

## 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 فى مصر

منتصر محمد محمود حمدون

قسم الاقتصاد الزراعى - كلية الزراعة - جامعة جنوب الوادى

### المخلص

يعتبر محصول الطماطم من المحاصيل الخضرية الهامة فى التركيب المحصولى المصرى، حيث بلغ متوسط المساحة المزروعة بالطماطم حوالى ٥٤٥.٥٤ ألف فدان تمثل حوالى ٣٤.٠٧% من إجمالى متوسط مساحة الخضر بالجمهورية فى فترة الدراسة، كما تعتبر الطماطم من المحاصيل التى تتوافر لها فرص تصديرية سواء لدول الخليج أو بعض الدول الأوروبية، وقد غطت فترة الدراسة (١٩٩٥ - ٢٠٠٩) كما استخدمت الدراسة بعض اساليب التحليل الوصفى والكمى.

أوضحت نتائج الدراسة أن مساحة وأنتاج الطماطم الصيفى قد حققت أعلى معدل زيادة سنوى بلغ حوالى ٧.٨٠%، ١٤٢.٧٦% على الترتيب، فى حين تبين أن أنتاجية الطماطم النيلية قد حققت أعلى معدل زيادة يليها أنتاجية الطماطم الشتوى ثم الصيفى بمعدلات بلغت حوالى 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 بلبه سعر الجملة ثم سعر المنتج، بمعدلات بلغت حوالى 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، وتبين أن نصيب المنتج بلغ حوالى ٤١.٠٨% بينما بلغ نصيب تاجر الجملة والتجزئة حوالى ٢٥.٢٣%، ٣٣.٦٩% من جنيه المستهلك خلال فترة الدراسة وهو ما يعنى أن حوالى ٥٨.٩١% من جنيه المستهلك تذهب إلى الوسطاء الذى انعكس بدوره على انخفاض الكفاءة التسويقية .

واتضح من دراسة تسويق الطماطم على مستوى العروة الشتوية انخفاض أسعار الجملة والتجزئة فى شهر مارس، الأمر الذى قد يرجع إلى وصول الإنتاج فى هذه العروة إلى أقصاه، كذلك يتضح ارتفاع أسعار الجملة والتجزئة فى شهر أبريل، حيث قد يعزى ذلك إلى قرب نفاذ الكميات المنتجة من الطماطم فى محافظة قنا، حيث تنتج هذه المحافظة حوالى ١٦.٦٢% من أنتاج العروة الشتوية، وهو الأمر الذى يعنى ضرورة توفر البدائل المصنعة للطماطم الطازجة فى هذه الفترة. وتبين من دراسة تسويق الطماطم على مستوى العروة الصيفية انخفاض سعر الجملة والتجزئة خلال شهر يونية وقد يرجع ذلك إلى بلوغ أنتاج هذه العروة إلى أقصاه، بينما قد يرجع ارتفاع نفس السعر خلال شهر أغسطس إلى انخفاض الإنتاج حيث يقع شهر أغسطس فاصل بين العروتين الصيفية والنيلية، .

واتضح من دراسة تسويق الطماطم على مستوى العروة النيلية انخفاض أسعار الطماطم خلال شهر ديسمبر، وقد يرجع ذلك إلى انخفاض درجة الحرارة فى هذا التوقيت الأمر الذى 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 الصيفية 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 فى فصل الشتاء .

وتبين وجود فائض فى الإنتاج المحلى يزيد عن احتياجات السكان فى فترة الدراسة بمتوسط نسبة اكتفاء ذاتى بلغت حوالى ١١٥.٥٥% . كما تبين ضالة الكميات المصدرة من الطماطم المصرية بالنسبة للأنتاج المحلى بصفة عامة كما يتضح أن أهم الدول المستوردة للطماطم المصرية هى الدول العربية حيث

أستوعبت هذه الدول حوالي ٧٧.٠٢ % من صادرات مصر من الطماطم تأتي الجمهورية العربية السورية على راس هذه الدول حيث أستوعبت حوالي ٥٥.٤٦ % من صادرات مصر الكلية من الطماطم ثم تأتي في المرتبة الثانية الدول الأوروبية حيث أستوعبت حوالي ١٣.٩١ % من صادرات مصر من الطماطم تأتي دولة هولندا على راس هذه الدول حيث أستوعبت حوالي ٨.٦٠ % من صادرات مصر الكلية من الطماطم لمتوسط الفترة ( ٢٠٠٥ – ٢٠٠٨ )

## المقدمة

يعتبر تسويق المنتجات الزراعية من محددات التنمية الزراعية فالتسويق مكمل وامتداد لعملية الإنتاج، إذ لا تصبح السلعة ذات منفعة اقتصادية إلا إذا أمكن إنتاجها بالشكل الذي يمكن للمستهلك أستعمالها بالشكل المناسب وفي المكان والوقت الذي يحتاجها فيه، كما أن وجود نظام تسويقي جيد يتضمن تحقيق الحوافز المناسبة للمزارعين وتوفير المعلومات والخدمات والنظم التي تسهل وصول المنتجات للمستهلك في الصورة التي يرغبها بأقل التكاليف لتحقيق أهداف التنمية الزراعية . وهذا 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 ظهور مشكلات في التسويق الداخلي الذي سوف ينعكس بدوره على التسويق الخارجي 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 في التركيب المحصولي المصري، حيث بلغت المساحة المزروعة بالطماطم حوالي ٥٤٥.٥٤ ألف فدان تمثل حوالي ٣٤.٠٧ % من اجمالي مساحة الخضر بالجمهورية ، كما بلغ متوسط القيمة النقدية للطماطم حوالي ٦.٠٨ مليار جنيه تمثل حوالي ٣٨.٢٩ % من القيمة النقدية لمحاصيل الخضر لمتوسط الفترة ( ٢٠٠٥ - ٢٠٠٩ ) ( ٩ ) ، كما تعتبر الطماطم من المحاصيل التي تتوفر لها فرص تصديرية سواء لدول الخليج أو بعض الدول الأوروبية، مما يجعلها أحد مصادر العملة الأجنبية التي تسعى الدولة إلى زيادتها، كما أن إمكانية تصنيعها يزيد من قيمتها المضافة ، وتتبع أهمية الطماطم الغذائية من كونها أحد محاصيل الخضر الغنية بالفيتامينات والمعادن اللازمة لاحتياجات الإنسان والتي يتم استهلاكها إما في صورة طازجة أو مصنعة ، وتزرع الطماطم في مصر في ثلاث عروات اساسية هي العروة الشتوية والصيفية والنيلية، وتعتبر العروة الصيفية أهم هذه العروات ،من حيث المساحة المزروعة والإنتاج الكلي، تليها العروة الشتوية وأخيراً العروة النيلية .

### مشكلة البحث

نظراً لما تتصف به الطماطم من قابليتها للتلف وأرتفاع نسبة الفاقد وتأثرها بالعوامل الجوية التي لايمكن التحكم فيها، وما يترتب على ذلك من حدوث تقلبات للكمية المعروضة منها في الأسواق ، من حيث الزيادة الكبيرة في بعض الأوقات والنقص الشديد من المعروض منها في أوقات أخرى، فإن منتجي ومستهلكي 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 والأنصبة السوقية للوسطاء بصورة سلبية ، الأمر الذي يجعل تحليل النظام التسويقي للطماطم من الأهمية بمكان في ضوء ما يتبحة ذلك من توفير قدر من المعرفة يساهم في الحكم على مدى سلامة العلاقات السوقية ومدى تحقيق الكفاءة التسويقية لتلك السلعة حتى يمكن النهوض بهذا المحصول بما يتناسب مع الطلب عليه في السوق المحلي والخارجي .

### الهدف من البحث

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

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

## الطريقة البحثية ومصادر البيانات

اعتمد البحث على أسلوبي التحليل الوصفي والتحليل الكمي في تحليل بيانات السلاسل الزمنية للمتغيرات الاقتصادية موضع الدراسة ، كما تم قياس بعض المؤشرات التسويقية مثل الهوامش التسويقية وتوزيع جنيبه 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 الفدائية والإنتاج الكلي لمحصول الطماطم بعرواتها الثلاث .

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

تشير نتائج الاتجاه الزمني العام الموضحة بالجدول رقم (١) إلى وجود زيادة معنوية إحصائياً في المساحة المزروعة والإنتاجية الفدائية 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) ، هذا وتشير قيمة معامل التحديد أن التغيرات التي يعكسها عنصر الزمن مسؤولة عن ٨٢% ، ٨١% ، ٨٦% ، من التغيرات الحادثة في المتغيرات السابقة على الترتيب

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

بدراسة تطور المساحة المزروعة والإنتاجية الفدائية 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 الفدائية والإنتاج الكلي للطماطم في العروة النيلية

يتضح من البيانات الواردة من الجدول رقم (١) أن هناك اتجاهاً متزايداً معنوياً إحصائياً في الإنتاجية الفدائية 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 الفدائية 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% ، ٣٩.٤٤% ، ١٥.٠٤% من إجمالي المساحة المزروعة بالطماطم خلال متوسط الفترة (١٩٩٥-٢٠٠٩) ، كما حققت

العروة الشتوية أعلى إنتاج كلي 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 المقدر	قيمة المقدر (ف) المقدر	مستوى المعنوية

٠.٠١	٥٤.٤٨	٧.٣٨	٠.٨٢	٢.٨٥	١٨٥.١٩	ص <sup>٨</sup> = ١٣٩.٤٩ + ٥.٢٧٠	الف فدان	المساحة	الثوتية
٠.٠١	٥٠.٨١	٧.١٣	٠.٨١	١.٤١	١٧.٠٧	ص <sup>٨</sup> = ١٥.٢٠ + ٠.٢٤	طن	إنتاجية الفدان	
٠.٠١	٧٠.٨٦	٤.٤٢	٠.٨٦	٤.١٣	٣١٩٠.٨٩	ص <sup>٨</sup> = ٢٠٧٨.٨٣ + ١٣١.٧٢	الف طن	الإنتاج الكلي	الصفيفية
٠.٠١	٣١.٥١	٥.٦١	٠.٧٢	٣.٦٥	٢١٣.٧٤	ص <sup>٨</sup> = ١٥١.٢٢ + ٧.٨٠	الف فدان	المساحة	
٠.٠١	١٨.٢٨	٤.٢٨	٠.٦٠	١.١٥	١٣.٩٧	ص <sup>٨</sup> = ١٢.٦٧ + ٠.١٦	طن	إنتاجية الفدان	الثوتية
٠.٠١	٦٦.٧١	٨.١٧	٠.٨٥	٤.٧٥	٣٠٠٨.٠٢	ص <sup>٨</sup> = ١٨٤٩.٧٩ + ١٤٢.٧٦	الف طن	الإنتاج الكلي	
غير معنوي	٠.١٠	٠.٢٣	٠.٠١	٠.١٨	٧٠.٦١	ص <sup>٨</sup> = ٧٢.٠٢ + ٠.١٣	الف فدان	المساحة	النيلية
٠.٠١	٢٣.٦٩	٤.٨٧	٠.٦٦	٢.١٧	١٤.٧٧	ص <sup>٨</sup> = ١٢.٢٨ + ٠.٣٢	طن	إنتاجية الفدان	
٠.٠١	١٠.٩٠	٣.٣٠	٠.٤٨	٢.٠٠	١٠٤٧.٢٤	ص <sup>٨</sup> = ٨٨٥.١٤ + ٢٠.٩٦	الف طن	الإنتاج الكلي	

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

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 الثوتية والصفيفية 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 الثوتية

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 وسوهاج، المراكز من الثاني حتى الخامس على الترتيب، بطاقة إنتاجية بلغت حوالي 364.58، 342.43، 324.44، ٢٩٥.٩٩ ألف طن، تمثل حوالي 9.69%، 9.10%، 8.62%، 7.86%، من إجمالي إنتاج الجمهورية لهذه العروة، كما احتلت محافظات الإسماعلية والفيوم وبنى سويف والنوبارية وأسبوط 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 الصفيفية

بدراسة أهم المحافظات المنتجة للطماطم في مصر للعروة الصفيفية 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 الإسماعلية 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 والإسماعلية 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 بالألف طن

العروة	المحافظات	قنا	الشرقية	المنيا	الجيزة	سوهاج	الإسماعلية	الفيوم	بنى سويف	النوبارية	أسيوط	باقي المحافظات	الأجمالى
العروة الشتوية	الطاقة الإنتاجية	٦٢٥.٤٠	٣٦٤.٥٨	٣٤٢.٤٣	٣٢٤.٤٤	٢٩٥.٥٥	٢٥٨.٥٦	٢٢٩.٤٣	٢٠٨.٥٢	٢٠١.٨٩	١٧٥.٤٣	٧٣٧.٠٥	٣٧٦٣.٦٩
	% 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 الصيفية	الطاقة الإنتاجية	١٠٠١.٧٥	٥٤٤.٨٩	٤٧٤.٥٨	٣٤٩.٨٨	٢٧٩.٣٤	٢٠٣.٩١	١٦٩.٦٩	١٣٥.٥٢	٨٨.٣٠	٨٢.٨٨	٥٦٤.٥٤	٣٨٩٥.٢٧
	% 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 النيلية	الطاقة الإنتاجية	٣٦٥.٦٢	١٨٥.٦٨	١٥٠.٢٢	١٠٧.٩٢	٧٦.٠٤	٤٤.٤٦	٤٣.٦٣	٣٨.٦٢	٣٨.٥٦	٢٧.١٦	٦٩.٥٣	١٠٧٧.٩١
	% من إنتاج العروة	٣١.٨٦	١٦.١٨	١٣.٠٩	٩.٤١	٦.٦٣	٣.٨٧	٣.٨٠	٣.٢٧	٣.٢٦	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 النهائى 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 إحصائيا لسعر المنتج والجملة والتجزئة للطماطم، بلغت حوالي ٧.٣١ جنيهه، ١٢.١٠ جنيهه، ٣٥.٣٦ جنيهه، بمعادلات زيادة سنوية بلغت حوالي ١.٦٥%، ١.٦٩%، ٣.٢٨% من متوسط سعر المنتج والجملة والتجزئة الذى بلغ حوالي ٤٤٣.١٣ جنيهه، ٧١٥.٢٠ جنيهه، ١٠٧٨.٦٠ جنيهه، على الترتيب، خلال الفترة (١٩٩٥ - ٢٠٠٩)، هذا وتعكس قيمة معامل التحديد أن التغيرات التى يعكسها عنصر الزمن مسئولة عن ٤١%، ٢٧%، ٦١% من التغيرات الحادثة في المتغيرات السابقة على الترتيب .

### توزيع جنيه المستهلك لمحصول الطماطم Brak Down of consumers

يشير مفهوم توزيع جنيه المستهلك الي توزيع ما قيمته جنيه 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 التسويقي 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 جنيته بمعدل نقص سنوي بلغ حوالي ١.٧٣% من متوسط نصيب المنتج الذي بلغ حوالي ٤١.٥٥ جنيته خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠٠٩)، كما أشارت نتائج نفس الجدول إلى وجود زيادة معنوية إحصائياً في نصيب تاجر التجزئة، بلغت حوالي ٠.٩٦ جنيته، بمعدل زيادة سنوي بلغ حوالي ٢.٩٦% من متوسط نصيب تاجر التجزئة الذي بلغ حوالي ٣٢.٤٦ جنيته 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 الوسيط.

#### تطور الهوامش التسويقية لمحصول الطماطم

تعتبر دراسة الهوامش التسويقية، من الأهمية بمكان لما لها من تأثير على أفراد المجتمع سواء المنتج أو المستهلك أو الوسيط، 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، فالهامش التسويقي المطلق يعبر عنها في صورة وحدات نقدية، وأما 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 النقل..... مضافاً أو مطروحاً إليها أرباح أو خسائر الوسيط.

#### الهامش 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).

#### الهامش التسويقي 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 اتجاهماً متزايداً ومعنوياً إحصائياً بلغ حوالي ٢٣.٢٦ جنيته، ٠.٩٧%، بمعدل زيادة سنوي بلغ حوالي ٦.٤٠%، ٢.٩٩% من متوسط الهامش التسويقي المطلق والنسبي والبالغ حوالي ٣٦٣.٤٠ جنيته، ٣٢.٤٦%، على الترتيب خلال الفترة السابقة، وهذا وتعكس قيمة معامل التحديد أن التغيرات التي يعكسها عنصر الزمن مسئولة عن ٦٩%، ٤٨% من التغيرات الحادثة في الهامش التسويقي المطلق والنسبي على الترتيب

#### الهامش التسويقي 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 جنيته، ٠.٧٢% بمعدل زيادة سنوي بلغ حوالي ٤.٤١%، ١.٢٤% من متوسط الهامش التسويقي المطلق والنسبي والبالغ حوالي ٦٥٣.٤٧ جنيته، 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 الوسيط والذي سوف يعكس 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 الفروق أو التكاليف التسويقية مع التكاليف الإنتاجية فإن الكفاءة التسويقية تتساوى ٥٠% ونقل  
 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

وبدراسة الاتجاه الزمنى 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 التعليب 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 ثنائية شهرية  
 عن سعر المنتج أو المزارع فقد تم الاعتماد على سعري الجملة والتجزئة الشهرية لتحليل أسعار كل عروة  
 وحساب نصيب تاجر التجزئة وتقدير الهامش التسويقي بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة ، وذلك باعتبار أن  
 سعري 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 سعري  
 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 سعري 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 إى  
 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 ان 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 وتفوقاً 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 أدناه خلال شهر يونيو بمتوسط حوالى ١٢٥٨.٢٠ ، ٧٤٥ جنيه ، بينما بلغ أقصاه خلال شهر أغسطس بمتوسط حوالى ٨٧٤.٢ جنيه، ١٣٨٧ جنيه ، لأسعار الجملة والتجزئة لهذه العروة على الترتيب . وبحساب نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك لنفس العروة يتضح أنه بلغ حوالى ٣٨.٥٠ % ، حيث أخذ هذا المتوسط أيضاً في التذبذب بين الزيادة والنقصان، فبلغ أدناه خلال شهر أغسطس بمتوسط حوالى ٣٣.٩٧ % ، بينما بلغ أقصاه خلال شهر يونيو بمتوسط حوالى ٤٠.٧٩ % ، على الترتيب وعند حساب متوسط الهامش التسويقي للمطاطم بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة، يتضح من بيانات الجدول رقم (٤) أنه بلغ حوالى ٥١٠.١٥ جنيه، حيث أخذ هذا المتوسط في التذبذب بين الزيادة والنقصان، فبلغ أدناه خلال شهر مايو بمتوسط حوالى ٥٠٦.٢ جنيه، بينما بلغ أقصاه خلال شهر فبراير بمتوسط حوالى ٥١٣.٢ جنيه .

مما سبق يتضح أن انخفاض سعر الجملة والتجزئة خلال شهر يونية إنما قد يرجع لبلوغ إنتاج هذه العروة ذروة الإنتاج الأمر الذى 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 أدناه خلال شهر ديسمبر بمتوسط حوالى ٧٦٦.٤ ، ١٢٧٢ جنيه ، بينما بلغ أقصاه خلال شهر أغسطس بمتوسط حوالى ٨٦٨ جنيه، ١٣٦٦.٢ جنيه ، لأسعار الجملة والتجزئة لهذه العروة على الترتيب . وبحساب نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك لنفس العروة يتضح أنه بلغ حوالى ٣٨.٦٩ % ، حيث أخذ هذا المتوسط أيضاً في التذبذب بين الزيادة والنقصان، فبلغ أدناه خلال شهر أغسطس بمتوسط حوالى ٣٦.٤٧ % ، بينما بلغ أقصاه خلال شهر يونيو بمتوسط حوالى ٣٩.٧٥ % ، على الترتيب وعند حساب متوسط الهامش التسويقي للمطاطم بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة، يتضح من بيانات الجدول رقم (٤) أنه بلغ حوالى ٥٠٦.٤٧ جنيه، حيث أخذ هذا المتوسط في التذبذب بين الزيادة والنقصان، فبلغ أدناه خلال شهر سبتمبر بمتوسط حوالى ٤٩٨.٢.٢ جنيه، بينما بلغ أقصاه خلال شهر أكتوبر بمتوسط حوالى ٥١٤.٦ جنيه

مما سبق يتضح أن انخفاض سعر المنتج خلال شهر ديسمبر، إنما قد يرجع إلى انخفاض درجة الحرارة في هذا التوقيت الأمر الذى 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 بمثلتها 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 الصيفى 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 القبلى يؤدي إلى ارتفاع الهوامش التسويقية وخاصة تكاليف النقل ، كذلك رداءة المحصول بسبب تعرضه بدرجة كبيرة للإصابة بالافات والأمراض التى تزداد في فصل الصيف ، كما يتبين أيضا أن العروة الشتوية حققت أعلى نسبة لنصيب الوسطاء 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	النييلية
510.15	38.50	1324.95	814.8	متوسط العروة	
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	النييلية
505.6	39.75	1272	766.4	ديسمبر	
506.47	38.69	1334.79	818.32	متوسط العروة	

المصدر: جمعت وحسبت من

1- بيانات أسعار الجملة والتجزئة على موقع الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء <http://www.capmas.gov.eg>

2- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، نشرة أسعار الجملة والتجزئة، اعداد 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، وهذا 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
					تفاوتي	المتبقي لغذاء الإنسان	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 الشؤون الاقتصادية ، نشرة الميزان الغذائي لجمهورية مصر العربية ، أعداد مختلفة .
- ٢ - وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي ، قطاع الشؤون الاقتصادية ، الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي ، نشرة الاقتصاد الزراعي ، أعداد مختلفة .
- ٣ - الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، قاعدة 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 المبذولة 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 يعني 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

0.23000	3210.78	106703	1.88	798.2	1.25	248.6	الإمارات
16.90000	9433.94	779314	63.52	27029.6	77.02	15274.8	متوسط العربية
0.86000	4480.07	198950	17.96	7641.2	8.6	1705.6	هولندا
0.18000	4081.05	426437	7.5	3192.2	3.94	782.2	المملكة المتحدة
0.30000	2502.21	90274	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 الأعدية 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 الأرتفاع في العروة النيلى وذلك إما بزيادة المساحات المزروعة أو توفير البديل المصنع الجيد، حيث أثبتت الدراسة أرتفاع الأسعار في شهور أغسطس وسبتمبر وأكتوبر ونوفمبر .
- ٣ - إستنباط اصناف تتحمل الحرارة الشديدة لمناطق الصعيد وتعريف الزراع بها ،حتى يمكن أحداث نوع من التوازن بين الكميات المنتجة وأحتياجات كل منطقة في مصر وبالتالي الحد من أرتفاع الهوامش أو الأنتشار السعري ، حيث أثبتت الدراسة انخفاض كميات الطماطم المنتجة في معظم محافظات الصعيد في فصل الصيف الأمر الذى يؤدي إلى أرتفاع 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 المصدرة 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 في أسواقها الخارجية، ومحاولة فتح أسواق اخرى جديدة غير تقليدية ، وعدم الاعتماد كلية في 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 الحليم (دكتور ) ، محمد عبد الفتاح محمد ، المسارات التسويقية وأثرها على الكفاءة التسويقية وصافى ايراد 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 العبور 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 مرعى (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 - هائل 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 الشئون الاقتصادية، الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي ، نشرة الاقتصاد الزراعي، اعداد مختلفة .
- ٩ - وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي ، قطاع الشئون الاقتصادية ، نشرة الميزان الغذائي لجمهورية مصر العربية ، اعداد مختلفة .
- ١٠ - وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي ، قطاع الشئون 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 الاغذية والزراعة ( الفأو ) <http://www.fao.org>
- ٣ - موقع الاسعار المحلية والعالمية للسلع الزراعية التابع لمجلس الوزراء <http://www.agriprice.gov.eg>
- ٤ - موقع سوق العبور <http://www.oboormarket.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 Egyption 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 جنيه المستهلك والهوامش التسويقية وتكلفة إنتاج الطن والكفاءة التسويقية والتعبئة السعرية للطماطم خلال الفترة (١٩٩٥ - ٢٠٠٩)

الأسعار والهوامش التسويقية بالجنيه

المتغير	المتغير	معادلة الاتجاه الزمني العام	متوسط الظاهرة	التغير السنوي % من المتوسط	ر	قيمة ت المقدرة لمعامل الانحدار	قيمة (ف) المقدرة	مستوى المعنوية
الأسعار	سعر المنتج	ص <sup>٨</sup> = ٣٨٤.٦٥ + ٧.٣١ س هـ	٤٤٣.١٣	١.٦٥	٠.٤١	٣.٠١	٩.٠٣	٠.٠١
	سعر الجملة	ص <sup>٨</sup> = 618.4 + ١٢.١٠ س هـ	٧١٥.٢٠	١.٦٩	٠.٢٧	٢.١٨	٤.٧٤	٠.٠٥
	سعر التجزئة	ص <sup>٨</sup> = ٧٩٥.٧١ + ٣٥.٣٦ س هـ	١٠٧٨.٦٠	٣.٢٨	٠.٦١	٤.٤٧	١٩.٩٦	٠.٠١
توزيع جنية المستهلك	نصيب المنتج	ص <sup>٨</sup> = ٤٧.٦٠ - ٠.٧٢ س هـ	(٤١.٠٨)	١.٧٣	٠.٣٧	٢.٧٣	٧.٥٠	٠.٠٥
	نصيب الجملة	ص <sup>٨</sup> = ٢٧.١٠ - ٠.٢٤ س هـ	٢٥.٢٣	0.9٥	٠.٠٣	٠.٥٨	٠.٣٤	غير معنوي
	نصيب التجزئة	ص <sup>٨</sup> = ٢٥.٣٠ + ٠.٩٦ س هـ	٣٣.٦٩	٢.٩٦	٠.٤٨	٣.٤٨	١٢.١٠	٠.٠١
الهوامش التسويقية	نصيب الوسيط	ص <sup>٨</sup> = ٥٢.٤٠ + ٠.٧٢ س هـ	٥٨.٩٢	١.٢٤	٠.٣٧	٢.٧٤	٧.٥٠	٠.٠١
	المطلق بين مرحلة الجملة - المنتج	ص <sup>٨</sup> = ٢٣٣.٧٥ + ٤.٧٩ س هـ	٢٧٢.٠٧	١.٧٦	٠.٠٧	٠.٩٩	٠.٩٩	غير
	النسبي بين مرحلة الجملة - المنتج	ص <sup>٨</sup> = ٣٥.٥٥ + ٠.٢١ س هـ	٣٦.٠٩	٠.٥٨	٠.٠١	٠.٤٢	٠.١٨	غير
	المطلق بين مرحلة التجزئة - الجملة	ص <sup>٨</sup> = ١٧٧.٣١ + ٢٣.٢٦ س هـ	٣٦٣.٤٠	٦.٤٠	٠.٦٩	٥.٤٢	٢٩.٣٣	٠.٠١
	النسبي بين مرحلة التجزئة - الجملة	ص <sup>٨</sup> = ٢٥.٣٠ + ٠.٩٧ س هـ	٣٢.٤٦	٢.٩٩	٠.٤٨	٣.٤٨	١٢.١٠	٠.٠١
	المطلق بين مرحلة التجزئة - المنتج	ص <sup>٨</sup> = ٤١١.٠٧ + ٢٨.٠٥ س هـ	٦٣٥.٤٧	٤.٤١	٠.٦٠	٤.٣٧	١٩.١٣	٠.٠١
	النسبي بين مرحلة التجزئة - المنتج	ص <sup>٨</sup> = ٥٢.٤٠ + ٠.٧٢ س هـ	٥٧.٩١	١.٢٤	٠.٣٧	٢.٧٤	٧.٥٠	٠.٠١
	تكاليف إنتاج الطن	ص <sup>٨</sup> = ١٤٢.٣٦٠ + ٦.٠٩ س هـ	١٩١.١٣	٣.١٩	٠.٨٦	٨.٨٨	٧٨.٩١	٠.٠١
	الكفاءة التسويقية	ص <sup>٨</sup> = ٢٥.٨١ - ٠.٢٦ س هـ	٢٣.٤٦	١.١١	٠.٠٩	١.١٢	١.٢٦	غير

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

**Hamdoon, M. M. M.**

٠.٠١	٢٣.٩٣	٤.٨٩	٠.٦٥	٢.٧٩	٨٦.٨٠	ص <sup>٨</sup> = ٦٨,٣٨ + ٢.٤٢ س.د	التعليق السعرية	
------	-------	------	------	------	-------	-----------------------------------	-----------------	--

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات الجدول رقم ( ٢ ) بالملحق

ملاحق

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

الإنتاج الكلي الف طن  
المساحة الف فدان

السنوات	العروة الشتوية		العروة الصيفية		العروة النيلية		اجمالي العروات		
	المساحة	الإنتاج الكلي	المساحة	الإنتاج الكلي	المساحة	الإنتاج الكلي	المساحة	الإنتاج الكلي	
١٩٩٥	١٤٤.٧١	٢٢٤٤.٨٥	١٣٣.٥١	١٢.٩٨	٧٧.٢٢	١٣.٦٨	٣٥٥.٤٣	١٤.١٦	٥٠٣٤.٢٠
١٩٩٦	١٦٧.٣٨	٢٧٢٤.٢١	١٦٧.٥٤	١٣.٨١	٧٧.١٨	١٢.٤٠	٤١٢.١٠	١٤.٥٥	٥٩٩٥.٤١
١٩٩٧	١٥٤.٢٥	٢٤٥٢.٣٢	١٨٣.٢٨	١٣.٦٧	٦٣.٢٨	١٤.٤٦	٤٠٠.٨١	١٤.٦٥	٥٨٧٣.٤٤
١٩٩٨	١٦٣.٦٦	٢٥١٢.٤٦	١٩٦.١٢	١٢.٦٣	٦٢.٠٦	١٢.٣١	٤٢١.٨٤	١٣.٦٤	٥٧٥٣.٢٨
١٩٩٩	١٥٥.٥٢	٢٤٧٤.٢٥	٢٢٩.٠٢	١٢.٧٩	٦٦.٢٦	١٣.١٤	٤٥٠.٨٠	١٢.١٨	٦٢٧٣.٧٦
٢٠٠٠	١٧٧.٢٣	٢٨٨٣.١٣	٢١١.٣٧	١٣.٣٩	٧٦.٥٧	١٣.٩٩	٤٦٥.١٦	١٤.٥٩	٦٧٨٥.٦٤
٢٠٠١	١٥٧.٧٩	٢٦٦٢.٣٥	٢٠٠.٨٦	١٣.٣٣	٧١.٥٦	١٣.٨١	٤٣٠.٢١	١٤.٧١	٦٣٢٨.٧٣
٢٠٠٢	١٧٢.٧٨	٢٩٩٨.١٢	٢٠٣.٠٨	١٣.٣٣	٧٩.١٣	١٣.٥٥	٤٥٤.٩٩	١٤.٩٠	٦٧٧٧.٨٨
٢٠٠٣	١٧٩.٠٨	٣١٣٣.٧٣	٢٠٣.٦١	١٣.٧٧	٧٦.٥٩	١٥.٦٩	٤٥٩.٢٨	١٥.٥٥	٧١٤٠.٢٠
٢٠٠٤	١٩٨.٣٨	٣٥٨٠.٦٠	١٩٨.٧٠	١٤.٧٦	٦٧.٤٢	١٦.٧٤	٤٦٤.٤٩	١٦.٤٥	٧٦٤٠.٨٢
٢٠٠٥	٢١٤.٦٢	٣٩٧٧.٣٢	٢١٥.٤٦	١٥.٢٦	٦٥.٣٠	١٧.٢٣	٤٩٥.٣٨	١٦.٩٤	٨٣٩١.٢٢
٢٠٠٦	٢٠٩.٠٩	٣٨١٤.٠٨	٢٤١.٣١	١٤.٨٦	٧٣.٦٦	١٥.٩٥	٥٢٤.٠٧	١٦.٣٦	٨٥٧٦.٠٧
٢٠٠٧	٢٠٠.٢٩	٣٦٢٣.٤٠	٢٦٦.٩٦	١٤.٤٨	٦٩.٩٦	١٦.٤٥	٥٣٧.٢١	١٦.٠٨	٨٦٣٨.٩٧
٢٠٠٨	٢١٧.٨٩	٣٨٥٣.٥٥	٢٨٤.٩٨	١٤.٨٦	٦٨.٩٨	١٦.١٩	٥٧١.٨٥	١٦.١٠	٩٢٠٤.٠٩
٢٠٠٩	٢٦٥.٢٤	٤٩٢٩.٠١	٢٧٠.٣٢	١٥.٦٦	٦٤.٠٥	١٧.٤٢	٥٩٩.٦١	١٧.٢٢	١٠٢٧٨.٥٥
المتوسط	١٨٥.١٩	٣١٩٠.٨٩	٢١٣.٧٤	١٣.٩٧	٧٠.٦١	١٤.٧٧	٤٦٩.٥٥	١٥.٢١	٧٢٤٦.١٥

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

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

التعليق السعرية	الكفاءة التسويقية	تكاليف طن الطماطم	الهوامش التسويقية						توزيع جنية المستهلك			متوسط الاسعار			السنوات
			لمرحلة تجزئة - منتج		لمرحلة جملة - منتج		لمرحلة جملة - منتج		نصيب التجزئة	نصيب الجملة	نصيب المنتج	التجزئة	الجملة	المنتج	
			المطلق	النسبي	المطلق	النسبي	المطلق	النسبي							
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	٢٥.٢٣	٤١.٠٨	1078.60	715.20	443.13	المتوسط

المصدر: ١- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء، نشرة اسعار الجملة والتجزئة، اعداد مختلفة.

٢- موقع الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء [www.capmas.gov.eg](http://www.capmas.gov.eg)

٣- وزارة الزراعة واستصلاح الاراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، الادارة المركزية للاقتصاد الزراعي، نشرة الاسعار المزرعية، اعداد مختلفة

٤- وزارة الزراعة واستصلاح الاراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، الادارة المركزية للاقتصاد الزراعي، نشرة الاقتصاد المزرعية، اعداد مختلفة

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

الاسعار بالجنية للطن

الشهور	٢٠٠٥			٢٠٠٦			٢٠٠٧			٢٠٠٨			٢٠٠٩			متوسط الفترة (٢٠٠٥ - ٢٠٠٩)	
	سعر منتج جملة	سعر التجزئة	سعر منتج	سعر التجزئة	سعر منتج	سعر التجزئة	سعر منتج	سعر التجزئة	سعر منتج	سعر التجزئة	سعر منتج	سعر التجزئة	سعر منتج	سعر التجزئة	سعر جملة	سعر جملة	
يناير	390	691	1180	455	716	1211	515	790	1305	475	761	1282	736	1270	458	738.80	
فبراير	375	663	1184	440	678	1194	478	754	1268	458	745	1267	721	1255	433	712.20	
مارس	320	613	1109	385	643	1133	481	742	1271	399	690	1212	676	1200	385	672.80	
ابريل	480	780	1285	545	815	1288	489	758	1279	569	840	1372	836	1360	541	805.80	
مايو	451	762	1269	516	791	1290	524	812	1314	523	852	1343	809	1341	501	805.20	
يونيو	390	714	1201	455	743	1227	512	795	1302	469	737	1282	736	1279	448	745.00	
يوليو	466	794	1283	556	829	1334	564	849	1354	555	825	1368	825	1377	549	834.80	
اغسطس	531	865	1322	621	879	1403	550	839	1340	600	876	1423	876	1447	614	874.20	
سبتمبر	519	848	1311	577	855	1342	585	867	1375	591	891	1411	879	1392	570	868.00	
اكتوبر	512	813	1324	584	852	1359	517	798	1307	585	882	1404	875	1399	586	844.00	
نوفمبر	481	789	1279	496	767	1273	516	795	1306	550	854	1373	878	1280	478	798.40	
ديسمبر	425	740	1217	490	768	1249	485	753	1275	514	790	1319	781	1300	473	766.40	

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 العبور
- ٣ - بيانات اسعار الجملة والتجزئة على موقع الجهاز المركزي للتعينة العامة والإحصاء
- ٤ - الجهاز المركزي للتعينة العامة والإحصاء، نشرة اسعار الجملة والتجزئة ، اعداد مختلفة

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