | |
| ٠.٠١ | ١٩.١٣ | ٤.٣٧ | ٠.٦٠ | ٤.٤١ | ٦٣٥.٤٧ | ص ^٨ = ٢٨.٠٥ + ٤١١.٠٧ | المطلق بين مرحلة التجزئة - المنتج | | |
| ٠.٠١ | ٧.٥٠ | ٢.٧٤ | ٠.٣٧ | ١.٢٤ | ٥٧.٩١ | ص ^٨ = ٠.٧٢ + ٥٧.٤٠ | النسبي بين مرحلة التجزئة - المنتج | | |
| ٠.٠١ | ٧٨.٩١ | ٨.٨٨ | ٠.٨٦ | ٣.١٩ | ١٩١.١٣ | ص ^٨ = ٦.٠٩ + ١٤٦.٣٠ | تكاليف انتاج الطن | | |
| غير | ١.٢٦ | ١.١٢ | ٠.٠٩ | ١.١١ | ٢٣.٤٦ | ص ^٨ = ٠.٢٦ - ٢٥.٨١ | الكفاءة التسويقية | | |
| ٠.٠١ | ٢٣.٩٣ | ٤.٨٩ | ٠.٦٥ | ٢.٧٩ | ٨٦.٨٠ | ص ^٨ = ٢.٤٢ + ٦٨.٢٨ | التغطية السعرية | | |

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات الجدول رقم (١) بالملحق

() تم تقدير المتوسط الهندسي لكل المتغيرات الموجودة في صورة نسب .

ملاحق
جدول رقم (١): أهم المتغيرات الإنتاجية لمحصول الطماطم على مستوى الجمهورية خلال الفترة (١٩٩٥ - ٢٠٠٩)

| السنوات | المساحة | | العروة الشتوية | | العروة الصيفية | | العروة التبلية | | الإنتاج الكلي الف طن | |
|---------|---------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------------------|---------|
| | الإنتاج الكلي | المساحة | الإنتاج الكلي | المساحة | الإنتاج الكلي | المساحة | الإنتاج الكلي | المساحة | الإنتاج الكلي | المساحة |
| ١٩٩٥ | ١٤٤.٧١ | ١٥.٥١ | ١٦٦.٣٨ | ١٦.٢٨ | ١٧٣٢.٧٠ | ١٢.٩٨ | ١٣٦٨ | ١٣.٦٨ | ٣٥٥.٤٣ | ١٤.١٦ |
| ١٩٩٦ | ١٥٤.٢٥ | ١٥.٨٥ | ١٦٧.٥٤ | ١٦.٢٨ | ٢٣١٣.٧٦ | ١٣.٨١ | ١٢.٤٠ | ١٢.٤٠ | ٩٥٧.٤٤ | ١٤.٥٥ |
| ١٩٩٧ | ١٦٣.٦٦ | ١٥.٣٥ | ١٨٣.٢٨ | ١٥.٨٥ | ٢٥٠٦.١٣ | ١٣.٦٧ | ١٤.٤٦ | ١٤.٤٦ | ٩١٤.٩٩ | ١٤.٦٥ |
| ١٩٩٨ | ١٥٥.٥٢ | ١٥.٩١ | ٢٥١٢.٤٦ | ١٥.٣٥ | ٢٤٧٧.١٧ | ١٢.٦٣ | ١٢.٣١ | ١٢.٣١ | ٧٦٣.٦٥ | ١٣.٦٤ |
| ١٩٩٩ | ١٧٧.٢٣ | ١٦.٢٧ | ٢٤٧٤.٢٥ | ١٥.٩١ | ٢٩٢٩.٠١ | ١٢.٧٩ | ١٣.١٤ | ١٣.١٤ | ٨٧٠.٥٠ | ١٢.١٨ |
| ٢٠٠٠ | ١٥٧.٧٩ | ١٦.٨٧ | ٢٨٨٣.١٣ | ١٦.٢٧ | ٢٨٣١.٠٢ | ١٣.٣٩ | ١٣.٩٩ | ١٣.٩٩ | ١٠٧١.٤٩ | ١٤.٥٩ |
| ٢٠٠١ | ١٧٢.٧٨ | ١٧.٣٥ | ٢٦٦٢.٣٥ | ١٦.٨٧ | ٢٦٧٧.٨٤ | ١٣.٣٣ | ١٣.٨١ | ١٣.٨١ | ٩٨٨.٥٤ | ١٤.٧١ |
| ٢٠٠٢ | ١٧٩.٠٨ | ١٧.٥٠ | ٢٩٩٨.١٢ | ١٧.٣٥ | ٢٧٠٧.٥٥ | ١٣.٣٣ | ١٣.٥٥ | ١٣.٥٥ | ١٠٧٢.٢١ | ١٤.٩٠ |
| ٢٠٠٣ | ١٩٨.٣٨ | ١٨.٠٥ | ٣١٣٣.٧٣ | ١٧.٥٠ | ٢٨٠٤.٤٦ | ١٣.٧٧ | ١٥.٢٩ | ١٥.٢٩ | ١٢٠٢.٠٢ | ١٥.٥٥ |
| ٢٠٠٤ | ٢١٤.٦٢ | ١٨.٥٣ | ٣٥٨٠.٦٠ | ١٨.٠٥ | ٢٩٣١.٩٦ | ١٤.٧٦ | ١٦.٧٤ | ١٦.٧٤ | ١١٢٨.٢٧ | ١٦.٤٥ |
| ٢٠٠٥ | ٢٠٩.٠٩ | ١٨.٢٤ | ٣٩٧٧.٣٢ | ١٨.٥٣ | ٣٧٨٨.٩٢ | ١٥.٢٦ | ١٧.٢٣ | ١٧.٢٣ | ١١٢٤.٩٩ | ١٦.٩٤ |
| ٢٠٠٦ | ٢٠٠.٢٩ | ١٨.٠٩ | ٣٨١٤.٠٨ | ١٨.٢٤ | ٣٥٨٦.٧٩ | ١٤.٨٦ | ١٥.٩٥ | ١٥.٩٥ | ١١٧٥.٢٠ | ١٦.٣٦ |
| ٢٠٠٧ | ٢١٧.٨٩ | ١٧.٦٩ | ٣٦٢٣.٤٠ | ١٨.٠٩ | ٣٨٦٥.٠٦ | ١٤.٤٨ | ١٦.٤٥ | ١٦.٤٥ | ١١٥٠.٥١ | ١٦.٠٨ |
| ٢٠٠٨ | ٢٦٥.٢٤ | ١٨.٥٨ | ٣٨٥٣.٥٥ | ١٧.٦٩ | ٤٢٣٣.٩٥ | ١٤.٨٦ | ١٦.١٩ | ١٦.١٩ | ١١١٦.٥٩ | ١٦.١٠ |
| ٢٠٠٩ | ١٨٥.١٩ | ١٧.٠٧ | ٤٩٢٩.٠١ | ١٨.٥٨ | ٤٢٣٣.٩٨ | ١٥.٦٦ | ١٧.٤٢ | ١٧.٤٢ | ١١١٥.٥٦ | ١٧.٢٢ |
| المتوسط | ١٨٥.١٩ | ١٧.٠٧ | ٣١٩٠.٨٩ | ١٧.٠٧ | ٣٠٨٠.٠٢ | ١٣.٩٧ | ١٤.٧٧ | ١٤.٧٧ | ١٠٤٧.٢٤ | ١٥.٢١ |

المصدر: جمعت وحسبت من : وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي ، قطاع الشؤون الاقتصادية، الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي ، نشرة الاقتصاد الزراعي ، اعداد مختلفة .

جدول (٢): تطور سعر المنتج والجملة والتجزئة وتوزيع جنية المستهلك والهوامش التسويقية للطماطم خلال الفترة (١٩٩٥ - ٢٠٠٩)

الأسعار والهوامش بالجنية للطن

| التعبئة السعرية | الكفاءة التسويقية | تكاليف طن الطماطم | المرحلة التسويقية | | | الهوامش التسويقية | | | توزيع جنية المستهلك | | | متوسط الاسعار | | | المنتج | السنوات |
|--------------------|----------------------|----------------------|----------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|---------------------|---------------|---------------|---------------|--------|---------------|---------|---------|
| | | | لمرحلة تجزئة - منتج النسبي | تجزئة - جملة - النسبي | جملة - تجزئة - النسبي | لمرحلة تجزئة - منتج المطلق | تجزئة - جملة - المطلق | جملة - تجزئة - المطلق | نسب التجزئة | نسب الجملة | نسب المنتج | التجزئة | الجملة | متوسط الاسعار | | |
| 76.98 | 20.30 | 150.74 | 26.97 | 284 | 56.22 | 592 | 40.05 | 308 | 26.97 | 29.25 | 43.78 | 1053 | 769 | 461 | 1995 | |
| 72.64 | 28.69 | 151.66 | 36.16 | 294 | 46.37 | 377 | 15.99 | 83 | 36.16 | 10.21 | 53.63 | 813 | 519 | 436 | 1996 | |
| 77.19 | 22.76 | 155.56 | 27.08 | 254 | 56.29 | 528 | 40.06 | 274 | 27.08 | 29.21 | 43.71 | 938 | 684 | 410 | 1997 | |
| 82.82 | 21.80 | 181.49 | 26.54 | 284 | 60.84 | 651 | 46.69 | 367 | 26.54 | 34.30 | 39.16 | 1070 | 786 | 419 | 1998 | |
| 76.33 | 24.99 | 176.25 | 25.00 | 231 | 57.25 | 529 | 43.00 | 298 | 25.00 | 32.25 | 42.75 | 924 | 693 | 395 | 1999 | |
| 69.94 | 33.80 | 178.2 | 32.29 | 238 | 47.35 | 349 | 22.24 | 111 | 32.29 | 15.06 | 52.65 | 737 | 499 | 388 | 2000 | |
| 87.80 | 26.03 | 192.44 | 32.21 | 296 | 59.52 | 547 | 40.29 | 251 | 32.21 | 27.31 | 40.48 | 919 | 623 | 372 | 2001 | |
| 75.71 | 27.81 | 186.11 | 26.24 | 227 | 55.84 | 483 | 40.13 | 256 | 26.24 | 29.60 | 44.16 | 865 | 638 | 382 | 2002 | |
| 81.15 | 21.49 | 186.13 | 25.78 | 291 | 60.23 | 680 | 46.42 | 389 | 25.78 | 34.46 | 39.77 | 1129 | 838 | 449 | 2003 | |
| 109.24 | 20.81 | 211.26 | 40.60 | 503 | 64.89 | 804 | 40.90 | 301 | 40.60 | 24.29 | 35.11 | 1239 | 736 | 435 | 2004 | |
| 106.08 | 19.57 | 195.15 | 39.37 | 491 | 64.31 | 802 | 41.14 | 311 | 39.37 | 24.94 | 35.69 | 1247 | 756 | 445 | 2005 | |
| 98.33 | 20.67 | 199.37 | 38.98 | 497 | 60.00 | 765 | 34.45 | 268 | 38.98 | 21.02 | 40.00 | 1275 | 778 | 510 | 2006 | |
| 99.25 | 21.04 | 210.52 | 39.14 | 512 | 60.40 | 790 | 34.92 | 278 | 39.14 | 21.25 | 39.60 | 1308 | 796 | 518 | 2007 | |
| 100.12 | 22.42 | 235 | 39.27 | 525 | 60.81 | 813 | 35.47 | 288 | 39.27 | 21.54 | 39.19 | 1337 | 812 | 524 | 2008 | |
| 102.62 | 23.82 | 257 | 39.55 | 524 | 62.04 | 822 | 37.20 | 298 | 39.55 | 22.49 | 37.96 | 1325 | 801 | 503 | 2009 | |
| 86.80 | 23.46 | 191.13 | 57.91 | 635.47 | 32.46 | 363.40 | 36.09 | 272.07 | ٣٣.٦٩ | ٧٥.٧٣ | ٤١.٠٨ | 1078.60 | 715.20 | 443.13 | المتوسط | |

المصدر: ١ - الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، بضرورة أسعار الجملة والتجزئة، أعداد مختلفة.

٢ - موقع الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء www.capmas.gov.eg

٣ - وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي، نشرة الأسعار المزرعية، أعداد مختلفة

٤ - وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي، نشرة الاقتصاد المزرعية، أعداد مختلفة

جدول (٣): أسعار المنتج والجملة والتجزئة للطماطم بالشهور خلال الفترة (٢٠٠٩ - ٢٠٠٥)

الاسعار بالجنبة اللطن

| متوسط القنرة (٢٠٠٩ - ٢٠١٥) | ٢٠٠٩ | | ٢٠٠٨ | | ٢٠٠٧ | | ٢٠٠٦ | | ٢٠٠٥ | | الشهور | | | | | | | |
|-------------------------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------|--------|------|-----|-----|------|-----|-----|---------|
| | سعر جلمة | سعر سعر منتج | سعر جلمة | سعر سعر منتج | سعر جلمة | سعر سعر منتج | سعر جلمة | سعر سعر منتج | سعر جلمة | سعر سعر منتج | | | | | | | | |
| 1249.6 | 738.80 | 458.6 | 1270 | 736 | 458 | 1282 | 761 | 475 | 1305 | 790 | 515 | 1211 | 716 | 455 | 1180 | 691 | 390 | يناير |
| 1233.6 | 712.20 | 436.8 | 1255 | 721 | 433 | 1267 | 745 | 458 | 1268 | 754 | 478 | 1194 | 678 | 440 | 1184 | 663 | 375 | فبرابر |
| 1185 | 672.80 | 394 | 1200 | 676 | 385 | 1212 | 690 | 399 | 1271 | 742 | 481 | 1133 | 643 | 385 | 1109 | 613 | 320 | مارس |
| 1316.8 | 805.80 | 524.8 | 1360 | 836 | 541 | 1372 | 840 | 569 | 1279 | 758 | 489 | 1288 | 815 | 545 | 1285 | 780 | 480 | ابريل |
| 1311.4 | 805.20 | 503 | 1341 | 809 | 501 | 1343 | 852 | 523 | 1314 | 812 | 524 | 1290 | 791 | 516 | 1269 | 762 | 451 | مايو |
| 1258.2 | 745.00 | 454.8 | 1279 | 736 | 448 | 1282 | 737 | 469 | 1302 | 795 | 512 | 1227 | 743 | 455 | 1201 | 714 | 390 | يونيو |
| 1343.2 | 834.80 | 538 | 1377 | 877 | 549 | 1368 | 825 | 555 | 1354 | 849 | 564 | 1334 | 829 | 556 | 1283 | 794 | 466 | يوليو |
| 1387 | 874.20 | 583.2 | 1447 | 912 | 614 | 1423 | 876 | 600 | 1340 | 839 | 550 | 1403 | 879 | 621 | 1322 | 865 | 531 | اغسطس |
| 1366.2 | 868.00 | 568.4 | 1392 | 879 | 570 | 1411 | 891 | 591 | 1375 | 867 | 585 | 1342 | 855 | 577 | 1311 | 848 | 519 | سبتمبر |
| 1358.6 | 844.00 | 556.8 | 1399 | 875 | 586 | 1404 | 882 | 585 | 1307 | 798 | 517 | 1359 | 852 | 584 | 1324 | 813 | 512 | اكتوبر |
| 1302.2 | 798.40 | 504.2 | 1280 | 787 | 478 | 1373 | 854 | 550 | 1306 | 795 | 516 | 1273 | 767 | 496 | 1279 | 789 | 481 | نوفمبر |
| 1272 | 766.40 | 477.4 | 1300 | 781 | 473 | 1319 | 790 | 514 | 1275 | 753 | 485 | 1249 | 768 | 490 | 1217 | 740 | 425 | ديسمبر |
| 1298.45 | 788.80 | 500 | 1325 | 803 | 503 | 1337 | 812 | 524 | 1308 | 796 | 518 | 1275 | 778 | 510 | 1247 | 756 | 445 | المتوسط |

المصدر :

١ - موقع الاسعار المحلية والعالمية للسلع الزراعية التابع لمجلس الوزراء المصرى

٢ - موقع سوق العود

٣ - بيانات اسعار الجملة والتجزئة على موقع الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء

٤ - الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء بشرة اسعار الجملة والتجزئة , اعداد مختلفة

<http://www.agriprice.gov.eg>

<http://www.oboormarket.org.eg/prices.aspx>

<http://www.capmas.gov.eg>