



## مقدمة:

المناخ الشكلى والزمانية والمكانية من خلال عمليات التجميع والفرز والتدريج والتجهيز والتصنيع والتخزين وغيرها، والثاني توزيع السلع بين المشتريين والبائعين من خلال نظام التبادل حيث يتم استخدام عناصر الإنتاج والتسويق بالصورة التي يفضلها المستهلك.

### المشكلة البحثية:

تتعرض محاصيل الخضر والفاكهة في السنوات الأخيرة لتقلبات سريعة حادة في أسعارها مما انعكس أثره على كل من المنتج والمستهلك، فقد تبين وجود فروق سريعة كبيرة بين سعر المنتج وسعر التجزئة حيث يحصل المنتج الزراعي على حصة منخفضة مما يدفعه المستهلك للسلعة الزراعية التي ينتجها أما النسبة الأكبر فتذهب إلى الوسطاء والقائمين بالوظائف التسويقية<sup>(٤)</sup>، ومن ثم فإن مشكلة البحث تتحدد في زيادة تكاليف العمليات التسويقية وارتفاع أرباح الوسطاء مما يؤدي إلى ارتفاع السعر المدفوع من قبل المستهلك وإنخفاض المبالغ المستلمة من قبل المنتجين. وحيث أن كفاءة أداء الخدمات التسويقية عبر المراحل والمسالك التسويقية المختلفة تُعتبر من أهم العوامل المؤثرة على الاستقرار والتوسع الإنتاجي<sup>(١)</sup>، فمن خلال دراسة التقلبات الموسمية لأسعار وكميات أهم محاصيل الخضر والفاكهة الواردة لسوق الجملة بالنزهة يمكن التعرف على اتجاهات الأسعار المستقبلية مما يمكن المنتج من تعديل خطته وسياساته الإنتاجية والتسويقية لتحقيق أقصى عائد ممكن من المنتج<sup>(١)</sup>.

### الأهداف البحثية:

يستهدف البحث بصفة أساسية دراسة الكفاءة التسويقية لأهم محاصيل الخضر وهي البطاطس والطماطم، وأهم محاصيل الفاكهة وهي البرتقال والموز البلدي بسوق الجملة لتجارة الخضر والفاكهة بالنزهة في محافظة الإسكندرية خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠٢٠)، ويمكن التوصل إلى هذا الهدف من خلال دراسة مجموعة من الأهداف الفرعية والتي يمكن حصرها فيما يلي: (١) تطور المؤشرات الإنتاجية لمحاصيل البحث، (٢) كميات وأسعار محاصيل البحث المتداولة بسوق النزهة والتنبؤ بها حتى عام ٢٠٢٠، (٣) طبيعة التغيرات السريعة والكمية باستخدام الدليل الموسمي لمحاصيل البحث والتنبؤ بها حتى عام ٢٠٢٠، (٤) الهوامش التسويقية وتوزيع جنيته المستهلك لمحاصيل البحث، (٥) الكفاءة التسويقية لمحاصيل البحث.

### الأسلوب البحثي ومصادر البيانات:

اعتمد البحث في تحقيق أهدافه على استخدام كل من التحليل الاقتصادي الوصفي والكمي، حيث تم استخدام أسلوب التحليل الوصفي في وصف متغيرات البحث، واستخدام الأسلوب الكمي في تقدير الاتجاه العام من خلال أسلوب تحليل السلاسل الزمنية، وذلك للتنبؤ بالقيم المستقبلية، حيث يمكن التمييز بين أربع أنواع مكونات

تعد محاصيل الخضر والفاكهة من السلع الزراعية الهامة لكل من المنتج والمستهلك، وترجع أهميتها للمنتج في أنها تتميز بدورتها الإنتاجية الفصلية والموسمية وهي فترة قصيرة نسبياً تمكن المزارع من الاستفادة منها في تحقيق إيراد سريع نسبياً، أما بالنسبة للمستهلك فترجع أهميتها لارتفاع قيمتها الغذائية، فهي غنية بالأملاح والمعادن، كما تحتوي على كميات مناسبة من المواد النشوية والسكرية والفيتامينات، فضلاً على أنها تشكل جزءاً كبيراً من الإستهلاك الغذائي اليومي لمختلف فئات المستهلكين، ومن ثم فهناك طلب متزايد على هذه السلع مما جعل عملية إيصالها للمستهلك بأسعار مناسبة من العوامل الضرورية، واقتصر البحث على دراسة محصولي البطاطس والطماطم من محاصيل الخضر، ومحصولي البرتقال والموز البلدي من محاصيل الفاكهة، وذلك لارتفاع الأهمية النسبية لتلك المحاصيل، حيث تمثل المساحة المزروعة بكل من البطاطس والطماطم نحو ٢٠,٧٨%، ٢٦,١١% من المساحة المزروعة بالخضر عام ٢٠١٦، كما تمثل المساحة المزروعة بكل من البرتقال والموز البلدي نحو ٢١,٥٨%، ٥,٢٤% من المساحة المزروعة بالفاكهة عام ٢٠١٦<sup>(١٠)</sup>.

وتعتبر الكفاءة التسويقية أحد المعايير الاقتصادية الهامة المستخدمة في قياس أداء السوق، حيث أن رفع نسبتها يعتبر هدفاً شائعاً لكل من المسوقين والمستهلكين والمنتجين والمجتمع ككل، حيث يكون التسويق الأكثر كفاءة هو الأحسن أداءً والعكس<sup>(١)</sup>. وعلى هذا الأساس يمكن تعريف الكفاءة التسويقية بأنها تنظيم النسبة بين المدخلات والمخرجات، حيث تتمثل المدخلات في العوامل والعناصر المختلفة الداخلة في العمليات والأنشطة التسويقية، أما المخرجات فهي الإشباع أو الرضا المتوقع للمستهلك من السلع والخدمات التي دفع ثمنها<sup>(٨)</sup>. ويخدم النظام التسويقي غرضين أساسيين، الأول هو تحقيق

السلعة، ويظهر الهامش التسويقي إما في صورة مُطلقة مُعبراً عنه بوحدات نقدية معينة، أو في صورة نسبية حيث ينسب الهامش إلى سعر البيع للمستهلك النهائي، ويمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من الهوامش التسويقية وهي<sup>(١)</sup>:

(١) الهامش التسويقي بين مرحلتي المُنتج وتاجر الجملة (مُنتج-جملة)، ويُعبر عنه بالمعادلات الآتية:

الهوامش التسويقية بين تاجر الجملة والمُنتج (مطلق):  
سعر الجملة - سعر المُنتج.

الهوامش التسويقية بين تاجر الجملة والمُنتج (نسبي):  
(سعر الجملة - سعر المُنتج) ÷ (سعر الجملة) × ١٠٠.

(٢) الهامش التسويقي بين مرحلتي تاجر الجملة وتاجر التجزئة (جملة-تجزئة)، ويُعبر عنه بالمعادلات الآتية:

الهوامش التسويقية بين تاجر التجزئة و تاجر الجملة (مطلق):  
سعر التجزئة - سعر الجملة.

الهوامش التسويقية بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة (نسبي):  
(سعر التجزئة - سعر الجملة) ÷ (سعر التجزئة) × ١٠٠.

(٣) الهوامش التسويقية بين مرحلتي المُنتج وتاجر التجزئة (مُنتج-تجزئة)، ويُعبر عنه بالمعادلات الآتية:

الهوامش التسويقية بين تاجر التجزئة والمُنتج (مطلق) =  
سعر التجزئة - سعر المُنتج.

الهوامش التسويقية بين تاجر التجزئة والمُنتج (نسبي) =  
(سعر التجزئة - سعر المُنتج) ÷ (سعر التجزئة) × ١٠٠.

توزيع جنيته المستهلك **The Break Down of Consumer Pound**: وهو يعني توزيع ما قيمته جنيته واحد دفعه المستهلك بين المُنتج (المزارع) والجهات التسويقية المختلفة المعنيه بتسويق السلعة، ويُعبر عنه بالمعادلات الآتية<sup>(٢)</sup>:

نصيب المُنتج = (سعر المُنتج ÷ سعر التجزئة) × ١٠٠.

نصيب تاجر الجملة = (سعر الجملة - سعر المُنتج) ÷ سعر التجزئة × ١٠٠.

نصيب تاجر التجزئة = (سعر التجزئة - سعر الجملة) ÷ سعر التجزئة × ١٠٠.

نصيب الوسيط = نصيب تاجر الجملة + نصيب تاجر التجزئة.

الكفاءة التسويقية **Marketing Efficiency**: يعتمد على حسابها على كل من تكاليف التسويق وتكاليف الإنتاج، على أساس أن تدنية التكاليف التسويقية تؤدي إلى معظمة الكفاءة، ويتم حسابها باستخدام المعادلة التالية<sup>(٣)</sup>:

الكفاءة التسويقية = ١٠٠ - [الهوامش التسويقية (بين المُنتج وتاجر التجزئة) ÷ (الهوامش التسويقية (بين المُنتج وتاجر التجزئة) + التكاليف الإنتاجية)] × ١٠٠.

وهناك طرق أخرى لقياس الكفاءة التسويقية أهمها:

للسلسلة الزمنية: (١) الإتجاه العام Trend، (٢) التغيرات الموسمية Seasonal Variation، (٣) التغيرات الدورية Cyclical Variation، (٤) التغيرات العشوائية Irregular Variation، وتعتمد طريقة التفكيك المضاعف Decomposition Method على تجزئة السلسلة الزمنية إلى مكوناتها بطريقتين: الأولى تسمى النموذج الجمعي Additive Method، وهو يفترض أن قيمة الظاهرة عند أي نقطة زمنية عبارة عن حاصل جمع المركبات الأربعة، وهو يُستخدم في الحالات التي نفرض فيها أن المركبات مستقل بعضها عن بعض بمعنى أن حدوث إحداها لا يؤثر في حدوث المركبات الأخرى، أما الثانية فتسمى النموذج الضربي Multiplicative Method، وهو يفترض أن قيمة الظاهرة عند أي نقطة زمنية عبارة عن حاصل ضرب المركبات الأربعة، وهو يُستخدم في الحالات التي يمكن أن نفرض فيها أن المركبات الأربعة يؤثر بعضها في بعض على الرغم من أن مصادر حدوثها مختلفة وهي الأكثر شيوعاً<sup>(٤)</sup>. ويمكن التعبير عنها بالمعادلة الآتية:

$$Y_t = T_t \cdot S_t \cdot C_t \cdot R_t$$

حيث أن:

$Y_t$  تمثل قيمة الظاهرة وتشير قيمة  $(t)$  إلى الزمن  $(1,2,3,\dots,n)$ ،  $T_t$  التغيرات الإتجاهية في الزمن  $(t)$ ،  $S_t$  التغيرات الموسمية في الزمن  $(t)$ ،  $C_t$  التغيرات الدورية في الزمن  $(t)$ ،  $R_t$  التغيرات العشوائية في الزمن  $(t)$ .

وقد تم إستبعاد تغيرات الإتجاه العام والتغيرات الدورية والعشوائية حتى يُمكن التعرف على تأثير التغيرات الموسمية مُنفردة وذلك لتقدير دليل التقلبات الموسمية Seasonal index لأسعار وكميات محاصيل الدراسة خلال فترة البحث من خلال تقدير المعادلة الآتية:

$$S_i = (m_i / \sum m_i)(m)(100)$$

حيث أن:

$S_i$  دليل التغيرات الموسمية،  $m_i$  النسب الموسمية للموسم  $(i)$ ،  $m$  عدد المواسم وتكون معادلة التنبؤ على الصورة التالية:

$$F_{t+m} = (Y)(S_i)/(100)$$

حيث أن:

$F_{t+m}$  القيمة التنبؤية للظاهرة خلال الفترة  $t+m$ ،  $Y$  القيمة المقدرة للظاهرة من معادلة الإتجاه العام.

كما تم دراسة الهوامش التسويقية وتوزيع جنيته المستهلك بين المنتج وكل من تاجر الجملة والتجزئة، للوقوف على نصيب كل منهم ومن ثم التعرف على نصيب الوسيط في العملية التسويقية، فضلاً عن دراسة الكفاءة التسويقية للوقوف على مدى كفاءة أداء الوظائف التسويقية عندما تتحرك المنتجات الزراعية عبر المسلك التسويقي من المُنتجين إلى المُستهلكين، حيث أن:

الهوامش التسويقية **Marketing Margins**:

وهو يمثل الفرق بين السعر الذي يحصل عليه المُنتج والسعر الذي يدفعه المُستهلك النهائي لكمية معينة من

أقصى بلغ حوالي ٥٩٩,٦ ألف فدان عام ٢٠٠٩، وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام تبين معنوية الزيادة السنوية حيث بلغت حوالي ٤,٥٦ ألف فدان، بمعدل نمو قدر بنحو ٠,٩% من المتوسط والبالغ حوالي ٥٠٧,٣ ألف فدان، كما تراوح إنتاج الطماطم بين حد أدنى بلغ حوالي ٦,٦٨ مليون طن عام ٢٠٠١ وحد أقصى بلغ حوالي ١٠,٢٨ مليون طن عام ٢٠٠٩، وثبت معنوية الزيادة السنوية حيث بلغت حوالي ١٢٣,٧٦ ألف طن، بمعدل نمو سنوي قدر بنحو ١,٥% من المتوسط والبالغ حوالي ٨,٢٥ مليون طن خلال فترة البحث. كما قدر معدل التناقص السنوي لكل من الأهمية النسبية لمساحة الطماطم بالنسبة لمساحة الخضر والأهمية النسبية لإنتاج الطماطم بالنسبة لإنتاج الخضر بنحو ٠,٨%، ٠,٧% على الترتيب خلال فترة البحث.

ويدراسة المساحة المثمرة من محصول البرتقال تبين أنها تراوحت بين حد أدنى بلغ حوالي ١٣١,٥ ألف فدان عام ٢٠١١ وحد أقصى بلغ حوالي ٣٠٩,٩ ألف فدان عام ٢٠١٦، وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لم تثبت معنوية التقدير، كما تبين أن إنتاج البرتقال تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ١,١٤ مليون طن عام ٢٠١١ وحد أقصى بلغ حوالي ٣,٤٧ مليون طن عام ٢٠١٦، وثبت معنوية الزيادة السنوية حيث قدرت بحوالي ٩٧,٨٦ ألف طن، بمعدل نمو سنوي قدر بنحو ٤,٣% من المتوسط البالغ حوالي ٢,٢٨ مليون طن، ولم تثبت معنوية التقدير لكل من الأهمية النسبية لمساحة البرتقال المثمرة بالنسبة للمساحة المثمرة لمحاصيل الفاكهة والأهمية النسبية لإنتاج البرتقال بالنسبة لإنتاج محاصيل الفاكهة خلال فترة البحث.

كما تبين أن المساحة المثمرة من محصول الموز البلدي تراوحت بين حد أدنى بلغ حوالي ٣٤,٩٢ ألف فدان عام ٢٠٠٠ وحد أقصى ٧٨,٢٧ ألف فدان عام ٢٠١٥، وثبت معنوية الزيادة السنوية حيث بلغت حوالي ١,٨١ ألف فدان، بمعدل نمو سنوي قدر بنحو ٣,٢% من المتوسط البالغ حوالي ٥٦,٤٥ ألف فدان، كما تراوح إنتاج الموز البلدي بين حد أدنى بلغ حوالي ٤٧٣,٧ ألف طن عام ٢٠٠١ وحد أقصى بلغ حوالي ١,٣٩ مليون طن عام ٢٠١٦، وثبتت معنوية الزيادة السنوية حيث بلغت حوالي ٣٨,٢ ألف طن، بمعدل نمو سنوي قدر بنحو ٣,٩% من المتوسط البالغ حوالي ٩٧٩,٥ ألف طن، ولم تثبت معنوية التقدير لكل من الأهمية النسبية لمساحة الموز البلدي بالنسبة لمساحة الفاكهة والأهمية النسبية لإنتاج الموز البلدي بالنسبة لإنتاج الفاكهة خلال فترة البحث.

الكفاءة التسويقية = ١٠٠ - [جملة التكاليف التسويقية ÷ (التكاليف التسويقية + التكاليف الإنتاجية)] × ١٠٠.  
الكفاءة التسويقية = ١٠٠ - (التكاليف الإنتاجية والتسويقية ÷ القيمة الكلية للسلعة المسوقة) × ١٠٠.

وقد اعتمد البحث في تحقيق أهدافه على البيانات الصادرة من نشرات الاقتصاد الزراعي ونشرات الإحصاءات الزراعية والتي يصدرها قطاع الشؤون الاقتصادية التابع للإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي بوزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، إلى جانب سجلات إدارة الإحصاء بسوق الجملة لتجارة الخضر والفاكهة بالنزهة في محافظة الإسكندرية، بالإضافة إلى النشرة الشهرية لأسعار المستهلك لأهم السلع الغذائية والتي يصدرها الجهاز المركزي للتعينة العامة والإحصاء، فضلاً عن الموقع الإلكتروني لمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء.

#### النتائج البحثية ومناقشتها

أولاً: تطور المؤشرات الإنتاجية لمحاصيل البطاطس والبطاطم والواردة بجدول رقم (١) ومحاصيل البرتقال والموز البلدي والواردة بجدول رقم (٢) خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١٦) والتحليل الإحصائي لها بجدول رقم (٣) تبين ما يلي:

تراوحت المساحة المزروعة بالبطاطس بين حد أدنى بلغ حوالي ١٧٨,٧ ألف فدان عام ٢٠٠٠ وحد أقصى بلغ حوالي ٤٢٦,٥ ألف فدان عام ٢٠١٥، وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام تبين معنوية الزيادة السنوية للمساحة المزروعة حيث قدرت بحوالي ١٨,٢ ألف فدان، تمثل نحو ٥,٩% من المتوسط والبالغ حوالي ٣٠٨,٥ ألف فدان خلال فترة البحث، كما تبين أن الإنتاج تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ١,٧٦ مليون طن عام ٢٠٠٠ وحد أقصى بلغ حوالي ٤,٧٦ مليون طن عام ٢٠١٢، وتبين معنوية الزيادة السنوية للإنتاج حيث بلغت حوالي ٢١٩,٧١ ألف طن، تمثل نحو ٦,٦% من المتوسط البالغ حوالي ٣,٣٣ مليون طن خلال فترة البحث، كما قدر معدل النمو السنوي لكل من الأهمية النسبية لمساحة البطاطس بالنسبة لمساحة الخضر والأهمية النسبية لإنتاج البطاطس بالنسبة لإنتاج الخضر بنحو ٤,٣% خلال فترة البحث.

كما تبين أن المساحة المزروعة بالبطاطم تراوحت بين حد أدنى بلغ حوالي ٤٤٣,٣ ألف فدان عام ٢٠٠١ وحد

جدول رقم (١): تطور مساحة وإنتاج أهم محاصيل الخضر وأهميتها النسبية خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١٦)

الخضر		الطماطم		البطاطس		السنة
الإنتاج مليون طن	المساحة مليون فدان	الإنتاج ألف طن	المساحة ألف فدان	الإنتاج	المساحة	

**The marketing efficiency of the most important vegetable and fruit .....**

		%	%			%	%			
١٦,١٤	١,٥٦	٤٢,٠٥	٢٩,٧٩	٦٧٨٥,٦	٤٦٥,٢	١٠,٩٤	١١,٤٥	١٧٦٤,٩	١٧٨,٧	٢٠٠٠
١٥,٤٠	١,٤٩	٤٣,٣٦	٢٩,٨٢	٦٦٧٨,٧	٤٤٣,٣	١٢,٣٦	١٢,٧٦	١٩٠٣,١	١٨٩,٨	٢٠٠١
١٦,٣٨	١,٥٨	٤١,٣٧	٢٨,٨٥	٦٧٧٧,٨	٤٥٤,٩	١٢,١٢	١٢,٤٧	١٩٨٥,٣	١٩٦,٦	٢٠٠٢
١٧,٥٢	١,٦٩	٤٠,٧٦	٢٧,١٧	٧١٤٠,٢	٤٥٩,٣	١١,٦٤	١١,٦٧	٢٠٣٩,٤	١٩٧,٣	٢٠٠٣
١٨,٠٩	١,٦٥	٤٢,٢٢	٢٨,١٣	٧٦٤٠,٨	٤٦٤,٥	١٤,٠٧	١٥,٠٢	٢٥٤٦,٦	٢٤٨,٤	٢٠٠٤
٢٠,٣١	١,٨٠	٤١,٣١	٢٧,٤٥	٨٣٩١,٢	٤٩٥,٤	١٥,٥٩	١٦,٦٦	٣١٦٧,٤	٣٠٠,٧	٢٠٠٥
٢٠,٢٧	١,٧٩	٤٢,٣١	٢٩,٢٩	٨٥٧٦,١	٥٢٤,١	١١,٤١	١٢,٣١	٢٣١٢,٨	٢٢٠,٢	٢٠٠٦
٢٠,٨٥	١,٨٧	٤١,٤٣	٢٨,٦٩	٨٦٣٩,٠	٥٣٧,٢	١٣,٢٤	١٣,٧٣	٢٧٦٠,٥	٢٥٧,٠	٢٠٠٧
٢١,٥٠	١,٩٢	٤٢,٨١	٢٩,٨٦	٩٢٠٤,١	٥٧١,٨	١٦,٥٩	١٧,٠٩	٣٥٦٧,١	٣٢٧,٤	٢٠٠٨
٢٣,١٤	١,٩٦	٤٤,٤٢	٣٠,٥٤	١٠٢٧٨,٥	٥٩٩,٦	١٥,٨١	١٦,٧٩	٣٦٥٩,٣	٣٢٩,٧	٢٠٠٩
٢٠,٩٥	١,٨٨	٤٦,٦٣	٢٩,١٧	٩٧٦٨,٦	٥٤٩,٠	١٩,٨١	١٩,١٤	٤١٤٨,٩	٣٦٠,٣	٢٠١٠
٢١,١٤	١,٩١	٣٨,١٠	٢٦,٤٤	٨٠٥٣,٧	٥٠٥,٨	٢٠,٥٣	٢٠,٤٣	٤٣٣٨,٤	٣٩٠,٨	٢٠١١
٢٢,٤٧	١,٩٤	٣٨,١٤	٢٦,٥٢	٨٥٧١,١	٥١٥,٢	٢١,١٧	٢١,٧١	٤٧٥٨,٠	٤٢١,٨	٢٠١٢
٢٠,٦٩	١,٩٥	٤٠,٩٥	٢٦,١٠	٨٤٧٦,١	٥٠٨,٩	٢٠,٦١	١٩,٥٦	٤٢٦٥,٢	٣٨١,٤	٢٠١٣
٢١,٦٩	١,٩٤	٣٨,١٠	٢٦,٣٢	٨٢٦٤,٥	٥٠٩,٦	٢١,٢٦	٢١,١٥	٤٦١١,١	٤٠٩,٥	٢٠١٤
٢٢,٣٥	١,٩٤	٣٨,٣٢	٢٥,٦٨	٨٥٦٤,٤	٥٠٦,٧	٢٠,٠٧	٢١,٦١	٤٤٨٥,٧	٤٢٦,٥	٢٠١٥
٢٢,٨٢	١,٩٧	٣٧,٠٥	٢٦,١١	٨٤٥٦,٧	٥١٣,٤	١٨,٧٥	٢٠,٧٨	٤٢٨٧,٦	٤٠٨,٨	٢٠١٦
٢٠,١٠	١,٩٧	٤١,١٤	٢٧,٩٩	٨٢٥١,٠	٥٠٧,٣	١٦,٢٣	١٦,٧٣	٣٣٢٨,٩	٣٠٨,٥	المتوسط

المصدر: جمعت وحسبت من:

وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي، نشرة الاقتصاد الزراعي، أعداد متفرقة.

جدول رقم (٢): تطور مساحة وإنتاج أهم محاصيل الفاكهة وأهميتها النسبية خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠)

الفاكهة		الموز البلدي				البرتقال				السنة
الإنتاج	المساحة المثمرة مليون فدان	الأهمية النسبية		الإنتاج ألف طن	المساحة المثمرة ألف فدان	الأهمية النسبية		الإنتاج ألف طن	المساحة المثمرة ألف فدان	
		الإنتاج %	المساحة %			الإنتاج %	المساحة %			
٦,١٥	٠,٨٩	١٢,٣٧	٣,٩٠	٧٦٠,٥	٣٤,٩٢	٢٦,٢١	٢٣,٣٤	١٦١٠,٥	٢٠٨,٧	٢٠٠٠
٦,٤١	٠,٩١	٧,٣٩	٥,٩٨	٤٧٣,٧	٥٤,٤٤	٢٦,٤٦	٢١,٨٦	١٦٩٦,٣	١٩٩,٠	٢٠٠١
٦,٩٠	٠,٩٣	١٢,٧١	٥,٤١	٨٧٧,٦	٥٠,٢٩	٢٦,٢٠	٢٢,٦٣	١٨٠٨,٦	٢١٠,٣	٢٠٠٢
٦,٧٥	٠,٩٣	١٢,٨٩	٥,٤٣	٨٧٠,٩	٥٠,٧١	٢٦,١٧	٢١,١٨	١٧٦٧,٧	١٩٧,٧	٢٠٠٣
٧,٢٦	٠,٩٦	١٢,٠٥	٥,٢٨	٨٧٥,١	٥٠,٦٢	٢٥,٤٧	٢٠,٦٦	١٨٥٠,٥	١٩٨,١	٢٠٠٤
٧,٧٩	١,٠١	١١,٨٤	٥,٠٨	٩٢٢,٦	٥١,٣٠	٢٤,٨٩	١٩,٩٢	١٩٤٠,٤	٢٠١,٢	٢٠٠٥
٨,٥٠	١,٠٤	١٠,٠٦	٤,٥٢	٨٥٥,١	٤٧,٣٤	٢٤,٩٣	١٩,٩٧	٢١٢٠,٠	٢٠٩,١	٢٠٠٦
٨,٤٦	١,٠٧	١١,١٧	٤,٨٢	٩٤٥,٤	٥١,٣٦	٢٤,٢٨	١٩,٩٥	٢٠٥٤,٦	٢١٢,٧	٢٠٠٧
٨,٦٣	١,١١	١٢,٣١	٥,١٠	١٠٦٢,٤	٥٦,٥١	٢٤,٧٨	٢٠,٠٦	٢١٣٨,٤	٢٢٢,٢	٢٠٠٨
٨,٨٠	١,١٣	١٢,٧٣	٥,٠٦	١١٢٠,٥	٥٧,٠١	٢٦,٩٥	٢٠,٨٣	٢٣٧٢,٢	٢٣٤,٥	٢٠٠٩
٨,٣٧	١,١٤	١٢,٢٩	٤,٧٣	١٠٢٨,٩	٥٣,٩٦	٢٨,٦٨	١٤,٩٦	٢٤٠١,٠	١٧٠,٦	٢٠١٠
٨,٧٥	١,١٧	٦,٣٤	٤,٧٦	٥٥٤,٢	٥٥,٩٤	١٢,٩٩	١١,١٩	١١٣٦,٤	١٣١,٥	٢٠١١

٨,٧٥	١,١٩	١٢,٩١	٤,٩٩	١١٢٩,٨	٥٩,٦٩	٣١,٨٥	١١,٨٣	٢٧٨٦,٤	١٤١,٣	٢٠١٢
٩,٥٢	١,٢٢	١٢,٤٤	٥,٢٦	١١٨٣,٧	٦٤,٣٣	٣١,٨١	٢٠,١٠	٣٠٢٧,٧	٢٤٥,٤	٢٠١٣
١٠,٥٣	١,٣١	١٢,١٩	٤,٩٩	١٢٨٣,٦	٦٥,٥١	٢٩,٧٩	٢٢,٩٦	٣١٣٥,٩	٣٠٠,٩	٢٠١٤
١٣,٤٦	١,٣٣	٩,٧٢	٥,٨٤	١٣٠٨,١	٧٨,٢٧	٢٥,٠٩	٢٣,١٥	٣٣٧٧,٧	٣٠٠,٩	٢٠١٥
١٤,٨٨	١,٤٨	٩,٤١	٥,٢٤	١٣٩٩,٦	٧٧,٣٦	٢٣,٢٩	٢١,٥٨	٣٤٦٥,٧	٣٠٩,٩	٢٠١٦
٨,٨٢	١,١١	١١,٢٣	٥,٠٨	٩٧٩,٥	٥٦,٤٥	٢٥,٨٧	١٩,٧٨	٢٢٧٥,٩	٣١٨,٨	المتوسط

المصدر: جمعت وحسبت من:

وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي، نشرة الاقتصاد الزراعي، أعداد متفرقة. جدول رقم (٣): معادلات الإتجاه الزمني للمؤشرات الإنتاجية لمحاصيل البحث خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٠٠)

المحصول	البيان	المعادلة	ر	ف	معدل النمو
البطاطس	المساحة	لوص <sup>ا</sup> = ٥,١٦ + ٠,٠٥٩ س	٠,٨٩	**١٢٨,٦٣	٥,٩
	الإنتاج	لوص <sup>ا</sup> = ٧,٤٦ + ٠,٠٦٦ س	٠,٨٧	**١٠٩,٤٢	٦,٦
	الأهمية النسبية للمساحة	لوص <sup>ا</sup> = ٢,٤١ + ٠,٠٤٣ س		**٧٦,٥٧	٤,٣
	الأهمية النسبية للإنتاج	لوص <sup>ا</sup> = ٢,٣٧ + ٠,٠٤٣ س	٠,٧٩	**٥٨,١٧	٤,٣
الطماطم	المساحة	لوص <sup>ا</sup> = ٦,١٥ + ٠,٠٠٩ س	٠,٢٩	**٦,١٧	٠,٩
	الإنتاج	لوص <sup>ا</sup> = ٨,٨٧ + ٠,٠١٥ س	٠,٤٠	**٩,٩٩	١,٥
	الأهمية النسبية للمساحة	لوص <sup>ا</sup> = ٣,٤٠ - ٠,٠٠٨ س	٠,٤٦	**١٢,٥٣	(٠,٨)
	الأهمية النسبية للإنتاج	لوص <sup>ا</sup> = ٣,٧٧ - ٠,٠٠٧ س	٠,٢٩	**٦,٣٦	(٠,٧)
البرتقال	المساحة	غير معنوي			
	الإنتاج	لوص <sup>ا</sup> = ٧,٣١ + ٠,٠٤٣ س	٠,٥٢	**١٦,١٥	٤,٣
	الأهمية النسبية للمساحة	غير معنوي			
الموز البلدي	المساحة	لوص <sup>ا</sup> = ٣,٧٣ + ٠,٠٣٢ س	٠,٧٣	**٤٠,٧٢	٣,٢
	الإنتاج	لوص <sup>ا</sup> = ٦,٥٠ + ٠,٠٣٩ س	٠,٤٦	**١٣,٠١	٣,٩
	الأهمية النسبية للمساحة	غير معنوي			
الأهمية النسبية للإنتاج	غير معنوي				

\*\*معنوية عند المستوي الإحصائي ١% \*معنوية عند المستوي الإحصائي ٥%

الأرقام بين الأقواس سالبة.

المصدر: جمعت وحسبت من تحليل البيانات الواردة بجدول ارقام (١, ٢) بالبحث.

معادلة الإتجاه الزمني العام تبين معنوية الزيادة السنوية حيث قدرت بحوالي ١٣٥,٧١ جنيه للطن بمعدل نمو سنوي قدر بنحو ٩,٢% من متوسط الفترة والبالغ حوالي ١,٤٨ ألف جنيه للطن. كما تراوحت الكمية الموردة من البطاطس لسوق النزهة بين حد أدنى بلغ حوالي ٢,٩٦ ألف طن عام ٢٠٠٩ وحد أقصى بلغ حوالي ١٩,١٨ ألف طن عام ٢٠٠٤، وقد تبين معنوية التناقص السنوي حيث قدرت بحوالي ٢٤٦,٩٦ طن بمعدل تناقص سنوي قدر بنحو

ثانياً: أسعار وكميات محاصيل البحث الموردة إلى سوق النزهة

بدراسة أسعار وكميات محاصيل البحث الموردة إلى سوق النزهة خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠٠٠) والواردة بجدول رقم (٤) والتحليل الإحصائي لها الواردة بجدول رقم (٥) تبين ما يلي:

تراوح سعر الجملة لمحصول البطاطس بين حد أدنى بلغ حوالي ٤٨٣,٣٣ جنيه للطن عام ٢٠٠١ وحد أقصى بلغ حوالي ٢,٥٣ ألف جنيه للطن عام ٢٠١٣، وتقدر

**The marketing efficiency of the most important vegetable and fruit .....**

٤,٧% من متوسط الفترة والبالغ حوالي ٥,٢٥ ألف طن خلال فترة البحث.

جدول رقم (٤): أسعار وكميات محاصيل البحث الموردة لسوق النزهة خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠٠٠)

السنوات	البطاطس		الطماطم		البرتقال		الموز البلدي	
	الكمية طن	السعر جنيهه/طن	الكمية طن	السعر جنيهه/طن	الكمية طن	السعر جنيهه/طن	الكمية طن	السعر جنيهه/طن
٢٠٠٠	٣٧٧٧,٣٦	٥٩٥,٨٣	٧٩٥٩,٣٧	٥٢٥,٠٠	٤٠٣٤,٠١	٧٩٥,٨٨	٤٧٣٤,٤٠	١٦٣٣,٣٣
٢٠٠١	٩٢٥٣,٩٢	٤٨٣,٣٣	٤٦٩٤,٣٥	٦٥٠,٠٠	٣١٦٦,٦٨	٧٨٠,٠٦	٤٦١٥,٢١	١٤٥٨,٣٣
٢٠٠٢	٨٦٤٣,٥٣	٥٩٢,٩١	١٤٢٩,٣٤	٦٤٥,٨٣	٣٦٢٠,٩١	٦٧٢,٩٢	٣٤٨٨,٨٨	١٤٣١,٣٥
٢٠٠٣	٥٠٧٠,٤٨	٩٧٥,٠٠	١٢٠٨,١٨	٧٤٧,٥٠	٢٦٢٥,٥٥	٧٤٣,٧٥	٧٨٦٩,٧٦	١٦٣٧,٥٠
٢٠٠٤	١٩١٨٣,٥٣	٨٥٩,٥٨	٧٣٣٧,٤١	٧٢٠,٨٣	٢٣٧٦,٢٠	١٠٦٨,٧٥	٨١١٩,٤٤	١٥٠٦,٢٠
٢٠٠٥	٦٨٦١,٦٩	٧٦٨,٧٥	١٠٦٩,٠٩	٦٢٠,٨٣	٢١٤٦,١٤	١٠٥٠,٠٠	١٠٥١٣,٦٢	١٨٧٢,٩٢
٢٠٠٦	٣٣٢٤,٢٧	١٠٥٦,٢٥	٧٥٠٨,٩٢	٩٥٢,٠٨	٣٨١٢,٤٢	١٠٩٣,٧٥	٣١٠٩,٣٧	١٦٥٤,١٧
٢٠٠٧	٣٠١٣,٧٨	١٣٢٧,٠٨	٥٦٠٩,٣٢	٨١٤,٥٨	٣٧٨٨,٦٤	١٨٢٢,٩٢	٢٥١٦,٣١	٢٣٧٩,١٧
٢٠٠٨	٣٣٠٥,٨٩	١٣٢٠,٨٣	٦١٨٨,٢٤	١١٧٠,٨٣	٣٥٧٠,٣٢	١٥٠٨,٣٣	٣٦١٥,٥٩	٢٤٢٩,١٧
٢٠٠٩	٢٩٦٠,٧٣	١٣٤٩,٥٨	١٥٧١٦,٤٥	٨٩٣,٧٥	٣٤٣٤,٩٣	٢٠٠٤,١٧	٣٩٦٣,٠٦	٢٦٢٥,٠٠
٢٠١٠	٣٣٤٢,٥٨	٢٠٩٣,٧٥	٥٢٢٢,٦٥	١٣٤١,٦٧	٢٦٠٧,٦٢	٢٣٠٨,٣٣	٣٦٨٥,٨٧	٣١٦٧,٩٢
٢٠١١	٣٦٢٨,٢٥	٢٤٢٧,٠٨	٥٠٥٤,٢٦	١٦٣٢,٥٠	٢٤٣٧,٦٢	٢٢٨٦,٢٥	٣٤٢٢,٤٦	٣٨١٩,٥٨
٢٠١٢	٣٦٨٢,٧٨	١٧٦٦,٦٧	١٣٤٥٩,٠٢	٢١١٢,٥٠	٢٥٠٣,٥٧	٢١٤٥,٨٣	٣٤٧١,٢٥	٤٠١٠,٤١
٢٠١٣	٣٠٨٣,٧٨	٢٥٢٥,٠٠	٢٣٧١٦,٠٠	١٦٩٥,٨٣	٣٦٣٨,٤٣	٢٦٨٣,٣٣	٣٣٣٠,١٧	٣٩٢٠,٤٢
٢٠١٤	٣٠٢٨,٠١	١٩٩٥,٨٣	٤٢١٤,٢٩	١٨١٢,٥٠	٤١٦١,٧٥	١٧٧٢,٩٢	٣٤٩٨,٨٤	٤٢٢٩,١٧
٢٠١٥	٤٠٤٤,٢٧	١٤٥٠,٠٠	٤٦٩٧,١١	٢١٤٣,٧٥	٣٥٦١,٥٤	٢٠٠٦,٢٥	٣٦٧١,٠٠	٥٠٣١,٢٥
٢٠١٦	٣٧٨٨,٦٧	٢٤٦٤,٥٨	٤٧٤١,٨٧	١٧١٤,٥٨	٣٩٨٢,٨٩	٢١٨٩,٥٨	٣٧٤٦,١٠	٩٥٤١,٦٧
٢٠١٧	٤٥٨٨,٦٧	٢٥٠٠,٠٠	٤٥٨٨,٧٨	٢١٥٠,٠٠	٤١٧٦,٦٧	٢٥٠٠,٠٠	٣٧٩٨,٨٩	٩٧٥٦,٥١
المتوسط	٥٢٥٤,٥٧	١٤٧٥,١١	٦٩١١,٩٢	٢١٤١,٣٦	٣٣١٣,٦٦	١٦٣٥,١٧	٤٥٠٩,٤٦	٣٤٥٠,٢٣

المصدر: جمعت وحسبت من: سوق النزهة بالإسكندرية، إدارة الإحصاء، البيانات الشهرية الخاصة بأسعار وكميات الخضار والفاكهة.

جدول رقم (٥): معادلات الاتجاه الزمني لأسعار وكميات محاصيل البحث الموردة لسوق النزهة خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠٠٠)

المحصول	البيان	المعادلة	ر <sup>٢</sup>	ف	معدل النمو
البطاطس	السعر	لوص <sup>ا</sup> = ٦,٢٩٣ + ٠,٠٩٢ س <sup>ا</sup>	٠,٨٣	**٧٨,٥٦	٩,٢
	الكمية	لوص <sup>ا</sup> = ٨,٨٦٢ - ٠,٠٤٧ س <sup>ا</sup>	٠,٢٥	**٥,٣٧	(٤,٧)
الطماطم	السعر	لوص <sup>ا</sup> = ٦,١٩ + ٠,٠٨٧ س <sup>ا</sup>	٠,٨٩	**١٣٨,٠١	٨,٧
	الكمية	غير معنوي			
البرتقال	السعر	لوص <sup>ا</sup> = ٦,٥٥ + ٠,٠٧٩ س <sup>ا</sup>	٠,٨٠	**٦٥,٥٨	٧,٩
	الكمية	غير معنوي			
الموز البلدي	السعر	لوص <sup>ا</sup> = ٦,٩٣ + ٠,١٠٨ س <sup>ا</sup>	٠,٨٩	**١٤٣,١٣	١٠,٨
	الكمية	غير معنوي			

\*\*معنوية عند المستوي الإحصائي ١% \*معنوية عند المستوي الإحصائي ٥%

الزيادة السنوية بحوالي ٣٧٢,٦٢ جنيه للطن بمعدل نمو سنوي قدر بنحو ١٠,٨% من المتوسط البالغ حوالي ٣,٤٥ ألف جنيه للطن، كما تبين أن الكمية الموردة لسوق النزهة من الموز البلدي تراوحت بين حد أدنى بلغ حوالي ٢,٥٢ ألف طن عام ٢٠٠٧ وحد أقصى بلغ حوالي ١٠,٥١ ألف طن عام ٢٠٠٥، بمتوسط قدر بحوالي ٤,٥١ ألف طن، ولم تثبت معنوية معادلة الإتجاه الزمني العام خلال فترة البحث.

ثالثاً: طبيعة التغيرات السعرية والكمية باستخدام الدليل الموسمي لمحاصيل البحث والتنبؤ بها حتى عام ٢٠٢٠

(١) الدليل الموسمي لأسعار وكميات محاصيل البحث خلال الفترة (٢٠١٠-٢٠١٧):

باستعراض الدليل الموسمي لأسعار وكميات محاصيل البحث الموردة لسوق النزهة بالأسكندرية والواردة بجدول رقم (٦) تبين ما يلي:

إنخفاض السعر عن المتوسط لمحصول البطاطس خلال شهور يناير، فبراير، مارس، أبريل، مايو، يونيو، أغسطس، أكتوبر، حيث بلغت حدها الأدنى شهر فبراير بنحو ٦٠,٦٠% من المتوسط، في حين ارتفعت عن المتوسط خلال باقي الشهور لتبلغ أقصى قيمة شهر نوفمبر بنحو ٢١٨,٥٩% من المتوسط، كما تبين بدراسة الدليل الموسمي لكميات محصول البطاطس إنخفاض الكميات عن المتوسط خلال شهور مايو، يونيو، يوليو، أغسطس، أكتوبر، نوفمبر حيث بلغت حدها الأدنى شهر مايو بنحو ٦٥,٨٣% من المتوسط، بينما إرتفعت عن المتوسط خلال شهور يناير، فبراير، مارس، أبريل، سبتمبر، ديسمبر حيث بلغت حدها الأقصى شهر أبريل بنحو ١٤٢,٥٩% من المتوسط.

كما تراوح سعر الجملة لمحصول الطماطم بين حد أدنى بلغ حوالي ٥٢٥ جنيه للطن عام ٢٠٠٠ وحد أقصى بلغ حوالي ٢,١٥ ألف جنيه للطن عام ٢٠١٧، وتبين معنوية الزيادة السنوية حيث قدرت بحوالي ١٨٦,٢٩ جنيه للطن بمعدل نمو سنوي قدر بنحو ٨,٧% من متوسط الفترة والبالغ حوالي ٢,١٤ ألف جنيه للطن خلال فترة البحث، وقد تراوحت الكمية الموردة لسوق الجملة من محصول الطماطم بين حد أدنى بلغ حوالي ١,٠٧ ألف طن عام ٢٠٠٥ وحد أقصى بلغ حوالي ٢٣,٧٢ ألف طن عام ٢٠١٣، بمتوسط قدر بحوالي ٦,٩١ ألف طن، وبدراسة معادلة الإتجاه الزمني العام لم تثبت معنوية التقدير خلال فترة البحث.

وبدراسة سعر الجملة لمحصول البرتقال البلدي تبين أنه تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ٦٧٢,٩٢ جنيه للطن عام ٢٠٠٢ وحد أقصى بلغ حوالي ٢,٦٨ ألف جنيه للطن عام ٢٠١٣، وتبين معنوية الزيادة السنوية حيث قدرت بحوالي ١٢٩,١٨ جنيه للطن بمعدل نمو سنوي قدر بنحو ٧,٩% من المتوسط والبالغ حوالي ١,٦٤ ألف جنيه للطن خلال فترة الدراسة، كما تبين تراوح الكمية الموردة من البرتقال لسوق النزهة بين حد أدنى قدر بحوالي ٢,١٥ ألف طن عام ٢٠٠٥ وحد أقصى بلغ حوالي ٤,١٨ ألف طن عام ٢٠١٧ بمتوسط قدر بحوالي ٣,٣١ ألف طن، وبدراسة معادلة الإتجاه الزمني العام لم تثبت معنوية التقدير خلال فترة البحث.

كما تبين أن سعر الجملة لمحصول الموز البلدي تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ١,٤٣ ألف جنيه للطن عام ٢٠٠٢ وحد أقصى بلغ حوالي ٩,٧٦ ألف جنيه للطن، وقدرت

جدول رقم (٦): الدليل الموسمي لأسعار وكميات محاصيل الدراسة بسوق النزهة بمحافظة الأسكندرية خلال الفترة (٢٠١٠-٢٠١٧)

الشهور	البطاطس		الطماطم		البرتقال		الموز البلدي	
	السعر	الكمية	السعر	الكمية	السعر	الكمية	السعر	الكمية
يناير	٧٧,٤٧	١٠٠,٤٦	١٠٩,٩٥	٨٨,١٤	٨٣,٠٦	١١٩,١٤	٩٥,٢١	١٢٤,٩٢
فبراير	٦٠,٦٠	١٠١,٥٩	٧٨,٦٦	٨٩,٠٥	٧٨,٨٥	٢٢١,١٦	٩٠,١٨	٩٢,١٥
مارس	٧٦,٠١	١٢٣,٤٤	١٠٤,٩٦	٧٦,٩٩	٨٦,٨٢	١٦٢,٣٥	٨١,٩٢	٨٠,٣٥



**The marketing efficiency of the most important vegetable and fruit .....**

أبريل	٧٧,٩٥	١٤٢,٥٩	١٢٤,١٥	٧٤,٦٧	٩٠,٨٨	١٣٢,٤٠	٦٣,٧٩	٩١,٨٧
مايو	٧١,٥٢	٦٥,٨٣	٧٧,٥٣	٦٦,٥٣	١٤٤,٥١	١٠٥,٤٠	٩٥,٠٥	٨٤,٨٣
يونيو	٦٩,١٥	٩٨,٨٦	٧٠,٨٥	٦٦,٢٨	٩٢,٧٧	٥٥,١٣	٨٨,٣٥	٥٥,١٩
يوليو	١٢١,٥٧	٨٠,٦٩	٧٥,١٧	٦٦,٢٩	١١٣,١٩	٤١,٧١	١٠٢,٨٨	٩٧,٧٩
أغسطس	٩٨,٠٧	٧٦,٧١	١٠٣,١٢	٣٢٦,٨٧	١١٥,٥٩	٣١,٧٢	١٠٩,٠٨	١٥١,٨٩
سبتمبر	١١٧,٦٥	١٠٦,٧٩	١٦٣,٣٣	٧٥,٩٣	١١٣,٨٨	٢٦,٧٤	١٨٤,٩٣	٨٨,٧٠
أكتوبر	٩٧,١٠	٧٤,٤٥	١١٦,٣٣	٥٦,٧٩	٩٧,٧٩	١٠١,١٨	١٠٦,١٩	١٢١,٤٦
نوفمبر	٢١٨,٥٩	٩٣,٣٢	٩٤,٣٦	٧٦,١٦	٩٤,٢٠	١٤٢,١٤	٩٢,٢٧	١٠٠,٤٣
ديسمبر	١١٤,٣٠	١٣٥,٢٥	٨١,٦١	١٣٦,٢٨	٨٨,٤٤	٦٠,٩٣	٩٠,١٥	١١٠,٤٣

المصدر: جمعت وحسبت من: سوق النزهة بالأسكندرية، إدارة الإحصاء، البيانات الشهرية الخاصة بأسعار وكميات الخضر والفاكهة.

**(٢) التنبؤ بأسعار وكميات محاصيل البحث حتى عام ٢٠٢٠:**

تبين من نتائج التنبؤ بالأسعار الشهرية لمحاصيل البحث في سوق النزهة بالأسكندرية عام ٢٠٢٠ والواردة بجدول رقم (٧) أنه من المتوقع أن تبلغ أسعار محصول البطاطس أذناها شهر فبراير بحوالي ١,٣٤ ألف جنيه/طن، بينما ستبلغ أقصاها شهر نوفمبر بحوالي ٤,٨٨ ألف جنيه/طن، بمتوسط قدر بحوالي ٢,٢٣ ألف جنيه/طن، كما تبين أن أسعار محصول الطماطم ستبلغ أذناها شهر يونيو بحوالي ١,٥٥ ألف جنيه/طن، وأقصاها شهر سبتمبر بحوالي ٣,٦١ ألف جنيه/طن، بمتوسط قدر بحوالي ٢,١٩ ألف جنيه/طن، وبدراسة أسعار محصول البرتقال تبين أنها ستبلغ أذناها شهر فبراير بحوالي ١,٥٥ ألف جنيه/طن، وستبلغ أقصاها شهر مايو بحوالي ٢,٨٣ ألف جنيه/طن، بمتوسط قدر بحوالي ١,٩٥ ألف جنيه/طن، كما ستبلغ أسعار محصول الموز البلدي أذناها شهر أبريل بحوالي ٦,١٥ ألف جنيه/طن، وأقصاها شهر سبتمبر بحوالي ٩,٨٣ ألف جنيه/طن، بمتوسط قدر بحوالي ٩,٨٣ ألف جنيه/طن في عام ٢٠٢٠.

كما تبين من نتائج التنبؤ بالكميات الشهرية للموردة من محاصيل البحث لسوق النزهة بالأسكندرية في عام ٢٠٢٠ والواردة بجدول رقم (٨) أنه من المتوقع أن تبلغ الكميات الموردة من محصول البطاطس أقصاها في شهر أبريل بحوالي ٤,٨ ألف طن، وأذناها في شهر مايو بحوالي ٢,٢٢ ألف طن، بمتوسط قدر بحوالي ٣,٣٨ ألف طن، كما ستبلغ الكميات الموردة من محصول الطماطم أقصاها في شهر أغسطس بحوالي ١٠,٢٦ ألف طن، وأذناها في شهر أكتوبر بحوالي ١,٧٥ ألف طن، بمتوسط قدر بحوالي ٣,١٧ ألف طن، وبالنسبة لمحصول البرتقال فقد تبين أنه من المتوقع أن الكميات الموردة منه ستبلغ أقصاها في شهر فبراير بحوالي ٩,٠٧ ألف طن، كما ستبلغ أذناه في شهر سبتمبر بحوالي ١,١٣ ألف طن، بمتوسط قدر بحوالي ٤,١٧ ألف طن، وبالنسبة لمحصول الموز البلدي فمن المتوقع أن تبلغ الكميات الموردة منه أقصاها في شهر

وبدراسة سعر محصول الطماطم تبين انخفاض السعر عن المتوسط خلال شهور فبراير، مايو، يونيو، يوليو، نوفمبر، ديسمبر، وقد بلغت حدتها الأدنى شهر يونيو بنحو ٧٠,٨٥% من المتوسط، وارتفع السعر عن المتوسط شهور يناير، مارس، أبريل، أغسطس، سبتمبر، أكتوبر، حيث بلغت حدتها الأقصى شهر سبتمبر بنحو ١٦٣,٣٣% من المتوسط، أما الكميات الموردة لسوق النزهة فقد تبين إنخفاضها شهور يناير، فبراير، مارس، أبريل، مايو، يونيو، يوليو، سبتمبر، أكتوبر، نوفمبر وقد بلغ الحد الأدنى للكمية في شهر أكتوبر بنحو ٥٦,٧٩% من المتوسط، بينما ارتفعت الكميات في كل من شهري أغسطس وديسمبر حيث بلغت نحو ٣٢٦,٨٧%، ١٣٦,٢٨% من المتوسط على الترتيب.

وتبين من دراسة الدليل الموسمي لأسعار محصول البرتقال إنخفاضه خلال شهور يناير، فبراير، مارس، أبريل، يونيو، أكتوبر، نوفمبر، ديسمبر حيث بلغ الحد الأدنى شهر فبراير بنحو ٧٨,٨٥% من المتوسط، كما تبين ارتفاع السعر في باقي شهور السنة لتبلغ أقصاها شهر مايو بنحو ١٤٤,٥١% من المتوسط، كما تبين انخفاض الكميات من البرتقال شهور يونيو، يوليو، أغسطس، سبتمبر، ديسمبر، حيث بلغت حدتها الأدنى شهر سبتمبر بنحو ٢٦,٧٤% من المتوسط، بينما ارتفعت الكميات في باقي شهور السنة لتبلغ أقصى قيمة لها شهر فبراير بنحو ٢٢١,١٦% من المتوسط.

وبالنسبة لأسعار محصول الموز البلدي فقد تبين أنها تنخفض شهور يناير، فبراير، مارس، أبريل، مايو، يونيو، نوفمبر، ديسمبر، حيث بلغت أدنى قيمة في شهر أبريل بنحو ٦٣,٧٩% من المتوسط، وارتفعت باقي الشهور لتبلغ أقصى قيمة لها شهر سبتمبر بنحو ١٨٤,٩٣% من المتوسط، كما تبين أن الكميات من محصول الموز البلدي انخفضت شهور فبراير، مارس، أبريل، مايو، يونيو، يوليو، سبتمبر لتبلغ أدنى قيمة في شهر يونيو بنحو ٥٥,١٩% من المتوسط، بينما ارتفعت الكميات باقي الشهور لتبلغ أقصى قيمة لها شهر أغسطس بنحو ١٥١,٨٩% من المتوسط.

أغسطس بحوالي ٥,٨١ ألف طن، وادناها في شهر يونيو بحوالي ٢,١١ ألف طن، بمتوسط قدر بحوالي ٣,٨٢ ألف طن.

جدول رقم (٧): التنبؤ بأسعار محاصيل البحث بسوق النزهة بمحافظة الأسكندرية خلال الفترة (٢٠١٨-٢٠٢٠)

جنيه/طن

السنة	البطاطس			الطماطم			البرتقال			الموز البلدي		
	٢٠١٨	٢٠١٩	٢٠٢٠	٢٠١٨	٢٠١٩	٢٠٢٠	٢٠١٨	٢٠١٩	٢٠٢٠	٢٠١٨	٢٠١٩	٢٠٢٠
يناير	١٦٨٤,١	١٧٠٠,٨	١٧١٦,٢	٢٢٢١,٤	٢٣٠٢,٦	٢٣٧٧,٦	١٧٠٨,٤	١٦٧٢,٤	١٦٣٩,١	٧٣٥١,٢	٨١٩٧,٠	٨٩٧٧,٧
فبراير	١٣١٨,٣	١٣٣١,٤	١٣٤٣,٥	١٥٩٣,٨	١٦٥١,٩	١٧٠٥,٥	١١٦٩,٢	١٥٨٥,٠	١٥٥٣,٤	٧٠٢٥,٠	٧٨٢٦,٢	٨٥٦٥,٨
مارس	١٦٥٤,٨	١٦٧١,٢	١٦٨٦,٣	٢١٣٢,٥	٢٢١٠,٠	٢٢٨١,٥	١٧٧٩,٩	١٧٤٢,٢	١٧٠٧,٤	٦٤٣٧,١	٧١٦٤,٨	٧٨٣٦,٦
أبريل	١٦٩٩,٦	١٧١٥,٢	١٧٣٠,٧	٢٥٣٦,٤	٢٦٢١,١	٢٧٠٥,٧	١٨٥٧,١	١٨٢٠,٦	١٧٨٤,٢	٥١٠٠,١	٥٦٢٣,٢	٦١٤٦,٤
مايو	١٥٦٠,٧	١٥٧٤,٩	١٥٨٩,٢	١٥٨٨,٣	١٦٤١,٢	١٦٩٤,٠	١٦٩٤,٠	١٦٤١,٢	٢٨٣٢,٣	٧٦٦٣,٩	٨٤٤٣,٤	٩٢٢٢,٩
يونيو	١٥٠٩,٩	١٥٢٣,٧	١٥٣٧,٥	١٤٥٥,٦	١٥٠٣,٩	١٥٥٢,٢	١٨٨٩,٥	١٨٥٢,٣	١٨١٥,١	٧١٨٣,٨	٧٩٠٨,٣	٨٦٣٢,٨
يوليو	٢٦٥٦,٧	٢٦٨٠,٩	٢٧٠٥,١	١٥٤٨,٥	١٥٩٩,٨	١٦٥١,٠	٢٣٠١,٧	٢٢٥٦,٣	٢٢١٠,٩	٨٤٣٥,٨	٩٢٧٩,٤	١٠١٢٣,١
أغسطس	٢١٤٤,٩	٢١٦٤,٤	٢١٨٣,٩	٢١٣٠,٢	٢٢٠٠,٥	٢٢٧٠,٨	٢٢٣٦,٥	٢٢٠٠,٥	٢٣٠٠,٢	٩٠١٩,٢	٩٩١٣,٨	١٠٨٠٨,٤
سبتمبر	٢٥٧٤,٩	٢٥٩٨,٣	٢٦٢١,٨	٣٣٨٣,٣	٣٤٩٤,٧	٣٦٠٦,٠	٢٣٠٨,١	٢٢٦٢,٤	٢٢١٦,٨	١٥٤١٦,٦	١٦٩٣٣,٢	١٨٤٤٩,٨
أكتوبر	٢١٢٦,٨	٢١٤٦,١	٢١٦٥,٥	٢٤١٦,٤	٢٤٩٥,٧	٢٥٧٥,٠	١٩٧٨,٨	١٩٣٩,٦	١٩٠٠,٤	٨٩٢٥,٨	٩٧٩٦,٧	١٠٦٦٧,٧
نوفمبر	٤٧٩١,٦	٤٨٣٥,٢	٤٨٧٨,٧	١٩٦٥,٣	٢٠٢٩,٧	٢٠٩٤,٠	١٩٠٢,٩	١٨٦٥,٢	١٨٢٧,٤	٧٨١٨,٤	٨٥٧٥,١	٩٣٣١,٨
ديسمبر	٢٥٠٧,٣	٢٥٣٠,١	٢٥٥٢,٩	٢٥٠٤,٤	٢٥٥٢,٩	٢٥٥٢,٩	١٨١٥,٦	١٧٦٠,٠	١٧١٢,٦	٧٧٠٠,٤	٨٤٣٩,٧	٩١٧٩,٠
المتوسط	٢١٨٥,٨	٢٢٠٦,٠	٢٢٢٥,٩	٢٠٥٦,٣	٢١٢٥,٩	٢١٩٤,١	٢٠٣٥,٣	٢١٩٤,١	٢١٩٤,١	٨١٧٣,١	٩٠٠٨,٤	٩٨٢٨,٥

المصدر: جمعت وحسبت من جدول رقم (٦) بالبحث.

جدول رقم (٨): التنبؤ بكميات محاصيل البحث بسوق النزهة بمحافظة الأسكندرية خلال الفترة (٢٠١٨-٢٠٢٠)

طن

السنة	البطاطس			الطماطم			البرتقال			الموز البلدي		
	٢٠١٨	٢٠١٩	٢٠٢٠	٢٠١٨	٢٠١٩	٢٠٢٠	٢٠١٨	٢٠١٩	٢٠٢٠	٢٠١٨	٢٠١٩	٢٠٢٠
يناير	٢٨٦١,٨	٣٣٢٢,٩	٣٣٧١,٦	٣١٤٩,٩	٣٢٦١,٥	٣٣٧٨,٦	٣٧٨٠,٦	٣٧٨٠,٦	٣٧٨٠,٦	٤٥٩٣,٣	٤٦٩٤,٤	٤٧٤٧,٥
فبراير	٢٨٩٧,٨	٣٣٦٤,٧	٣٤١٣,٩	٣١٥٩,٤	٣٢٦٨,٨	٣٣٦٨,٨	٣٣٦٨,٨	٣٣٦٨,٨	٣٣٦٨,٨	٩٠٧١,٧	٣٤٦٦,٥	٣٥٠٥,٦
مارس	٣٥٢٥,٢	٤٠٩٣,١	٤١٥٢,٩	٢٧١١,٩	٢٨٠٣,٦	٢٨٠٣,٦	٢٥٢٩,٩	٢٥٢٩,٩	٢٥٢٩,٩	٢٩٨٨,٣	٣٠٢٥,٢	٣٠٥٩,٤
أبريل	٤٠٨٢,٢	٤٧٣٣,٨	٤٨٠٢,٩	٢٥٩١,٣	٢٦٩٦,٨	٢٦٩٦,٨	٢٤٣١,٣	٢٤٣١,٣	٢٤٣١,٣	٥١٧٩,٨	٣٤٦٢,٢	٣٥٠١,٢
مايو	١٨٨٦,٨	٢١٨٧,٩	٢٢١٩,٣	٢٢١٩,٣	٢٢٨٢,٩	٢٢٨٢,٩	٢٤٣٢,٥	٢٤٣٢,٥	٢٤٣٢,٥	٤٣٨٣,٥	٣١٩٩,٨	٣٢٣٥,٩
يونيو	٢٨٣٧,٣	٣٢٩٠,١	٣٣٣٧,٩	٢٢٦٥,٨	٢٣٥٤,٦	٢٣٥٤,٦	٢١١٨,٩	٢١١٨,٩	٢١١٨,٩	٢٣٠٣,٣	٢٠٨٣,٨	٢١٠٧,٣
يوليو	٢٣١٨,٦	٢٦٨٨,٦	٢٧٢٧,٦	٢٢٤٨,٩	٢٣٣٥,٣	٢٣٣٥,٣	٢٠٩٩,٦	٢٠٩٩,٦	٢٠٩٩,٦	١٧٥٠,٤	٣٦٥٤,٥	٣٧٣٧,٦
أغسطس	٢٢٠٦,٩	٢٥٥٩,٠	٢٥٩٦,٢	٢٥٩٦,٢	٢٥٩٦,٢	٢٥٩٦,٢	١١٤١٧,٥	١١٤١٧,٥	١١٤١٧,٥	١٣٣٧,١	٥٧٤٦١	٥٨١٠,٧
سبتمبر	٣٠٧٦,٢	٣٥٦٦,٩	٣٦١٨,٧	٢٥٣٦,٦	٢٦٢٩,٩	٢٦٢٩,٩	٢٣٥٩,٩	٢٣٥٩,٩	٢٣٥٩,٩	١١٣٢,٥	٣٣٥٨,٧	٣٣٩٦,٤
أكتوبر	٢١٤٧,٠	٢٤٨٩,٥	٢٥٢٥,٥	١٨٨٢,٧	١٩٥٠,٣	١٩٥٠,٣	١٧٤٨,٤	١٧٤٨,٤	١٧٤٨,٤	٤٣٠٣,٧	٤٥٥١,٧	٤٦٥٥,٩
نوفمبر	٢٦٩٤,٧	٣١٢٤,٤	٣١٦٩,٧	٢٥٠٤,٦	٢٥٩٢,٤	٢٥٩٢,٤	٢٣٢١,٧	٢٣٢١,٧	٢٣٢١,٧	٦٠٧٣,٣	٣٨٠٩,٧	٣٨٥٢,٤
ديسمبر	٣٩١٠,١	٤٥٣٣,٦	٤٥٩٩,١	٤٤٤٦,٥	٤٥٩٨,٧	٤٥٩٨,٧	٤١١٤,٢	٤١١٤,٢	٤١١٤,٢	٢٤٧٦,٣	٤١٩٣,٠	٤٢٣٩,٩
المتوسط	٢٨٧٠,٤	٣٣٢٩,٥	٣٣٧٧,٩	٣٣٩٩,٤	٣٥٢٤,٤	٣٦١٨,٨	٣٢٥٧,٠	٣٢٥٧,٠	٣٢٥٧,٠	٤١٦٧,٢	٣٧٣٤,٩	٣٨٢٠,٧

المصدر: جمعت وحسبت من جدول رقم (٦) بالبحث.

بمتوسط قدر بحوالي ٥٢٠,٤٨ جنيه للطن خلال فترة البحث، أما الهامش التسويقي النسبي فقد تبين أنه تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٩,٠١% عام ٢٠٠٢ وحد أقصى بلغ نحو ٥١,٤٤% عام ٢٠١٣، بمتوسط قدر بنحو ٢٩,٨٩% خلال فترة البحث، كما تبين من دراسة الهامش التسويقي بين مرحلتي تاجر التجزئة وتاجر الجملة، أن الهامش التسويقي المطلق تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ٢٨٥ جنيه للطن عام ٢٠٠٣ وحد أقصى بلغ حوالي ٢,٤٦ ألف جنيه للطن عام ٢٠١١، بمتوسط قدر بحوالي ٩٨٣,٧٥ جنيه للطن خلال فترة البحث، كما تبين أن الهامش

رابعاً: الهوامش التسويقية وتوزيع جنيه المستهلك لمحاصيل البحث

تشتمل الهوامش التسويقية على تكاليف إجراء الخدمات التسويقية مثل النقل والتخزين والفرز والتدرج والتعبئة والبيع (العمولة) وغيرها، فضلاً عن الأرباح التي يحصل عليها الوسيط، وبدراسة الهوامش التسويقية لمحصول البطاطس خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠٠٠) والواردة بجدول رقم (٩) تبين أن الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر الجملة والمنتج تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ٥٣,٤١ جنيه للطن عام ٢٠٠٢ وحد أقصى بلغ حوالي ١,٢٩ ألف جنيه للطن عام ٢٠١٣،

## The marketing efficiency of the most important vegetable and fruit .....

التسويقي النسبي تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ١١,١٧ % عام ٢٠٠٥ وحد أقصى بلغ نحو ٥٠,١ % عام ٢٠٠٣ بمتوسط قدر بنحو ٣١,٥٥ % خلال فترة البحث، وبدراسة الهامش التسويقي المطلق بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة أنه تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ٤٧٢,٧ جنيه للطن عام ٢٠٠٠ وحد أقصى بلغ حوالي ٢,٧٦ ألف جنيه للطن عام ٢٠١٢، بمتوسط قدر بحوالي ١,٢٧ ألف جنيه للطن خلال فترة البحث، اما الهامش التسويقي النسبي فقد تراوح بين حد أدنى قدر بنحو ٤٠,٧٩ % عام ٢٠٠٣ وحد أقصى قدر بنحو ٥٦,٦٨ % عام ٢٠١٢ بمتوسط قدر بنحو ٤٩,٥٥ % خلال فترة البحث، وبدراسة الهامش التسويقي المطلق بين تاجر التجزئة والمُنتج تبين أنه تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ٦١١,٠٩ جنيه للطن عام ٢٠٠٠ وحد أقصى بلغ حوالي ٣,٦٦ ألف جنيه للطن عام ٢٠١٢، بمتوسط قدر بحوالي ١,٦٧ ألف جنيه للطن، أما الهامش التسويقي النسبي فقد تراوح بين حد أدنى قدر بنحو ٥٧,٨٥ % وحد أقصى قدر بنحو ٧٥,٠٩ % عام ٢٠١٢، بمتوسط قدر بنحو ٦٥,٦٣ % خلال فترة البحث.

وبدراسة توزيع جنيته المستهلك لمحصول الطماطم خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١٧) والواردة بنفس الجدول، تبين أن نصيب المُنتج تراوح بين حد أدنى قدر بنحو ٢٤,٩١ % عام ٢٠١٢ وحد أقصى قدر بنحو ٤٢,١٥ % عام ٢٠٠٩، بمتوسط قدر بنحو ٣٤,٣٧ %، كما قدر الحد الأدنى من نصيب تاجر الجملة بنحو ٤,٩٩ % عام ٢٠٠٥ وحد أقصى قدر بنحو ٢٩,٦٦ % عام ٢٠٠٣، بمتوسط قدر بنحو ١٦,٠٧ %، كما تراوح نصيب تاجر التجزئة بين حد أدنى قدر بنحو ٤٠,٧٩ % عام ٢٠٠٣ وحد أقصى قدر بنحو ٥٦,٦٨ % عام ٢٠١٢، بمتوسط قدر بنحو ٤٩,٥٥ %، وقدر الحد الأدنى من نصيب الوسيط بنحو ٥٧,٨٥ % عام ٢٠٠٩ وحد أقصى قدر بنحو ٧٥,٠٩ % عام ٢٠١٢ بمتوسط قدر بنحو ٦٥,٦٣ % خلال فترة البحث.

النسبي تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٢٢,٦٢ % عام ٢٠٠٣ وحد أقصى بلغ نحو ٥١,٤٧ % عام ٢٠١٥، بمتوسط قدر بنحو ٣٨,٩٨ % خلال فترة البحث، وبدراسة الهامش التسويقي بين مرحلتي تاجر التجزئة والمُنتج، تبين أن الهامش التسويقي المطلق تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ٣٩٤,٤ جنيه للطن عام ٢٠٠١ وحد أقصى بلغ حوالي ٣,٥٨ ألف جنيه للطن عام ٢٠١١، بمتوسط قدر بحوالي ١,٥ ألف جنيه للطن خلال فترة الدراسة، كما تبين أن الهامش التسويقي النسبي تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٤٤,٧ % عام ٢٠٠٢ وحد أقصى بلغ نحو ٧٣,١٣ % عام ٢٠١١، بمتوسط قدر بنحو ٥٧,٤٥ % خلال فترة البحث.

وبدراسة توزيع جنيته المستهلك لمحصول البطاطس خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١٧) والواردة بنفس الجدول، تبين أن نصيب المنتج تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٢٦,٨٧ % عام ٢٠١١ وحد أقصى بلغ نحو ٥٥,٢٩ % عام ٢٠٠٢، بمتوسط قدر بنحو ٤٢,٥٥ % خلال فترة الدراسة، كما تبين أن نصيب تاجر الجملة تراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٥٠,٤٧ % عام ٢٠٠٢ وحد أقصى بلغ نحو ٣٤,٣ % عام ٢٠١٦، بمتوسط قدر بنحو ١٨,٤٧ %، كما بلغ الحد الأدنى لنصيب تاجر التجزئة من جنيته المستهلك نحو ٢٢,٦٢ % عام ٢٠٠٣ وحد أقصى بلغ نحو ٥١,٤٧ % عام ٢٠١٥، بمتوسط قدر بنحو ٣٨,٩٨ %، كما تراوح نصيب الوسيط بين حد أدنى بلغ نحو ٤٤,٧ % عام ٢٠٠٢ وحد أقصى بلغ نحو ٧٣,١٣ % عام ٢٠١١، بمتوسط قدر بنحو ٥٧,٤٥ % خلال فترة البحث.

بدراسة الهوامش التسويقية لمحصول الطماطم خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١٧) والواردة بجدول رقم (١٠)، تبين أن الهامش التسويقي المطلق بين تاجر الجملة والمُنتج تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ٦٩,٣٣ جنيه للطن عام ٢٠٠٥ وحد أقصى بلغ حوالي ٨٩٨ جنيه للطن عام ٢٠١٢، بمتوسط قدر بحوالي ٤٠١,٠٦ جنيه للطن خلال فترة البحث، كما تبين أن الهامش

جدول رقم (٩): الهوامش التسويقية وتوزيع جنيته المستهلك لمحصول البطاطس خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١٧)

السنة	الهوامش التسويقية										
	توزيع جنيته المستهلك			تجزئة - منتج		تجزئة - جملة		جملة - منتج		نسبي	مطلق
	نصيب الوسيط	نصيب تاجر التجزئة	نصيب تاجر الجملة	نسبي	مطلق	نسبي	مطلق	نسبي	مطلق		
%	%	%	%	جنيه/طن	%	جنيه/طن	%	جنيه/طن	%	جنيه/طن	
٢٠٠٠	٤٤,٧٧	٣٧,٥٢	٧,٢٥	٥٥,٢٣	٤٤,٧٧	٤٢٦,٩١	٣٧,٥٢	٣٥٧,٧٧	١١,٦٠	٦٩,١٤	
٢٠٠١	٤٧,٩٦	٤١,٢٢	٦,٧٤	٥٢,٠٤	٤٧,٩٦	٣٩٤,٤	٤١,٢٢	٣٣٨,٩٧	١١,٤٦	٥٥,٤٣	

٤٤,٧٠	٣٩,٢٣	٥,٤٧	٥٥,٢٩	٤٤,٧٠	٤٣٦,١٧	٣٩,٢٣	٣٨٢,٧٦	٩,٠١	٥٣,٤١	٢٠٠٢
٥١,٥١	٢٢,٦٢	٢٨,٨٩	٤٨,٤٩	٥١,٥١	٦٤٩,٠٠	٢٢,٦٢	٢٨٥,٠٠	٣٧,٣٣	٣٦٤,٠	٢٠٠٣
٥٥,٢٠	٣٥,٥٥	١٩,٦٥	٤٤,٨	٥٥,٢٠	٧٣٦,٢	٣٥,٥٥	٤٧٤,١٢	٣٠,٤٩	٢٦٢,٠٨	٢٠٠٤
٥٢,١٧	٣٧,٥١	١٤,٦٥	٤٧,٨٣	٥٢,١٧	٦٤١,٨	٣٧,٥٢	٤٦١,٥٥	٢٣,٤٥	١٨٠,٢٥	٢٠٠٥
٦٠,٥٠	٤٤,١١	١٦,٣٩	٣٩,٤٩	٦٠,٥٠	١١٤٣,٥	٤٤,١١	٨٣٣,٧٥	٢٩,٣٣	٣٠٩,٧٥	٢٠٠٦
٥٥,٥١	٣٨,٤٣	١٧,٠٨	٤٤,٤٩	٥٥,٥١	١١٩٦,٦	٣٨,٤٤	٨٢٨,٥٢	٢٧,٧٤	٣٦٨,٠٨	٢٠٠٧
٥١,٦٢	٣٧,٥١	١٤,١١	٤٨,٣٨	٥١,٦٢	١٠٩١,١	٣٧,٥١	٧٩٢,٧٧	٢٢,٥٩	٢٩٨,٣٣	٢٠٠٨
٥٠,٤١	٤٠,٣	١٠,١١	٤٩,٥٩	٥٠,٤١	١١٣٩,٧	٤٠,٣٠	٩١١,١٢	١٦,٩٤	٢٢٨,٥٨	٢٠٠٩
٦٣,٦٦	٣٧,٤٩	٢٦,١٦	٣٦,٣٤	٦٣,٦٦	٢١٣٢,٤	٣٧,٤٩	١٢٥٦,١٥	٤١,٨٥	٨٧٦,٢٥	٢٠١٠
٧٣,١٣	٥٠,٣٦	٢٢,٧٦	٢٦,٨٧	٧٣,١٣	٣٥٧٥,٩	٥٠,٣٦	٢٤٦٢,٨٢	٤٥,٨٦	١١١٣,٠٨	٢٠١١
٦٣,٤٥	٤٥,٧٦	١٧,٦٩	٣٦,٥٥	٦٣,٤٥	٢٠٦٦,٤	٤٥,٧٦	١٤٩٠,٢٣	٣٢,٦١	٥٧٦,١٧	٢٠١٢
٧١,٠٨	٤٠,٤٦	٣٠,٦٣	٢٨,٩٢	٧١,٠٨	٣٠١٤,٣٥	٤٠,٤٦	١٧١٥,٦	٥١,٤٤	١٢٩٨,٧٥	٢٠١٣
٦١,٦٨	٣٩,٤	٢٢,٢٨	٣٨,٣٢	٦١,٦٨	٢٠٣١,٥	٣٩,٤٠	١٢٩٧,٦٧	٣٦,٧٧	٧٣٣,٨٣	٢٠١٤
٥٧,٩٩	٥١,٤٧	٦,٥٣	٤٢,٠١	٥٧,٩٩	١٧٣٢,٦	٥١,٤٧	١٥٣٧,٦	١٣,٤٥	١٩٥,٠	٢٠١٥
٦٢,٩	٢٨,٦٩	٣٤,٣	٣٧,٠١	٦٢,٩	٢١٧٧,٢	٢٨,٦٩	٩٩١,٦٢	٤٨,١٠	١١٨٥,٥٨	٢٠١٦
٦٥,٧٢	٣٤,٠٣	٣١,٦٩	٣٨,٢٨	٦٥,٧٢	٢٤٩٠,٤	٣٤,٠٣	١٢٨٩,٤	٤٨,٠٤	١٢٠,١	٢٠١٧
٥٧,٤٥	٣٨,٩٨	١٨,٤٧	٤٢,٥٥	٥٧,٤٥	١٥٠٤,٢٣	٣٨,٩٨	٩٨٣,٧٥	٢٩,٨٩	٥٢٠,٤٨	المتوسط

المصدر: جمعت وحسبت من:

- (1) سوق النزهة بالإسكندرية، إدارة الإحصاء، البيانات الشهرية الخاصة بأسعار وكميات الخضر والفاكهة.
- (2) وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة إحصاءات التكاليف وصافي العائد، الجزء الأول، المحاصيل الحقلية والخضر الشتوية، أعداد متفرقة.
- (3) وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة إحصاءات التكاليف وصافي العائد، الجزء الثاني، المحاصيل الحقلية والخضر الصيفية والنيلية والفاكهة، أعداد متفرقة.
- (4) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة الشهرية لمتوسط أسعار المستهلك لأهم السلع الغذائية، أعداد متفرقة.
- (5) مجلس الوزراء، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، [www.agriprice.gov.eg](http://www.agriprice.gov.eg).

جدول رقم (١٠): الهوامش التسويقية وتوزيع جنيته المستهلك لمحصول الطماطم خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠٠٠)

السنة	الهوامش التسويقية								توزيع جنيته المستهلك		
	جملة - منتج		تجزئة - جملة		تجزئة - منتج		نصيب المنتج %	نصيب تاجر الجملة %		نصيب تاجر التجزئة %	نصيب الوسطاء %
	نسبي	مطلق	نسبي	مطلق	نسبي	مطلق					
٢٠٠٠	١٣٨,٣٩	٢٦,٣٦	٤٧٢,٧	٤٧,٣٨	٦١٠,٠٩	٦١,٢٥	٣٨,٧٥	١٣,٨٧	٤٧,٣٨	٦١,٢٥	
٢٠٠١	٢٨٨,٥٥	٤٤,٣٩	٥٨٥,٧	٤٧,٣٩	٨٧٤,٢٥	٧٠,٧٥	٢٩,٢٥	٢٣,٣٥	٤٧,٣٩	٧٠,٧٥	
٢٠٠٢	٢٧٠,٦٣	٤١,٩٠	٧٠٣,٩٥	٥٢,١٥	٩٧٤,٥٨	٧٢,٢٠	٢٧,٧٩	٢٠,٠٥	٥٢,١٥	٧٢,٢٠	
٢٠٠٣	٣٧٤,٥	٥٠,١٠	٥١٥,١	٤٠,٧٩	٨٨٩,٦	٧٠,٤٦	٢٩,٥٤	٢٩,٦٦	٤٠,٧٩	٧٠,٤٦	
٢٠٠٤	١٩٥,٣٣	٢٧,٠٩	٦٨٨,٠٧	٤٨,٨٤	٨٨٣,٤	٦٢,٧٠	٣٧,٢٩	١٣,٨٦	٤٨,٨٤	٦٢,٧٠	
٢٠٠٥	٦٩,٣٣	١١,١٧	٧٦٧,٧٧	٥٥,٢٩	٨٣٧,١	٦٠,٢٨	٣٩,٧٢	٤,٩٩	٥٥,٢٩	٦٠,٢٨	
٢٠٠٦	٢٩٩,٥٨	٣١,٤٦	٧٣٦,٨٢	٤٣,٦٣	١٠٣٦,٤	٦١,٣٦	٣٨,٦٣	١٧,٧٤	٤٣,٦٣	٦١,٣٦	
٢٠٠٧	٢٣٠,٠٨	٢٨,٢٤	٩٦٣,٢٢	٥٤,١٣	١١٩٣,٣	٦٧,١٢	٣٢,٨٨	١٢,٩٤	٥٤,١٦	٦٧,١٢	
٢٠٠٨	٣٧٨,٣٣	٣٢,٣٢	٨١٩,٠٧	٤١,١٦	١١٩٧,٤	٦٠,١٧	٣٩,٨٣	١٩,٠١	٤١,١٦	٦٠,١٧	
٢٠٠٩	١٩٠,٧٥	٢١,٣٤	٧٧٤,٠٥	٤٦,٤١	٩٦٤,٨	٥٧,٨٥	٤٢,١٥	١١,٤٤	٤٦,٤١	٥٧,٨٥	
٢٠١٠	٣٣٥,٦٧	٢٥,٠٢	١٤٤٧,٢٣	٥١,٨٩	١٧٨٢,٩	٦٣,٩٣	٣٦,٠٧	١٢,٠٤	٥١,٨٩	٦٣,٩٣	
٢٠١١	٣٢٣,٥	١٩,٨٢	١٩٣٦,٤	٥٤,٢٦	٢٢٥٩,٩	٦٣,٣٢	٣٦,٦٨	٩,٠٦	٥٤,٢٥	٦٣,٣٢	
٢٠١٢	٨٩٨,٠٠	٤٢,٥١	٢٧٦٣,٧	٥٦,٦٨	٣٦٦١,٧	٧٥,٠٩	٢٤,٩١	١٨,٤٢	٥٦,٦٨	٧٥,٠٩	
٢٠١٣	٤٥٩,٠٨	٢٧,٠٧	١٨٥٨,٢٧	٥٢,٢٨	٢٣١٧,٣٥	٦٥,٢٠	٣٤,٧٩	١٢,٩٢	٥٢,٢٨	٦٥,٢٠	
٢٠١٤	٥٨٨,٠٠	٣٢,٤٤	١٦٤٩,٠	٤٧,٦٤	٢٢٣٧,٠	٦٤,٦٣	٣٥,٣٧	١٦,٩٨	٤٧,٦٤	٦٤,٦٣	
٢٠١٥	٨٨٧,٧٥	٤١,٤١	٢١١٢,٤٥	٤٩,٦٣	٣٠٠٠,٢	٧٠,٤٩	٢٩,٥١	٢٠,٨٦	٤٩,٦٣	٧٠,٤٩	
٢٠١٦	٤٣٨,٥٨	٢٥,٥٨	١٩٤٠,٧٢	٥٣,٠٩	٢٣٧٩,٣	٦٥,٠٩	٣٤,٩١	١١,٩٩	٥٣,٠٩	٦٥,٠٩	
٢٠١٧	٨٥٣,٠٠	٣٩,٦٧	٢٠٨٢,٦	٤٩,٢٠	٢٩٣٥,٦	٦٩,٣٦	٣٠,٦٤	٢٠,١٥	٤٩,٢٠	٦٩,٣٦	
المتوسط	٤٠١,٠٦	٣١,٥٥	١٢٦٧,٦	٤٩,٥٥	١٦٦٨,٦٦	٦٥,٦٣	٣٤,٣٧	١٦,٠٧	٤٩,٥٥	٦٥,٦٣	

المصدر: جمعت وحسبت من:

- (1) سوق النزهة بالإسكندرية، إدارة الإحصاء، البيانات الشهرية الخاصة بأسعار وكميات الخضر والفاكهة.
- (2) وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة إحصاءات التكاليف وصافي العائد، الجزء الأول، المحاصيل الحقلية والخضر الشتوية، أعداد متفرقة.
- (3) وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة إحصاءات التكاليف وصافي العائد، الجزء الثاني، المحاصيل الحقلية والخضر الصيفية والنيلية والفاكهة، أعداد متفرقة.
- (4) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة الشهرية لمتوسط أسعار المستهلك لأهم السلع الغذائية، أعداد متفرقة.

## The marketing efficiency of the most important vegetable and fruit .....

(5) مجلس الوزراء، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار [www.agriprice.gov.eg](http://www.agriprice.gov.eg)

بمتوسط قدر بحوالي ٢,٠٧ ألف جنيه للطن، كما تراوح الهامش التسويقي النسبي بين حد أدنى بلغ نحو ٤٧,٣٦% عام ٢٠٠٠ وحد أقصى بلغ نحو ٦٢,٩١%، بمتوسط قدر بنحو ٥٥,٨٤% خلال فترة البحث، كما تراوح الهامش التسويقي المطلق بين تاجر التجزئة والمنتج بين حد أدنى بلغ حوالي ١,١٦ ألف جنيه للطن عام ٢٠٠٠ وحد أقصى بلغ حوالي ٥,٠١ ألف جنيه للطن عام ٢٠١٧، بمتوسط قدر بحوالي ٢,٩٨ ألف جنيه للطن، كما تراوح الهامش التسويقي النسبي بين حد أدنى قدر بنحو ٧٤,٣٦% عام ٢٠٠٧ وحد أقصى قدر بنحو ٨٢,٩٧% عام ٢٠٠٢، بمتوسط قدر بنحو ٨٠,٣٧% خلال فترة البحث.

وبدراسة الهوامش التسويقية لمحصول البرتقال خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠٠٠) والواردة بجدول رقم (١١) تبين أن الهامش التسويقي المطلق بين تاجر الجملة والمنتج تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ٤٠٥,٩٢ جنيه للطن في عام ٢٠٠٢ وحد أقصى بلغ حوالي ١,٦٧ ألف جنيه للطن عام ٢٠١٣، بمتوسط قدر بحوالي ٩٠٨,٢٨ جنيه للطن خلال فترة البحث، كما تراوح الهامش التسويقي النسبي بين حد أدنى بلغ نحو ٤٥,٤٦% عام ٢٠١٤ وحد أقصى بلغ نحو ٦٢,٤٢% عام ٢٠٠٦ بمتوسط قدر بنحو ٥٥,٥٥% خلال فترة البحث، وبدراسة الهامش التسويقي المطلق بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة تبين أنها تراوحت بين حد أدنى بلغ حوالي ٧١٦,٠٢ جنيه للطن عام ٢٠٠٠ وحد أقصى بلغ حوالي ٣,٧١ ألف جنيه للطن عام ٢٠١٦،

جدول رقم (١١): الهوامش التسويقية وتوزيع جنيته المستهلك لمحصول البرتقال خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠٠٠)

السنة	الهوامش التسويقية				توزيع جنيته المستهلك				
	جملة - منتج		تجزئة - جملة		تجزئة - منتج		نصيب		
	مطلق جنيه/طن	نسبي %	مطلق جنيه/طن	نسبي %	مطلق جنيه/طن	نسبي %	نصيب تاجر التجزئة %	نصيب تاجر الجملة %	
٢٠٠٠	٤٤٥,٨٨	٥٦,٠٢	٧١٦,٠٢	٤٧,٣٦	١١٦١,٩	٧٦,٨٥	٢٣,١٥	٢٩,٤٩	٤٧,٣٩
٢٠٠١	٤١٤,٠٦	٥٣,٠٨	١٠٠٩,١٤	٥٦,٤١	١٤٢٣,٢	٧٩,٥٤	٢٠,٤٦	٢٣,١٤	٥٦,٤٠
٢٠٠٢	٤٠٥,٩٢	٦٠,٣٢	٨٩٤,٦٨	٥٧,٠٧	١٣٠٠,٦	٨٢,٩٧	١٧,٠٣	٢٥,٨٩	٥٧,٠٧
٢٠٠٣	٤١٩,٧٥	٥٦,٤٣	١٠٥٥,١٥	٥٨,٦٦	١٤٧٤,٩	٨١,٩٩	١٨,٠١	٢٣,٣٣	٥٨,٦٦
٢٠٠٤	٥٧٩,٧٥	٥٤,٢٤	٩٨٨,٠٥	٤٨,٠٤	١٥٦٧,٨	٧٦,٢٢	٢٣,٧٧	٢٨,١٩	٤٨,٠٤
٢٠٠٥	٦١٨,٠٠	٥٨,٨٥	١١٠٦,٥	٥١,٣١	١٧٢٤,٥	٧٩,٩٧	٢٠,٠٣	٢٨,٦٦	٥١,٣١
٢٠٠٦	٦٨٢,٧٥	٦٢,٤٢	١٢٥٢,٨٥	٥٣,٣٩	١٩٣٥,٦	٨٢,٤٩	١٧,٥١	٢٩,٠٩	٥٣,٣٩
٢٠٠٧	٩٢٥,٩٢	٥٠,٧٩	١٦٧٥,٢٨	٤٧,٨٩	٢٦٠١,٢	٧٤,٣٦	٢٥,٦٤	٢٦,٤٧	٤٧,٣٦
٢٠٠٨	٨٧٥,٣٣	٥٨,٠٣	١٧٩١,٠٧	٥٤,٢٨	٢٦٦٦,٤	٨٠,٨١	١٩,١٨	٢٦,٥٣	٥٤,٢٨
٢٠٠٩	١٠١٧,١٧	٥٠,٧٥	٢٩٠٤,٧٣	٥٩,١٧	٣٩٢١,٩	٧٩,٨٩	٢٠,١١	٢٠,٧٢	٥٩,١٧
٢٠١٠	١٣١٩,٣٣	٥٧,١٥	٢٧٧٠,٣٧	٥٤,٥٥	٤٠٨٩,٧	٨٠,٥٣	١٩,٤٧	٢٥,٩٨	٥٤,٥٥
٢٠١١	١٣٤١,٢٥	٥٨,٦٧	٢٩٨١,٢٥	٥٦,٥٩	٤٣٢٢,٥	٨٢,٠٦	١٧,٩٤	٢٥,٤٦	٥٦,٥٩
٢٠١٢	١١٧٨,٨٣	٥٤,٦٣	٣٠١٨,٧٧	٥٨,٤٥	٤١٩٧,٦	٨١,٢٨	١٨,٧٢	٢٢,٨٣	٥٨,٤٥
٢٠١٣	١٦٧٣,٣٣	٦٢,٣٦	٢٧٨٨,٩٧	٥٠,٩٦	٤٤٦٢,٣	٨١,٥٤	١٨,٤٦	٣٠,٥٨	٥٠,٩٦
٢٠١٤	٨٠٥,٩٢	٤٥,٤٦	٢٢٩٤,٣٨	٥٦,٤١	٣١٠٠,٣	٧٦,٢٢	٢٣,٧٧	١٩,٨١	٥٦,٤١
٢٠١٥	١١٢٣,٢٥	٥٥,٩٨	٢٥٨٤,٣٥	٥٦,٢٩	٣٧٠٧,٦	٨٠,٧٦	١٩,٢٣	٢٤,٤٩	٥٦,٢٩
٢٠١٦	١١٧٨,٥٨	٥٣,٨٣	٣٧١٣,٧٢	٦٢,٩١	٤٨٩٢,٣	٨٢,٨٧	١٧,١٣	١٩,٩٦	٦٢,٩١
٢٠١٧	١٣٤٤,٠٠	٥٣,٧٦	٣٦٦٧,٨	٥٩,٤٧	٥٠١١,٨	٨١,٢٦	١٨,٧٤	٢١,٧٩	٥٩,٤٧
المتوسط	٩٠٨,٢٨	٥٥,٥٥	٢٠٦٧,٣٩	٥٥,٨٤	٢٩٧٥,٧	٨٠,٣٧	١٩,٤٣	٢٤,٥٣	٥٥,٨٤

المصدر: جمعت وحسبت من:

- (1) سوق التزده، إدارة الإحصاء، البيانات الشهرية الخاصة بأسعار وكميات الخضار والفاكهة.
- (2) وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة إحصاءات التكاليف وصافي العائد، الجزء الأول، المحاصيل الحقلية والخضار الشتوية، أعداد متفرقة.
- (3) وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة إحصاءات التكاليف وصافي العائد، الجزء الثاني، المحاصيل الحقلية والخضار الصيفية والتبيلية والفاكهة، أعداد متفرقة.
- (4) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة الشهرية لمتوسط أسعار المستهلك لأهم السلع الغذائية، أعداد متفرقة.
- (5) مجلس الوزراء، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار [www.agriprice.gov.eg](http://www.agriprice.gov.eg)

بمتوسط قدر بنحو ١٩,٤٣%، وتراوح نصيب تاجر الجملة بين حد أدنى بلغ ١٩,٨١% عام ٢٠١٤ وحد أقصى قدر بنحو ٣٠,٥٨% عام ٢٠١٣، بمتوسط قدر بنحو ٢٤,٥٣%، أما نصيب تاجر التجزئة فقد قدر الحد

وبدراسة توزيع جنيته المستهلك لمحصول البرتقال خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠٠٠) والواردة بنفس الجدول، تبين أن نصيب المنتج تراوح بين حد أدنى قدر بنحو ١٧,٠٣% عام ٢٠٠٢ وحد أقصى قدر بنحو ٢٥,٦٤%

الأدنى بنحو ٤٧,٣٩% عام ٢٠٠٠ و قدر الحد الأقصى بنحو ٦٢,٩١% عام ٢٠١٦، بمتوسط قدر بنحو ٥٥,٨٤%، وقدر الحد الأدنى من نصيب الوسطاء بنحو ٧٤,٣٦% عام ٢٠٠٧ وحد أقصى قدر بنحو ٨٢,٩٧% عام ٢٠٠٢، بمتوسط قدر بنحو ٨٠,٣٧% خلال فترة البحث.

وبدراسة الهوامش التسويقية لمحصول الموز البلدي خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١٧) والواردة بجدول رقم (١٢)، تبين أن الهامش التسويقي المطلق بين تاجر الجملة والمُنتج تراوح بين حد أدنى قدر بنحو ١٦,٩٩% عام ٢٠١٢ وحد أقصى قدر بنحو ٣٨,١٨% عام ٢٠١٦، بمتوسط قدر بنحو ٢٤,٧٨%، وتراوح نصيب تاجر الجملة بين حد أدنى قدر بنحو ١٩,٥٩% عام ٢٠١٣ وحد أقصى قدر بنحو ٣٦,٤٨% عام ٢٠١٦، بمتوسط قدر بنحو ٢٧,٧%، وقدر نصيب تاجر التجزئة بين حد أدنى قدر بنحو ٢٥,٣٤% عام ٢٠١٦ وحد أقصى قدر بنحو ٦٣,٢٨% عام ٢٠١٢، بمتوسط قدر بنحو ٤٧,٥٢%، وتراوح نصيب الوسطاء بين حد أدنى قدر بنحو ٦١,٨١% عام ٢٠١٦ وحد أقصى قدر بنحو ٨٣,٠١% عام ٢٠١٢، بمتوسط قدر بنحو ٧٥,٢٢% خلال فترة البحث.

وبدراسة الهوامش التسويقية لمحصول الموز البلدي خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١٧) والواردة بجدول رقم (١٢)، تبين أن الهامش التسويقي النسبي بين حد أدنى قدر بنحو ٥٨,٤١% عام ٢٠١٧، بمتوسط قدر بنحو ٥٢,٧٩%، كما تراوح الهامش التسويقي المطلق بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة بين حد أدنى قدر بنحو ٧٣٢,٦٧ جنيه للطن عام ٢٠٠٠ وحد أقصى بلغ حوالي ٧,١٢ ألف جنيه للطن عام ٢٠١٧، بمتوسط قدر بحوالي ٣,١٢ ألف جنيه للطن، وقدر الحد الأدنى للهامش التسويقي النسبي نحو ٢٥,٣٤% عام ٢٠١٦ وحد أقصى قدر بنحو ٦٣,٢٨% عام ٢٠١٢، بمتوسط قدر بنحو ٤٧,٥٢%، وتراوح الهامش التسويقي المطلق بين تاجر التجزئة والمُنتج بين حد أدنى بلغ حوالي ١,٥٨ ألف جنيه للطن عام ٢٠٠٠ وحد أقصى بلغ حوالي ١٢,٨٢ ألف جنيه للطن عام ٢٠١٧، بمتوسط بلغ حوالي ٤,٩٥ ألف جنيه للطن، وقدر الحد الأدنى من الهامش التسويقي النسبي بنحو ٦١,٨١% عام ٢٠١٦ وحد أقصى قدر بنحو

جدول رقم (١٢): الهوامش التسويقية وتوزيع جنيته المستهلك لمحصول الموز البلدي خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١٧)

السنة	الهوامش التسويقية						توزيع جنيته المستهلك			
	جملة - منتج		تجزئة - جملة		تجزئة - منتج		نصيب المنتج	نصيب تاجر الجملة	نصيب تاجر التجزئة	نصيب الوسطاء
	نسبي	مطلق	نسبي	مطلق	نسبي	مطلق				

**The marketing efficiency of the most important vegetable and fruit .....**

%	%	%	%	%	جنيه/طن	%	جنيه/طن	%	جنيه/طن	
٦٦,٦٥	٣٠,٩٧	٣٥,٦٩	٣٣,٣٥	٦٦,٦٥	١٥٧٧	٣٠,٩٧	٧٣٢,٦٧	٥١,٦٩	٨٤٤,٣٣	٢٠٠٠
٧٨,٧٣	٥٢,٧٩	٢٥,٩٤	٢١,٢٧	٧٨,٧٣	٢٤٣٢	٥٢,٧٨	١٦٣٠,٦٧	٥٤,٩٥	٨٠١,٣٣	٢٠٠١
٨٠,٤٠	٥٥,٧٥	٢٤,٦٥	١٩,٥٩	٨٠,٤٠	٢٦٠١	٥٥,٧٥	١٨٠٣,٦٥	٥٥,٧١	٧٩٧,٣٥	٢٠٠٢
٧٤,٥٩	٤٧,٢١	٢٧,٣٨	٢٥,٤٠	٧٤,٥٩	٢٣١٤	٤٧,٢١	١٤٦٤,٥	٥١,٨٨	٨٤٩,٥	٢٠٠٣
٧٥,٧١	٤٧,٦٧	٢٨,٠٥	٢٤,٢٩	٧٥,٧١	٢١٧٩	٤٧,٦٧	١٣٧١,٨	٥٣,٥٩	٨٠٧,٢	٢٠٠٤
٧٧,٩٥	٥٣,٠٢	٢٤,٩٣	٢٢,٠٥	٧٧,٩٥	٣١٠٨	٥٣,٠٢	٢١١٤,٠٨	٥٣,٠٦	٩٩٣,٩٢	٢٠٠٥
٨٠,٢٥	٥٥,٢٦	٢٤,٩٩	١٩,٧٥	٨٠,٢٥	٢٩٦٧	٥٥,٢٥	٢٠٤٢,٨٣	٥٥,٨٧	٩٢٤,١٧	٢٠٠٦
٧٧,٠٧	٤٩,٣٦	٢٧,٧٢	٢٢,٩٢	٧٧,٠٧	٣٦٢١	٤٩,٣٦	٢٣١٨,٨٣	٥٤,٧٣	١٣٠٢,١٧	٢٠٠٧
٧٧,٩٨	٥٢,٢٠	٢٥,٧٨	٢٢,٠٢	٧٧,٩٨	٣٩٦٣	٥٢,٢٠	٢٦٥٢,٨٣	٥٣,٩٣	١٣١٠,١٧	٢٠٠٨
٧٤,٩٣	٤٦,٦٣	٢٨,٢٩	٢٥,٠٧	٧٤,٩٣	٣٦٨٦	٤٦,٦٣	٢٢٩٤,٠	٥٣,٠٣	١٣٩٢,٠٠	٢٠٠٩
٧٣,٩٦	٣٧,٨٧	٣٦,٠٨	٢٦,٠٤	٧٣,٩٦	٣٧٧١	٣٧,٨٧	١٩٣١,٠٨	٥٨,٠٨	١٨٣٩,٩٢	٢٠١٠
٧٨,٩٧	٥٧,٩٢	٢١,٠٥	٢١,٠٣	٧٨,٩٧	٧١٦٩	٥٧,٩٢	٥٢٥٨,٤٢	٥٠,٠٢	١٩١٠,٥٨	٢٠١١
٨٣,٠١	٦٣,٢٨	١٩,٧٢	١٦,٩٩	٨٣,٠١	٩٠٦٧	٦٣,٢٨	٦٩١٢,٥٩	٥٣,٧٢	٢١٥٤,٤١	٢٠١٢
٧٩,٥١	٥٩,٩١	١٩,٥٩	٢٠,٤٩	٧٩,٥١	٧٧٧٤	٥٩,٦١	٥٨٥٧,٥٨	٤٨,٨٨	١٩١٦,٤٢	٢٠١٣
٧٣,٧٩	٥٢,٢٦	٢١,٥٣	٢٦,٢١	٧٣,٧٩	٦٥٣٧	٥٢,٢٦	٤٦٢٩,٨٣	٤٥,٠٩	١٩٠٧,١٧	٢٠١٤
٧٠,٠٩	٣٦,٢٣	٣٣,٨٦	٢٩,٩١	٧٠,٠٩	٥٥٣٠	٣٦,٢٣	٢٨٥٨,٧٥	٥٣,٠٩	٢٦٧١,٢٥	٢٠١٥
٦١,٨١	٢٥,٣٤	٣٦,٤٨	٣٨,١٨	٦١,٨١	٧٩٠٠	٢٥,٣٤	٣٢٣٨,٣٣	٤٨,٨٥	٤٦٦١,٦٧	٢٠١٦
٧٥,٩٦	٤٢,١٩	٣٣,٧٧	٢٤,٠٤	٧٥,٩٦	١٢٨٢١	٤٢,١٩	٧١٢١,٤٩	٥٨,٤١	٥٦٩٩,٥١	٢٠١٧
٧٥,٢٢	٤٧,٥٢	٢٧,٧٠	٢٤,٧٨	٧٥,٢٢	٤٩٤٥,٣٩	٤٧,٥٢	٣١٢٤,١٠	٥٢,٧٩	١٨٢١,٢٩	المتوسط

المصدر: جمعت وحسبت من:

- (1) سوق النزهة بالإسكندرية، إدارة الإحصاء، البيانات الشهرية الخاصة بأسعار وكميات الخضر والفاكهة.
- (2) وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة إحصاءات التكاليف وصافي العائد، الجزء الأول، المحاصيل الحقلية والخضر الشتوية، أعداد متفرقة.
- (3) وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة إحصاءات التكاليف وصافي العائد، الجزء الثاني، المحاصيل الحقلية والخضر الصيفية والنبيلية والفاكهة، أعداد متفرقة.
- (4) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة الشهرية لمتوسط أسعار المستهلك لأهم السلع الغذائية، أعداد متفرقة.

(5) مجلس الوزراء، مركز المعلومات ودعم إتخاذ القرار، [www.agriprice.gov.eg](http://www.agriprice.gov.eg).

جدول رقم (١٣): الكفاءة التسويقية لمحاصيل الدراسة خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠٠٠)

السنة	البطاطس		الطماطم		البرتقال		الموز البلدي	
	التكاليف الإنتاجية/جنيه/طن	الكفاءة التسويقية %	التكاليف الإنتاجية/جنيه/طن	الكفاءة التسويقية %	التكاليف الإنتاجية/جنيه/طن	الكفاءة التسويقية %	التكاليف الإنتاجية/جنيه/طن	الكفاءة التسويقية %
٢٠٠٠	٢٨٤,٩١	٣٦,٨٣	١٦٦,٢٠	٢١,٣٨	٧٢٠,٠٩	٣٨,٢٦	١٤٢٤,٩٤	٤٧,٤٦
٢٠٠١	٢٥٥,٣٩	٣٩,٣٠	١٧٤,٨٩	١٦,٦٩	٦٧٩,٣٤	٣٢,٣١	١٠٨٣,٨٧	٣٠,٨٣
٢٠٠٢	٢٨٣,٢٨	٣٩,٣٧	١٧٢,١١	١٥,٠١	٥٢٦,٧٣	٢٨,٨٢	٢٤٦٤,٤٩	٤٨,٦٥
٢٠٠٣	٣٢٣,١٦	٣٣,٢٤	١٧٧,٥٢	١٦,٦٣	٧٥٩,٣٩	٣٣,٩٩	٣٠٨١,٠٩	٥٧,١١
٢٠٠٤	٤١٠,٤٧	٣٥,٧٩	١٨٢,٩٢	١٧,١٥	٨٤٤,٧٥	٣٥,٠١	٣٦٤٣,٩٧	٦٢,٥٨
٢٠٠٥	٤١٥,٩٥	٣٩,٣٢	١٨٦,٤٨	١٨,٢٢	٧٠٤,٢٥	٢٨,٩٩	٢٦٩١,٢٧	٤٦,٤١
٢٠٠٦	٤٧٨,٠	٢٩,٤٧	١٩٢,٢١	١٥,٦٤	٦٣٦,٦٩	٢٤,٧٥	٣٠١٦,١٨	٥٠,٤١
٢٠٠٧	٥٣٥,٤٣	٣٠,١٩	٢٠٠,٨١	١٤,٤٠	١٠٢٢,٣٦	٢٨,٢١	١٩٠٦,٥٣	٣٤,٤٩
٢٠٠٨	٦٢٤,٤٧	٣٦,٤٠	٢٤٠,٤٣	١٦,٧٢	٩٣٣,٠٦	٢٥,٩٢	٢٤١٩,٤٥	٣٧,٩١
٢٠٠٩	٥٨٩,٨٣	٣٤,١٠	٢٢٨,٩٦	١٩,١٨	٧٧٨,٨٩	١٦,٥٧	٣٣٩٨,٩٩	٤٧,٩٧
٢٠١٠	٦٦٩,٧٥	٢٣,٩٠	٢٤٤,٢٨	١٢,٠٥	٥٦٢,٧٤	١٢,٠٩	٤٧٨٦,٠٨	٥٥,٩٣
٢٠١١	٦٥٠,٦٦	١٥,٣٩	٢٦٤,٩٥	١٠,٤٩	٨٠٣,٠٧	١٥,٦٧	٥٦٩١,٠٤	٤٤,٢٥
٢٠١٢	٧١٥,٦٤	٢٥,٧٢	٢٦٥,٥٤	٦,٧٦	٩٩٧,٥٢	١٩,٢٠	٦٤٧٥,٦٩	٤١,٦٦
٢٠١٣	٦٤٩,٠٤	١٧,٧٢	٣٠٥,٠٤	١١,٦٣	٩٨٦,٣٦	١٨,١٠	٦٩٦١,١٩	٤٧,٢٤
٢٠١٤	٦٦٤,٥٤	٢٤,٦٥	٣٢٤,٣١	١٢,٦٦	٩٦٩,١٩	٢٣,٨٢	٦٥٦١,٣٧	٥٠,٠٩
٢٠١٥	٦٩٦,٥٤	٢٨,٦٧	٣٣١,٣٧	٩,٩٥	١٠٢٩,٦٢	٢١,٧٣	٥١٧٨,٦٢	٤٨,٣٦
٢٠١٦	٧٣٠,٠٩	٢٥,١١	٣٥٥,٤٢	١٢,٩٩	١٠٧٩,٣٥	١٨,٠٧	٨٣٣٥,٥٤	٥١,٣٤
٢٠١٧	٧٧٣,٦٩	٢٣,٧٠	٣٧٩,٢٩	١١,٤٤	١٣١٩,٤٩	٢٠,٨٤	٧٧٦٣,٥٩	٣٧,٧١
المتوسط	٥٣٩,٧١	٢٩,٩٨	٢٤٤,٠٤	١٤,٣٩	٨٥٢,٩٤	٢٤,٥٨	٤٢٧١,٣٣	٤٦,٦٩

المصدر: جمعت وحسبت من:

- (1) وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة إحصاءات التكاليف وصافي العائد، الجزء الأول، المحاصيل الحقلية والخضر الشتوية، أعداد متفرقة.

(2) وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة إحصاءات التكاليف وصافي العائد، الجزء الثاني، المحاصيل الحقلية والخضر الصيفية والنيلية والفاكهة، أعداد متفرقة.

- الزراعي، المجلد الحادي والعشرون، العدد الثاني، ٢٠١٢.
- 3- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة الشهرية لمتوسط أسعار المستهلك لأهم السلع الغذائية، أعداد متفرقة.
- 4- حسين عباس جاسم، غسان هاشم ثامر، كفاءة تسويق بعض محاصيل الفاكهة في محافظة بغداد للموسم الزراعي ٢٠١٤ / ٢٠١٥، مجلة العلوم الزراعية العراقية، المجلد (٤٧)، العدد الثاني، ٢٠١٦.
- 5- سوق النزهة، إدارة الإحصاء، البيانات الشهرية الخاصة بأسعار وكميات الخضر والفاكهة، الإسكندرية.
- 6- غادة صالح حسن صالح، دراسة اقتصادية للكفاءة التسويقية لمحصول الثوم بسوق الجملة للخضر والفاكهة بالنزهة بمحافظة الإسكندرية، مجلة البحوث الزراعية، جامعة كفر الشيخ، مجلد (٤٠)، العدد الثاني، ٢٠١٤.
- 7- مجلس الوزراء، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، الموقع الإلكتروني [www.agriprice.gov.eg](http://www.agriprice.gov.eg).
- 8- محمد حافظ حجازي، المقدمة في التسويق، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الطبعة الأولى، الإسكندرية، ٢٠٠٥.
- 9- مهدي بن معيض ال سلطان، تحليل التغيرات الموسمية لمتوسط أسعار الجملة والتجزئة والهامش التسويقي لأهم أصناف التمور بالمملكة العربية السعودية، كلية علوم الأغذية والزراعة، جامعة الملك سعود، المجلد (١٠)، العدد (١)، الرياض، ٢٠١١.
- ١٠- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي، نشرة الاقتصاد الزراعي، أعداد متفرقة.
- ١١- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة إحصاءات التكاليف وصافي العائد، العدد الأول، المحاصيل الحقلية والخضر الشتوية، أعداد متفرقة.
- ١٢- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، نشرة إحصاءات التكاليف وصافي العائد، العدد الثاني، المحاصيل الحقلية والخضر الصيفية والنيلية والفاكهة، أعداد متفرقة.

وبدراسة الكفاءة التسويقية لمحاصيل البحث خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠٠٠) والواردة بنفس الجدول، تبين أن الكفاءة التسويقية لمحصول البطاطس تراوحت بين حد أدنى قدر بنحو ١٥,٣٩% عام ٢٠١١ وحد أقصى قدر بنحو ٣٩,٣٧% عام ٢٠٠٢، بمتوسط قدر بنحو ٢٩,٩٨%، كما تراوحت الكفاءة التسويقية لمحصول الطماطم بين حد أدنى قدر بنحو ٦,٧٦% عام ٢٠١٢ وحد أقصى قدر بنحو ٢١,٣٨% عام ٢٠٠٠، بمتوسط قدر بنحو ١٤,٣٩%، كما تراوحت الكفاءة التسويقية لمحصول البرتقال بين حد أدنى قدر بنحو ١٢,٠٩% عام ٢٠١٠ وحد أقصى قدر بنحو ٣٨,٢٦% عام ٢٠٠٠، بمتوسط قدر بنحو ٢٤,٥٨%، وبالنسبة للموز البلدي فقد تبين تراوح الكفاءة التسويقية بين حد أدنى قدر بنحو ٣٠,٨٣% عام ٢٠٠١ وحد أقصى قدر بنحو ٦٢,٥٨% عام ٢٠٠٤، بمتوسط قدر بنحو ٤٦,٦٩% خلال فترة البحث.

مما سبق يتبين إنخفاض الكفاءة التسويقية لجميع محاصيل الدراسة ويرجع ذلك إلى ارتفاع الهوامش التسويقية، حيث تبين أن نصيب الوسطاء يمثل جزءاً كبيراً مما يدفعه المستهلك. ومن ثم فإن العمل على خفض التكاليف التسويقية من خلال تطوير وسائل النقل والتخزين والتعبئة والتغليف لرفع كفاءتها من ناحية، ووضع الأنظمة التي من شأنها تحديد هامش ربح مناسب تتفق عليه الدولة متمثلة في وزارة التموين والتجارة الداخلية والتجار متمثلة في رابطة تجار ومنتجي الخضر والفاكهة بسوق النزهة من ناحية أخرى، يساهم بشكل كبير في خفض الهوامش التسويقية ومن ثم رفع الكفاءة التسويقية لمحاصيل الخضر والفاكهة في محافظة الإسكندرية.

## المراجع

- 1- أحمد محمد أحمد الفراجي، وآخرون، الكفاءة التسويقية لبعض محاصيل الخضر في محافظة بغداد للموسم الزراعي الصيفي ٢٠١٤، مجلة العلوم الزراعية العراقية، المجلد (٤٧)، العدد (٣)، ٢٠١٦.
- 2- أشرف محمد علي الضالع، شيرين محمد عفت الفار، تقدير الكفاءة الإنتاجية والتسويقية لمحصول البرتقال أبو سرة بمحافظة البحيرة، المجلة المصرية للاقتصاد



## THE MARKETING EFFICIENCY OF THE MOST IMPORTANT VEGETABLE AND FRUIT CROPS AT NOZHA MARKET IN ALEXANDRIA GOVERNORATE

Ghada S. H. Saleh

Agricultural Economics Research Institute – Agric. Research Center

**ABSTRACT:** *The Marketing efficiency is one of the important economic criteria used to measure the performance of the market. Raising its share is a target for both marketers, consumers, producers and the society as a whole. The problem of research is increased costs of marketing operations and increased the profits of middlemen, which leads to higher price paid by the consumer. The main objective of the study was study the marketing efficiency of the most important vegetable crops (potatoes and tomatoes) and the most important fruit crops (orange and bananas) in the wholesale market for vegetables and fruit trade In the governorate of Alexandria during the period (2000-2017). This objective can be achieved by studying a set of sub-objectives which can be summarized as follows: (1) The development of productivity indicators for the study crops, (2) The quantities and prices of the study crops traded in the market and forecast until 2020, (3) The nature of price and quantity changes using the seasonal index of the study crops and forecasting until 2020, (4) The marketing margins and the distribution of the consumer's pounds for the study crop, (5) Marketing efficiency of study crops.*

*The research found a number of results, the most important of which are: (1) the study of the development of the productive indicators of the study crops during the period 2000-2016, showing the growing area of potatoes, tomatoes and bananas at an annual growth rate of 5.9%, 0.9% 3.2% for each of them, respectively, while the value of the area planted with the orange crop was not significant. The increase in production of potatoes, tomatoes, oranges, and bananas showed an annual growth rate of 6.6%, 1.5%, 4.3%, 3.9% Order during the study period. (2) The prices of potatoes, tomatoes, oranges, and bananas increased by 9.2%, 8.7%, 7.9% and 10.8% respectively during the period 2000-2017. The quantity supplied of potato decreased by 4.7%, while the quantity supplied from the rest of the crops during the study period was not significant. (3) The maximum price for potato crop will be reached in November by about 4.88 thousand pounds per ton. The maximum price for tomato crop will be about 3.61 thousand pounds per tonne in September. The maximum price for the orange crop will be about 2.83 thousand pounds per tonne in May. The maximum price for the banana crop in September will be 18.45 thousand pounds per tonne,(4) The study of marketing margins and distribution of consumer pounds for study crops showing the average value of potatoes, tomatoes, oranges, bananas was 73.13% in 2011, 75.09% in 2012, 82.97% in 2002, 83.01% in 2012. Each of them respectively during the study period, (5) The marketing efficiency was deceased during the period (2000-2017). The highest values for potatoes, tomatoes, oranges, bananas were estimated at 39.37% in 2002, 21.38% in 2000 , 38.26% in 2000, 62.58% in 2004 respectively.*

*The study reached a set of recommendations that would raise the marketing efficiency of the most important vegetable and fruit crops. These include: (1) Developing a marketing database that contributes to the formulation of agricultural marketing policies, By providing data on the marketing costs in the different marketing channels on a regular basis, increasing the efficiency of the marketing system in the Alexandria market, (2) Make some structural and organizational changes in the market in Alexandria, which will reduce marketing costs and reduce losses and damage during all stages of marketing, through the development of trading, packaging, transport and storage of vegetables and fruits, (3) Make a clear price policy for vegetable and fruit crops, and control of markets, thereby protecting the producer from price fluctuations while at the same time reducing the extraordinary profits in the wholesale and retail markets.*

**Key words:** *Efficiency, Marketing, Alexandria*

