



المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي

ISSN: 2311-8547 (Online), 1110-6832 (print)

<https://meae.journals.ekb.eg/>

نظم التسويق المحلي لمحصول المانجو في محافظة الاسماعيلية

د. هشام أحمد عبد الرحيم أحمد

باحث أول

د. منيرة جلال النجار

باحث أول

معهد بحوث الاقتصاد الزراعي – مركز البحوث الزراعية – جمهورية مصر العربية

بيانات البحث

المستخلص

استلام: 2022 / 10 / 12
قبول: 2022 / 11 / 15

تعتبر محافظة الاسماعيلية ثاني المحافظات انتاجا للمانجو علي مستوي الجمهورية حيث بلغ إنتاجها من المانجو حوالي 316 ألف طن يمثل نحو 26.3% من إجمالي إنتاج الجمهورية والذي بلغ نحو 1.2 مليون طن عام 2020.

تتمثل مشكلة البحث في انخفاض الكفاءة التسويقية، مما يحدث تقلبات سعرية بالغة الأثر علي السياسات الإنتاجية والتسويقية لمحصول المانجو. وقد هدف البحث دراسة وتحليل نظم تسويق محصول المانجو في محافظة الاسماعيلية، و تبين أن متوسط تكاليف إنتاج الفدان لأصناف زبدية وعويس و الفونس وصديقة وتيمور و كيت وسكري وأصناف أخرى بلغ نحو 29564، 30701، 31935، 26475، 32909، 26360، 27340، 22760، جنيه علي الترتيب، وأن أعلى تكاليف تسويقية يتحملها المزارع في المسلك التسويقي البيع لتاجر الجملة بسوق الجملة حيث بلغ إجمالي التكاليف التسويقية حوالي 4423، 7492، 6535، 5801، 5034، 5253، 5443، 4928، جنيه/طن للأصناف المذكورة علي الترتيب.

وقد تبين أن أعلى تكاليف تسويقية يتحملها تاجر الجملة في المسلك التسويقي مزارع علي رأس الحقل حيث بلغ متوسط التكاليف التسويقية حوالي 2954، 2420، 2771، 2838، 2496، 2488، 2878، 2901 جنيه/طن للأصناف المذكورة علي الترتيب، وتبين أن أعلى التكاليف التسويقية يتم من خلال الشراء مباشرة من المزارع حيث بلغ متوسط التكاليف للأصناف زبدية وعويس و الفونس وصديقة وتيمور و كيت وسكري وأصناف أخرى نحو 3237، 1828، 1537، 2090، 1874، 2110، 2075، 1870، جنيه للطن علي الترتيب، وأن أعلى كفاءة تسويقية تحققت كانت من خلال المسلك التسويقي عند البيع كلاله وذلك للأصناف زبدية وعويس و الفونس وصديقة وتيمور و كيت وسكري وأخرى، وبلغت قيمتها نحو 62%، 67%، 65%، 66%، 67%، 49%، 68%، 63% وفقا للمعيار الأول علي الترتيب. كما تبين أن أقل كفاءة تسويقية تحققت خلال المسلك التسويقي سوق الجملة بنحو 50%، 43%، 45%، 49%، 51%، 32% للأصناف المذكورة علي الترتيب.

كما تبين أن أهم المشكلات تتمثل في ارتفاع تكاليف النقل واسعار الوقود تمثل حوالي 80% من آراء المزارعين، وسوء العبوات المستخدمة بنسبة 90% من آراء التجار، وأهم المقترحات هي توفير سيارات مجهزة لنقل المحصول بأسعار مدعومة بنسبة 90%.

يوصي البحث بضرورة الاهتمام بالبنية التسويقية الاساسية لتجنب الفاقد أثناء تسويق محصول

المانجو.

الباحث المسؤول: د/ هشام عبدالرحيم

البريد الإلكتروني: dr_hesham76@yahoo.com



Available Online at Ekb Press

Egyptian Journal of Agricultural Economics

ISSN: 2311-8547 (Online), 1110-6832 (print)

<https://meae.journals.ekb.eg/>

Local Marketing Systems For The Mango Crop In Ismailia Governorate

Dr. Hisham Ahmed Abdel Rahim Ahmed and Dr. Monera Galal El Naggar

Senior Researcher

Agricultural Economics Research Institute - Agricultural Research Center

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article History

Received:12-10-2022

Accepted:15-11-2022

Keywords:

Marketing efficiency -
mango marketing -
Ismailia - marketing
paths - wastage

Ismailia Governorate is considered the second mango-producing governorate at the level of the Republic, as its production of mango reached about 316 thousand tons, representing about 26.3% of the total production of the Republic, which amounted to about 1.2 million tons in 2020.

The research problem is the low marketing efficiency, which causes price fluctuations that have a significant impact on the production and marketing policies of the mango crop. The research aimed to study and analyze the marketing systems of the mango crop in the Ismailia Governorate. It was found that the average costs of Feddan production for the kinds of Zabdiya, Uwais, Alfons, Sedika, Timor, Kit, Sukkari and other kind were about 29564, 30701, 31935, 26475, 32909, 26360, 27340, 22760 pounds respectively. The highest marketing costs fall on the farms in the marketing methods, selling to the wholesaler in the wholesale market, where the total marketing costs were about 4423, 7492, 6535, 5801, 5034, 5253, 5443 and 4928 pounds / ton for the items mentioned respectively.

It was found that the highest marketing costs for the wholesaler in the marketing path are farms on the head of the field, where the average marketing costs amounted to about 2954, 2420, 2771, 2838, 2496, 2488, 2878, 2901 pounds / ton for the mentioned items, respectively.

It was found that the highest marketing costs are through purchasing directly from the farms, where the average costs for the varieties Butter, Owais, Alfons, Sedika, Timor, Kit, Sukkari and other varieties amounted to about 3237, 1828, 1537, 2090, 1874, 2110, 2075, 1870 pounds per ton, respectively. The highest marketing efficiency through the marketing path when selling on trees for the varieties Zabdiya, Uwais, Alfons, Sedika, Timor, Kit, Sukkari and other items, and their value amounted to about 62%, 67%, 65%, 66%, 67%, 49%, 68%, 63%, according to For the first criterion, respectively. It was found that the least marketing efficiency was achieved during the marketing way in the wholesale market by about 50%, 43%, 45%, 49%, 51% and 32% for the mentioned items, respectively.

The most important problems are the high transportation costs and fuel prices, which represent about 80% of farmers' opinions, bad used containers account for 90% of merchants' opinions. The most important suggestions are to provide cars equipped to transport the crop at prices subsidized by 90%.

The research recommended that it should be pay attention to the marketing structure to reduce losses during the marketing of the crop.

Corresponding Author: Hisham Ahmed Abdel Rahim Ahmed

Email: dr_hesham76@yahoo.com

© The Author(s) 2022.

مقدمة

تبذل الدولة جهود كبيرة لتطوير نظم التسويق المحلي للمحاصيل البستانية، وذلك باعتبارها من المحاصيل سريعة العطب، وتزيد أهمية تحسين نظم التسويق المحلي للحاصلات البستانية نظراً لارتفاع الفاقد منها أثناء عملية التسويق. ومن هذا المنطلق فإن رفع كفاءة نظم الخدمات التسويقية لتلك الحاصلات قد يساهم إلى حد كبير في إطالة فترة صلاحية تلك الحاصلات سواء للاستهلاك المحلي والحد من ارتفاع نسبة الفاقد أثناء التداول والمراحل التسويقية المختلفة، فضلاً عن زيادة السعر المزرعي وانخفاض تكاليف التسويق ومن ثم ارتفاع صافي العائد الذي يحصل عليه المزارعين، الأمر الذي قد يؤدي إلى تشجيع الزراع لإنتاج تلك الحاصلات والتغلب على مشكلة زيادة تكاليف الإنتاج والتسويق وزيادة الربحية.

هذا ويعتبر محصول المانجو من أهم محاصيل الفاكهة حيث بلغ حجم الإنتاج السنوي نحو 1.20 مليون طن يمثل حوالي 10.4% من إجمالي إنتاج الفاكهة في مصر والذي بلغ حوالي 11.58 مليون طن عام 2020، كما يعتبر ثالث محاصيل الفاكهة أهمية بعد الموالح والبرتقال (قطاع الشؤون الاقتصادية 2020).

كما تعتبر محافظة الاسماعيلية أولى المحافظات من حيث المساحة المزروعة بالمانجو حيث بلغت المساحة المثمرة حوالي 110 ألف فدان تمثل نحو 39.4% من إجمالي المساحة المثمرة على مستوى الجمهورية والبالغة حوالي 270 ألف فدان، وثاني المحافظات انتاجاً للمانجو على مستوى الجمهورية حيث بلغ إنتاجها من المانجو حوالي 316 ألف طن يمثل نحو 26.3% من إجمالي إنتاج الجمهورية والذي بلغ نحو 1.2 مليون طن عام (قطاع الشؤون الاقتصادية 2020).

مشكلة البحث:

يعتبر انخفاض الكفاءة التسويقية من أهم المعوقات التي تواجه المزارع وتاجر الجملة وتاجر التجزئة على مستوى الجمهورية بصفة عامة ومحافظة الاسماعيلية بصفة خاصة، مما يحدث تقلبات سعرية بالغة الأثر على السياسات الإنتاجية والتسويقية فضلاً عن الآثار السلبية المحتملة على أرباحية المزارعين، الأمر الذي يتطلب ضرورة التعرف على الجوانب التسويقية لمحصول المانجو في محافظة الاسماعيلية كونها من أهم المحافظات إنتاجاً للمانجو، في ظل ندرة البيانات الخاصة بالمسالك والاقتصاديات التسويقية بصفة تفصيلية لمعرفة أسباب المشكلة التسويقية.

الهدف من البحث:

استناداً إلى مشكلة البحث والسعي إلى دراسة النظم التسويقية لمحصول المانجو في محافظة الاسماعيلية، فإن البحث يستهدف بصفة رئيسية دراسة المسالك التسويقية لمحصول المانجو من خلال المزارع وتاجر الجملة وتاجر التجزئة لموسم الإنتاج 2021/2020. وتحقيقاً لهذا الهدف فسوف يتناول البحث بالدراسة والتحليل الأهداف الفرعية الآتية:

1. دراسة المسالك التسويقية لمحصول المانجو على مستوى المزارع وتاجر الجملة وتاجر التجزئة وتحديد أرباحية المتعاملين في المسلك التسويقي.
2. تقدير الكفاءة التسويقية للمانجو خلال المسالك التسويقية المختلفة.
3. التعرف على الفاقد التسويقي للمانجو على مستوى المراحل التسويقية المختلفة.
4. دراسة المشاكل التسويقية التي تواجه كل من المنتج وتاجر الجملة والتجزئة والحلول لها.

الطريقة البحثية ومصادر البيانات:

أعتمد البحث على منهجية التحليل الاقتصادي الوصفي والكمي، كما تناول البحث تقدير بعض المؤشرات الخاصة بتحليل التكاليف التسويقية والإنتاجية وأرباح الوسطاء والعائد الفدائي وقيمة الفاقد الاقتصادي وقياس الكفاءة التسويقية، وقد أعتمد البحث على مصدرين الأول هو عينة عشوائية للمزارعين وتاجر الجملة والتجزئة بمحافظة الاسماعيلية، بالنسبة للمزارعين تم اختيار عينة عشوائية من عدد (60) مزارع للمانجو وذلك بمركز الاسماعيلية والذي يعتبر أكبر المراكز التي تقوم بزراعة المانجو بالمحافظة، كما تم اختيار عدد (30) تاجر للجملة من تجار سوق المستقبل بمدينة الاسماعيلية، وتم أيضاً اختيار إجمالي عدد (30) تاجر تجزئة بكل من سوق الجمعة (13 تاجر) وسوق المستقبل (17 تاجر) بمدينة الاسماعيلية، والمصدر الثاني للبيانات الثانوية بقطاع الشؤون الاقتصادية بوزارة الزراعة ومديرية الزراعة بالإسماعيلية.

الاهمية النسبية لمراكز زراعة المانجو في محافظة الاسماعيلية

يوضح جدول (1) الأهمية النسبية لمساحة مراكز زراعة المانجو بمحافظة الاسماعيلية، وقد تبين أن عدد المراكز بمحافظة الاسماعيلية هي سبعة مراكز ويتم زراعة محصول المانجو في معظم مراكز المحافظة بمساحة كلية اجمالية بلغت حوالي 117.9 ألف فدان ومساحة مثمرة بلغت حوالي 110.5 ألف فدان، جاء في المرتبة الأولى مركز الاسماعيلية بمساحة كلية بلغت حوالي 13.7 ألف فدان ومساحة مثمرة بلغت حوالي 13 ألف فدان تمثل حوالي 29%، 29% من إجمالي المساحة الكلية والمثمرة من الاراضي القديمة والتي بلغت حوالي 47.7، 44.5 ألف فدان على الترتيب عام 2020، بينما بلغت مساحة الاراضي الجديدة حوالي 70، 66 ألف فدان للمساحات الكلية والمثمرة على الترتيب عام 2020.

جدول (1) الأهمية النسبية لمساحة مراكز زراعة المانجو في محافظة الاسماعيلية موسم انتاج 2021/2020

المساحة المثمرة		المساحة الكلية		المساحة المركز
%	فدان	%	فدان	
29	13044	29	13702	الاسماعيلية
15	6811	15	6976	فايد
5	2020	4	1997	التل الكبير
26	11624	25	11701	القنطرة غرب
—	—	—	—	القنطرة شرق
1	455	1	455	القصاصين
24	10503	27	12830	أبو صوير
100	44457	100	47661	إجمالي
66013		70271		أراضي جديدة
110470		117932		إجمالي عام

المصدر: وزارة الزراعة - قطاع الشؤون الاقتصادية - سجلات الإحصاءات الزراعية بيانات غير منشورة عام 2020

أولاً: تحليل أساليب تسويق محصول المانجو على مستوى المزارع

تقدير تكاليف إنتاج الفدان لمحصول المانجو بعينة الدراسة

يوضح جدول (2) الأهمية النسبية لبنود تكاليف إنتاج الفدان لمحصول المانجو بعينة الدراسة بمحافظة الاسماعيلية لموسم الانتاج 2021/2020، وقد تبين أن متوسط تكاليف إنتاج الفدان لأصناف زبدية وعويس و الفونس وصديقة وتيمور وكيت وسكري وأصناف أخرى بلغ نحو 29564، 30701، 31935، 26475، 32909، 26360، 27340، 22760، جنيهه علي الترتيب. وكان بند التكاليف الأخرى يمثل أعلى بنود التكاليف بنسبة 39%، 39%، 38%، 45%، 41%، 45%، 37%، 29%، 22%، 29% للأصناف المذكورة علي الترتيب، يليه بند تكاليف العمل اليدوي حيث مثل حوالي 29%، 27%، 28%، 21%، 27%، 21%، 29%، 22%، 29% للأصناف علي الترتيب.

المسالك التسويقية المختلفة للمانجو بالنسبة للمزارع بعينة الدراسة

يوضح جدول (3) متوسط الكميات المسوقة من المانجو للمزارع وفق المسالك التسويقية المختلفة بعينة الدراسة بمحافظة الاسماعيلية لموسم 2021/2020، وقد تبين وجود أربعة مسالك تسويقية للمانجو هي البيع كلاله حيث يباع المحصول علي الشجر بالاتفاق مع المشتري سواء قبل اكتمال نضج المحصول أو ظهوره لمدة موسم انتاجي واحد أو أكثر وفق الاتفاق بين الطرفين، وقد يلجأ المزارع لهذا الاتفاق نتيجة لضعف القدرة المادية أو الخبرة التسويقية اللازمة لأجراء العمليات التسويقية علي المحصول أو تخوف المزارع من تذبذب الاسعار، أما المسلك الثاني لبيع المحصول هو بيع المحصول علي رأس الحقل لتاجر الجملة حيث يتم حضور تاجر الجملة للحقل لشراء المحصول بالكيلو، أما المسلك الثالث هو البيع لتاجر تجزئة علي رأس الحقل حيث يحضر التاجر لشراء المحصول بالكيلو ويتم البيع بدون وسيط، أما المسلك التسويقي الرابع هو البيع لتاجر جملة في سوق الجملة حيث يقوم المزارع بجمع المحصول والذهاب لسوق الجملة ويتم البيع مقابل عمولة يحصل عليها تاجر الجملة بالسوق وتتراوح العمولة بين 8-12%.

وقد تبين من خلال التحليل الاقتصادي للمسالك التسويقية المختلفة لبعض أصناف المانجو بعينة الدراسة أن إجمالي الكميات المسوقة بالعينة بلغ نحو 2803 طن، وكانت أهم مسالك التسويق لمعظم الاصناف لتاجر جملة علي رأس الحقل بنسبة 57%، يليه تاجر تجزئة علي رأس الحقل بنحو 32% ثم التسويق كلاله بنحو 9% وسوق الجملة بنحو 2% من إجمالي الكميات المسوقة للمزارع بعينة الدراسة.

وقد تبين أن أهم المسالك التسويقية لأصناف المانجو هو تاجر الجملة علي رأس الحقل حيث بلغ نسب الكميات المسوقة في هذا المسلك نحو 53%، 63%، 71%، 63%، 66%، 49%، 55% لاصناف الزبدية وعويس و الفونس وصديقة وتيمور وكيت والسكري علي الترتيب، بينما كان أهم المسالك في اصناف المانجو الأخرى هو سوق الجملة بنسبة 40% من إجمالي الكميات المسوقة بعينة الدراسة.

(جنيه / فدان)

جدول (2) تكاليف إنتاج محصول المانجو بعينة الدراسة بمحافظة الاسماعيلية موسم (2020-2021)

الصنف		زبدية		عويس		الفونس		صديقة		تيمور		كيت		سكري		أخري	
البيان		%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة
تكاليف العمل اليدوي		29	8474	27	8342	28	9071	21	5578	27	8931	21	5590	22	6133	29	6710
تكاليف العمل الآلي		7	2128	7	2160	7	2337	6	1638	7	2216	6	1575	7	1792	4	1000
السماذ البلدي		4	1294	4	1276	4	1376	4	1045	4	1332.6	5	1290	4	1166	4	900
السماذ الكيماوي		5	1484	5	1483	5	1544	4	1110	5	1639	4	1155	5	1326	4	1000
المبيدات		3	935	3	1072	3	930	5	1225	3	947	3	900	4	978	5	1200
تكاليف أخرى		39	11400	39	11912	38	12258	45	11980	41	13461	45	11950	45	12258	37	8450
إجمالي التكاليف بدون ايجار		87	25714	85	26246	86	27515	85	22575	87	28527	85	22460	87	23652	85	19260
الايجار		13	3850	15	4455	14	4420	15	3900	13	4382	15	3900	13	3688	15	3500
اجمالي التكاليف متضمنة الايجار		100	29564	100	30701	100	31935	100	26475	100	32909	100	26360	100	27340	100	22760

المصدر: جمعت وحسبت من استبيان عينة الدراسة الميدانية بمحافظة الاسماعيلية موسم (2020-2021)

الكميات المسوقة وفق المسلك التسويقي (طن)								إجمالي الكميات المسوقة (طن)	عدد المزارعين بالعينة	البيان المحصول
%	سوق الجملة	%	تاجر تجزئة علي رأس الحقل	%	تاجر جملة علي رأس الحقل	%	كلالة			
3	15	38	213	53	300	6	33	561	48	زبدية
1	3	27	92	63	212	9	31	338	30	عويس
2	5	27	77	71	205	0	1	288	36	الفونس
4	8	26	52	63	126	7	15	201	13	صديقة
1	3	33	122	66	242	0	1	368	30	تيمور
1	14	34	336	49	490	16	154	993	12	كيت
21	9	12	5	55	23	12	5	42	12	سكري
40	5	15	2	30	4	15	2	12	6	أخرى
2	62	32	899	57	1602	9	242	2803	----	الإجمالي

*ملاحظة: يقوم المزارع المنتجة بزراعة أكثر من نوع من المانجو

المصدر: جمعت وحسبت من استبيان عينة الدراسة الميدانية بمحافظة الاسماعيلية موسم (2020-2021)

التكاليف التسويقية للمزارع في المسالك المختلفة

يوضح جدول (4) التكاليف التسويقية التي يتحملها المزارع لمحصول المانجو بعينة الدراسة بمحافظة الاسماعيلية لموسم الانتاج 2021/2020، وقد تبين أن أهم بنود التكاليف التسويقية للمانجو هي الجمع والفرز والعبوات ونقل المحصول للسوق وعمولة تاجر الجملة ورسم دخول السوق وبعض التكاليف الأخرى، وبالنسبة لأصناف المانجو الزبدية والعيوس والفونس وصديقة وتيمور وكيت والسكري وأصناف أخرى تبين أن اعلي تكاليف تسويقية يتحملها المنتج في المسلك التسويقي البيع لتاجر الجملة بسوق الجملة حيث بلغ إجمالي التكاليف التسويقية حوالي 4423، 7492، 6535، 5801، 5034، 5253، 5443، 4928، جنيه/طن للأصناف المذكورة علي الترتيب، يليه من حيث ترتيب اعلي تكاليف تسويقية هو مسلك تاجر التجزئة علي رأس الحقل بالنسبة لأصناف الزبدية والعيوس والفونس وصديقة وكيت وأصناف أخرى وبلغ نحو 2980، 5594، 4277، 3537، 3266، 3462، جنيه/طن علي الترتيب، بينما كان بالنسبة لأصناف تيمور وسكري مسلك تاجر الجملة علي رأس الحقل حيث بلغ نحو 3342، 4025، جنيه/طن علي الترتيب، بينما جاء مسلك تاجر التجزئة علي رأس الحقل في الترتيب الاخير لتكاليف التسويق بالنسبة لأصناف زبدية و عويس والفونس وصديقة وكيت وأخرى حيث بلغ حوالي 2224، 5443، 3632، 3343، 3037، 3234 جنيه / طن علي الترتيب، وبالنسبة لصنفي تيمور وسكري كان أقل تكاليف المسالك التسويقية هو تاجر تجزئة علي رأس الحقل حيث بلغ نحو 2997، 3315 جنيه /طن علي الترتيب.

يتضح مما سبق وجود زيادة واضحة في التكاليف التسويقية التي يتحملها المزارع في حال البيع في سوق الجملة مقارنة بالمسالك التسويقية الأخرى وقد يرجع السبب في ذلك لتحمل المزارع لتكاليف النقل علس المسالك الأخرى.

جدول (4) التكاليف التسويقية التي يتحملها المزارع وفق المسالك التسويقية المختلفة بعينة الدراسة موسم 2021/2020

الصفحة	بنود التكاليف														
	التكاليف التسويقية (جنيه / طن)														
المسلك التسويقي	الجمع	%	فرز	%	عبوات	%	نقل	%	عمولة	%	رسم دخول السوق	%	أخري	%	إجمالي التكاليف التسويقية
زبدية	تاجر جملة علي راس الحقلة	473	21	204	9	327	15						1220	55	2224
	تاجر تجزئة علي راس الحقل	492	17	325	11	485	16						1678	56	2980
	سوق الجملة	400	9	250	6	500	11	213	5	1600	36	10	0.2	33	4423
عويس	تاجر جملة علي راس الحقلة	1117	21	451	8	716	13						3159	58	5443
	تاجر تجزئة علي راس الحقل	903	16	569	10	869	16						3253	58	5594
	سوق الجملة	450	6	200	3	500	7	322	4	2600	35	10	0.1	46	7492
الفوش	تاجر جملة علي راس الحقلة	695	19	296	8	469	13						2172	60	3632
	تاجر تجزئة علي راس الحقل	673	16	443	10	671	16						2490	58	4277
	سوق الجملة	400	6	250	4	500	8	355	5	2500	38	10	0.2	39	6535
صديقية	تاجر جملة علي راس الحقلة	425	13	215	6	385	12						2318	69	3343
	تاجر تجزئة علي راس الحقل	403	11	260	7	439	12						2435	69	3537
	سوق الجملة	400	7	250	4	500	9	226	4	1800	31	10	0.2	45	5801
تيمور	تاجر جملة علي راس الحقلة	660	20	286	9	461	14						1936	58	3342
	تاجر تجزئة علي راس الحقل	470	16	280	9	502	17						1745	58	2997
	سوق الجملة	400	8	200	4	500	10	199	4	1900	38	10	0.2	36	5034
كيت	تاجر جملة علي راس الحقلة	350	12	160	5	340	11						2187	72	3037
	تاجر تجزئة علي راس الحقل	335	10	190	6	376	12						2365	72	3266
	سوق الجملة	400	8	200	4	500	10	416	8	1500	29	10	0.2	42	5253
سكري	تاجر جملة علي راس الحقلة	688	17	295	7	543	13						2500	62	4025
	تاجر تجزئة علي راس الحقل	400	12	200	6	500	15						2215	67	3315
	سوق الجملة	400	7	200	4	500	9	515	9	1500	28	10	0.2	43	5443
أخري	تاجر جملة علي راس الحقلة	400	12	200	6	500	15						2134	66	3234
	تاجر تجزئة علي راس الحقل	400	12	200	6	500	14						2362	68	3462
	سوق الجملة	400	8	200	4	500	10	138	3	1500	30	10	0.2	44	4928

المصدر: جمعت وحسبت من استبيان عينة الدراسة الميدانية بمحافظة الاسماعيلية موسم (2020-2021)

صافي العائد الفدائي للمزارع في المسالك التسويقية المختلفة

يوضح جدول (5) صافي العائد الفدائي للمزارع وفق المسالك التسويقية المختلفة بعينة الدراسة موسم 2021/2020 وبحساب إجمالي التكاليف التسويقية والإنتاجية لطن المانجو بالمسالك التسويقية المختلفة بعينة الدراسة بالنسبة لأصناف زبدية وعويس والفونس وصديقة وتيمور وكيث وسكري وأخري تبين أن أعلى إجمالي تكاليف تحقق خلال المسلك التسويقي عند البيع في سوق الجملة حيث بلغ نحو 11452، 15364، 14139، 13824، 13061، 8768، 11825، 14262 جنيه / طن علي الترتيب، يليه من حيث الترتيب مسلك تاجر التجزئة علي رأس الحقل بالنسبة لأصناف زبدية وعويس والفونس وصديقة وكيث وأخري حيث بلغ نحو 10019، 13466، 11881، 11560، 6781، 10359، 10359 جنيه / طن علي الترتيب، بينما لأصناف تيمور وسكري كان أعلى تكاليف إنتاج وتسويق لمسلك تسويقي هو تاجر الجملة علي رأس الحقل حيث بلغ نحو 11369، 12844، 11369، 12844 جنيه / طن علي الترتيب، وقد يعزي ذلك لارتفاع التكاليف الإنتاجية مقارنة بباقي الأصناف.

وبحساب صافي العائد للطن بالمسالك التسويقية بعينة الدراسة تبين أن أعلى عائد تحقق بالمسلك التسويقي البيع كلاله لأصناف الفونس وكيث وسكري وأخري حيث بلغ نحو 12396، 6485، 7181، 5103 جنيه / طن علي الترتيب وقد يعزي ذلك لعدم وجود تكاليف تسويقية يتحملها المزارع في هذا المسلك، بينما كان المسلك التسويقي سوق الجملة بالنسبة لأصناف زبدية وصديقة حيث بلغ نحو 4538، 4176، 4176 جنيه / طن علي الترتيب، بالنسبة لصنف عويس كان أعلى عائد للمزارع من المسلك التسويقي تاجر التجزئة علي رأس الحقل حيث بلغ نحو 11201 جنيه/ طن، وبالنسبة لصنف تيمور كان أعلى عائد في المسلك التسويقي تاجر جملة علي رأس الحقل حيث بلغ نحو 7381 جنيه / طن.

وبحساب صافي العائد الفدائي بالمسالك التسويقية بعينة الدراسة تبين أن أعلى عائد بالمسلك التسويقي البيع كلاله لأصناف الفونس وكيث وسكري وأخري حيث بلغ نحو 52063، 48638، 22261، 16840 جنيه / طن علي الترتيب، بينما كان المسلك التسويقي سوق الجملة بالنسبة لأصناف زبدية وصديقة حيث بلغ نحو 13781، 19060، 19060، 43683 جنيه / طن، وبالنسبة لصنف تيمور كان أعلى عائد في المسلك التسويقي تاجر جملة علي رأس الحقل حيث بلغ نحو 30262 جنيه / طن.

مما سبق يتبين لجوء بعض التجار للبيع كلاله لعدم توفر القدرة المالية وضعف اجراء العمليات التسويقية مما يضطر المنتج للبيع وفق هذا المسلك بينما بعض المزارعين يكون العائد لهم مجزي عند البيع في سوق الجملة بعد توصيل المحصول لتاجر الجملة والبيع بالعمولة.

المصدر: جمعت وحسبت من استمارات الاستبيان بعينة الدراسة الميدانية ومن جداول (2، 4) بالبحث

الصفحة	المسلك التسويقي	البيان	تكاليف الإنتاج للطن (جنيه)	تكاليف التسويق للطن (جنيه)	إجمالي تكاليف الإنتاج والتسويق للطن (جنيه)	متوسط سعر البيع للطن (جنيه)	صافي العائد للطن (جنيه)	الإنتاجية الفدان	صافي العائد الفداني
زيتون	كلالة		7039		7039	11000	3961	4.2	16636
	تاجر جملة علي رأس الحقل		7039	2224	9263	11083	1820	4.2	7645
	تاجر تجزئة علي رأس الحقل		7039	2980	10019	13000	2981	4.2	12520
	سوق الجملة		7039	4423	11462	16000	4538	4.2	19060
عنب	كلالة		7872		7872	16750	8878	3.9	34624
	تاجر جملة علي رأس الحقل		7872	5443	13315	20300	6985	3.9	27242
	تاجر تجزئة علي رأس الحقل		7872	5594	13466	24667	11201	3.9	43683
	سوق الجملة		7872	7492	15364	26000	10636	3.9	41480
القرن	كلالة		7604		7604	20000	12396	4.2	52063
	تاجر جملة علي رأس الحقل		7604	3632	11236	20550	9314	4.2	39119
	تاجر تجزئة علي رأس الحقل		7604	4277	11881	21000	9119	4.2	38300
	سوق الجملة		7604	6535	14139	25000	10861	4.2	45616
مشمية	كلالة		8023		8023	12000	3977	3.3	13124
	تاجر جملة علي رأس الحقل		8023	3343	11366	12500	1134	3.3	3742
	تاجر تجزئة علي رأس الحقل		8023	3537	11560	14250	2690	3.3	8877
	سوق الجملة		8023	5801	13824	18000	4176	3.3	13781
تفاح	كلالة		8027		8027	15000	6973	4.1	28589
	تاجر جملة علي رأس الحقل		8027	3342	11369	18750	7381	4.1	30262
	تاجر تجزئة علي رأس الحقل		8027	2997	11024	18000	6976	4.1	28602
	سوق الجملة		8027	5034	13061	19000	5939	4.1	24350
كاجو	كلالة		3515		3515	10000	6485	7.5	48638
	تاجر جملة علي رأس الحقل		3515	3037	6552	11000	4448	7.5	33360
	تاجر تجزئة علي رأس الحقل		3515	3266	6781	12500	5719	7.5	42893
	سوق الجملة		3515	5253	8768	15000	6232	7.5	46740
مكرو	كلالة		8819		8819	16000	7181	3.1	22261
	تاجر جملة علي رأس الحقل		8819	4025	12844	18000	5156	3.1	15984
	تاجر تجزئة علي رأس الحقل		8819	3315	12134	18000	5866	3.1	18185
	سوق الجملة		8819	5443	14262	20000	5738	3.1	17788
أخري	كلالة		6897		6897	12000	5103	3.3	16840
	تاجر جملة علي رأس الحقل		6897	3234	10131	13000	2869	3.3	9468
	تاجر تجزئة علي رأس الحقل		6897	3462	10359	14000	3641	3.3	12015
	سوق الجملة		6897	4928	11825	15000	3175	3.3	10478

جدول (6) كمية وقيمة الفاقد التسويقي للمزارع لمحصول المانجو وفق المسلك التسويقي بعينة الدراسة لموسم 2021/2020

الصفحة	البيان المسلك التسويقي	نسبة الفاقد %	السعر (جنيه / كيلو)	الفاقد للفدان		الفاقد للطن	
				كمية الفاقد (كجم / فدان)	قيمة الفاقد(جنيه)	كمية الفاقد (كيلو)	قيمة الفاقد(جنيه)
زبدية	تاجر جملة علي رأس الحقلة	5.5	11.1	231	2560	55	610
	تاجر تجزئة علي رأس الحقل	3.0	13.0	126	1638	30	390
	سوق الجملة	8.3	16.0	349	5578	83	1328
عويس	تاجر جملة علي رأس الحقلة	7.0	20.3	273	5542	70	1421
	تاجر تجزئة علي رأس الحقل	5.3	24.7	207	5099	53	1307
	سوق الجملة	10.0	26.0	390	10140	100	2600
الفوس	تاجر جملة علي رأس الحقلة	3.2	20.6	134	2769	32	659
	تاجر تجزئة علي رأس الحقل	10.3	21.0	433	9085	103	2163
	سوق الجملة	10.0	25.0	420	10500	100	2500
صديقة	تاجر جملة علي رأس الحقلة	1.2	12.5	40	495	12	150
	تاجر تجزئة علي رأس الحقل	5.2	14.3	172	2445	52	741
	سوق الجملة	10.0	18.0	330	5940	100	1800
تيهور	تاجر جملة علي رأس الحقلة	4.2	18.8	172	3229	42	788
	تاجر تجزئة علي رأس الحقل	5.3	18.0	217	3911	53	954
	سوق الجملة	10.0	19.0	410	7790	100	1900
كيت	تاجر جملة علي رأس الحقلة	2.7	11.0	203	2228	27	297
	تاجر تجزئة علي رأس الحقل	2.9	12.5	218	2719	29	363
	سوق الجملة	10.0	15.0	750	11250	100	1500
سكري	تاجر جملة علي رأس الحقلة	5.5	18.0	171	3069	55	990
	تاجر تجزئة علي رأس الحقل	10.0	18.0	310	5580	100	1800
	سوق الجملة	10.0	20.0	310	6200	100	2000
أخري	تاجر جملة علي رأس الحقلة	10.0	13.0	330	4290	100	1300
	تاجر تجزئة علي رأس الحقل	10.0	14.0	330	4620	100	1400
	سوق الجملة	10.0	15.0	330	4950	100	1500

المصدر: جمعت وحسبت من استبيان عينة الدراسة الميدانية بمحافظة الاسماعيلية موسم (2020-2021)

جدول (7) الأهمية النسبية لمصادر حصول تاجر الجملة لمحصول المانجو من المصادر المختلفة بعينة الدراسة بمحافظة الإسماعيلية موسم 2021/2020

البيان الصف	مزارع بالسوق		مزارع رأس الحقل		مورد محلي		الإجمالي كمية التعامل اليومي (طن)
	كمية التعامل اليومي (طن)	%	كمية التعامل اليومي (طن)	%	كمية التعامل اليومي (طن)	%	
زبدية	203	77	19	7	41	16	263
عويس	111	62	23	13	45	25	179
الفونس	98	55	28	15	52	29	178
صديقة	101	76	9	7	22	17	132
تيمور	52	69	12	16	11	15	75
كيت	106	85	12	10	7	6	125
سكري	214	85	16	6	22	9	252
أخري	288	80	25	7	48	13	361

المصدر: جمعت وحسبت من استبيان عينة الدراسة الميدانية بمحافظة الإسماعيلية موسم (2021/2020)

مسالك بيع تاجر الجملة لمحصول المانجو

يوضح جدول (8) الأهمية النسبية لأسلوب البيع المتبع لتاجر الجملة لمحصول المانجو بعينة الدراسة بمحافظة الإسماعيلية لموسم 2021/2020، وقد تبين وجود نوعين من مسالك البيع وهما البيع بالمزاد والبيع للتاجر مباشرة بالاتفاق وأن أهم أساليب البيع للمانجو لتاجر الجملة عن طريق البيع بالمزاد للصف زبدية وصديقة وكيت وسكري وأخري حيث بلغت نسب البيع بهذا المسلك حوالي 64%، 69%، 74%، 78%، 79% من متوسط إجمالي كمية البيع اليومية علي الترتيب، بينما مسلك البيع للتجار مباشرة بالاتفاق بين الطرفين أهم المسالك بالنسبة لصف عويس والفونس وتيمور حيث بلغ نسب البيع من كمية التعامل اليومية حوالي 76%، 56%، 73% علي الترتيب من إجمالي كمية البيع اليومية لتاجر الجملة وقد يرجع السبب في زيادة نسبة السوق من هذه الاصناف عن طريق البيع مباشرة بدون مزاد إلي بيع كميات كبيرة منها للمستهلكين اللذين يقومون بالشراء مباشرة من سوق الجملة .

جدول (8) الأهمية النسبية لأسلوب البيع المتبع للمانجو لتاجر الجملة بعينة الدراسة موسم 2021/2020

البيان الصف	البيع بالمزاد		البيع للتجار مباشرة بالاتفاق		الإجمالي كمية التعامل اليومي (طن)
	كمية التعامل اليومي (طن)	%	كمية التعامل اليومي (طن)	%	
زبدية	169	64	94	36	263
عويس	48	27	131	73	179
الفونس	78	44	100	56	178
صديقة	91	69	41	31	132
تيمور	20	27	55	73	75
كيت	93	74	32	26	125
سكري	196	78	56	22	252
أخري	283	79	78	21	361

المصدر: جمعت وحسبت من استبيان عينة الدراسة الميدانية بمحافظة الإسماعيلية موسم (2021/2020)

التكاليف التسويقية لتاجر الجملة خلال المسالك التسويقية المختلفة

يوضح جدول (9) التكاليف التسويقية التي يتحملها تاجر الجملة لمحصول المانجو بعينة الدراسة بمحافظة الإسماعيلية لموسم الانتاج 2021/2020، وقد تبين أن أهم بنود التكاليف التسويقية للمانجو هي الوزن والتفريغ وإهلاك العبوات ونقل المحصول للسوق ورسوم الدخول للسوق وبعض التكاليف الأخرى، وبالنسبة لصنف المانجو الزبدية والعويس والفونس وصديقة وتيمور وكيت والسكري وأصناف أخرى تبين أن أعلى تكاليف تسويقية يتحملها تاجر الجملة في المسلك التسويقي مزارع علي رأس الحقل حيث بلغ متوسط التكاليف التسويقية حوالي 2954،2420،2771، 2838، 2496، 2488، 2878، 2901 جنيه/طن للأصناف المذكورة علي الترتيب، يليه من حيث ترتيب اعلي تكاليف هو مسلك مزارع بالسوق بالنسبة لصنف عويس والفونس وصديقة وكيت حيث بلغ متوسط التكاليف نحو 1475، 1600، 1400، 1150، جنيه/ طن علي الترتيب، أما اصناف زبدية وتيمور وسكري وأخري بلغ متوسط التكاليف لنفس المسلك حوالي 1150، 900،1300،1100 جنيه/ للطن. أما التكاليف التسويقية لتاجر الجملة خلال المورد المحلي لأصناف المانجو زبدية وعويس والفونس وصديقة وتيمور وكيت وسكري وأخري بلغ متوسطها نحو 1375، 1265، 1175، 1173، 1417، 1119، 1392، 1083 جنيه /طن.

الفاقد التسويقي للمانجو لتاجر الجملة في المسالك المختلفة

يوضح جدول (10) كمية وقيمة الفاقد لمحصول المانجو علي مستوي تاجر الجملة بعينة الدراسة موسم 2021/2020، قد تبين أن أهم المسالك التسويقية لتاجر الجملة هما البيع بالمزاد والبيع مباشرة للتاجر. من خلال نتائج الجدول تبين أن نسبة الفاقد خلال المسلك التسويقي البيع بالمزاد لأصناف المانجو زبدية وعويس والفونس وصديقة وتيمور وكيت وسكري وأخري بلغت حوالي 0.15%، 0.14%، 0.26%، 0.15%، 0.24%، 0.14%، 0.9%، 0.9%، 0.9% علي الترتيب بمتوسط كمية بلغ حوالي 1.5، 1.4، 2.6، 1.5، 2.4، 1.4، 0.9، 0.9 / طن علي الترتيب بمتوسط قيمة بلغ نحو 24، 34، 59، 28، 44، 21، 17، 13 جنيه علي الترتيب. فيما يتعلق بالمسلك التسويقي البيع لتاجر مباشرة تبين أن نسبة الفاقد لأصناف المانجو زبدية وعويس والفونس وصديقة وتيمور وكيت وسكري وأخري بلغت حوالي 0.7%، 0.5%، 1.3%، 0.9%، 1%، 1.5%، 0.7%، علي الترتيب بمتوسط كمية بلغ حوالي 15، 7، 5، 13، 9، 10، 15، 7 كجم / طن علي الترتيب بمتوسط قيمة بلغ نحو 260، 171، 125، 263، 147، 174، 237، 120 جنيه علي الترتيب. مما سبق يتبين أن نسبة الفاقد علي مستوي تاجر الجملة تعتبر قليلة للغاية إذا ما قورنت بالفاقد علي مستوي المزارع وقد يعزي ذلك لعدم قيام تاجر الجملة بالفرز للمنتج وقد يتم بيع ما تبقى من بعض الثمار التالفة و التي تظهر عند تاجر التجزئة وهو ما يتسبب في ارتفاع نسب الفاقد التسويقي عند تاجر التجزئة.

جدول (9) التكاليف التسويقية التي يتحملها تاجر الجملة لمحصول المانجو وفق المسالك التسويقية المختلفة لبعض الاصناف بعينة الدراسة في محافظة الإسماعيلية موسم 2021/2020

الصف	البيان	وزن وتفريغ		اهلاك عبوات		نقل للسوق		رسوم دخول		أخرى		إجمالي التكاليف
		%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	
زبدية	مزارع بالسوق	39	450							61	700	1150
	مزارع علي رأس حقل	23	685	6	170	12	360	6	171	53	1568	2954
	مورد محلي	27	375							73	1000	1375
عويس	مزارع بالسوق	32	475							68	1000	1475
	مزارع علي رأس حقل	21	498	9	221	8	194	7	168	55	1340	2420
	مورد محلي	41	515							59	750	1265
الفونس	مزارع بالسوق	38	600							63	1000	1600
	مزارع علي رأس حقل	26	715	7	198	11	293	6	180	50	1385	2771
	مورد محلي	49	575							51	600	1175
صديقة	مزارع بالسوق	43	600							57	800	1400
	مزارع علي رأس حقل	27	779	7	200	12	334	6	163	48	1363	2838
	مورد محلي	53	623							47	550	1173
تيمور	مزارع بالسوق	55	600							45	500	1100
	مزارع علي رأس حقل	24	597	10	261	9	233	6	161	50	1245	2496
	مورد محلي	44	617							56	800	1417
كيت	مزارع بالسوق	48	550							52	600	1150
	مزارع علي رأس حقل	25	630	10	250	20	488	7	180	38	940	2488
	مورد محلي	55	619							45	500	1119
سكري	مزارع بالسوق	42	550							58	750	1300
	مزارع علي رأس حقل	25	733	7	207	14	406	6	170	47	1362	2878
	مورد محلي	39	542							61	850	1392
أخرى	مزارع بالسوق	44	400							56	500	900
	مزارع علي رأس حقل	26	747	9	260	10	288	6	177	49	1429	2901
	مورد محلي	40	433							60	650	1083

المصدر: جمعت وحسبت من استبيان عينة الدراسة الميدانية بمحافظة الإسماعيلية موسم (2021/2020)

جدول (10) كمية وقيمة الفاقد لمحصول المانجو علي مستوى تاجر الجملة بعينة الدراسة موسم 2021/2020

البيع لتاجر مباشرة				البيع بالمزاد				البيان الصف
قيمة الفاقد	السعر للكيلو	كمية الفاقد	نسبة الفاقد	قيمة الفاقد	السعر للكيلو	كمية الفاقد	نسبة الفاقد	
جنيه	جنيه	(كيلو/طن)	%	جنيه	جنيه	(كيلو/طن)	%	
260	17.1	15	1.5	24	16.2	1.5	0.15	زبدية
171	25.4	7	0.7	34	25.3	1.4	0.14	عويس
125	24.2	5	0.5	59	23.0	2.6	0.26	الفونس
263	19.8	13	1.3	28	19.1	1.5	0.15	صديقة
147	16.4	9	0.9	44	18.4	2.4	0.24	تيمور
174	16.7	10	1.0	21	14.5	1.4	0.14	كيت
237	16.0	15	1.5	17	18.6	0.9	0.09	سكري
120	16.8	7	0.7	13	14.5	0.9	0.09	أخري

المصدر: جمعت وحسبت من استبيان عينة الدراسة الميدانية بمحافظة الإسماعيلية موسم (2021/2020)

ثالثا : تحليل أساليب تسويق المانجو علي مستوى تاجر التجزئة

مصادر الشراء لتاجر التجزئة علي محصول المانجو

يوضح جدول(11) الأهمية النسبية لمصادر حصول تاجر التجزئة لمحصول المانجو من المصادر المختلفة بعينة الدراسة بمحافظة الإسماعيلية لموسم 2021/2020، وقد تبين توفر مصدرين لتاجر التجزئة للحصول علي المانجو وهي مزاد بسوق الجملة والشراء مباشرة من المزارع. وقد تبين أن متوسط كمية التعامل اليومية لتاجر التجزئة بعينة الدراسة للأصناف زبدية وعويس والفونس وصديقة وتيمور وكيت وسكري وأخري بلغ حوالي 10.4، 6.7، 7، 9، 7، 10، 11، 8 طن علي الترتيب. كما تبين أن أهم المصادر لحصول تاجر التجزئة علي المانجو من خلال مزاد بسوق الجملة لكل أصناف المانجو بعينة الدراسة بنسب بلغت حوالي 69%، 71%، 70%، 78%، 69%، 73%، 73%، 63% من متوسط أجمالي كمية التعامل اليومية علي الترتيب، يليه في الترتيب الحصول علي المانجو من الشراء مباشرة من المزارع لكل الأصناف حيث بلغت نسبة حصول تاجر التجزئة للمانجو من هذا المسلك حوالي 31%، 29%، 30%، 22%، 31%، 27%، 27%، 38% علي الترتيب.

التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة خلال المسالك المختلفة

يوضح جدول (12) التكاليف التسويقية التي يتحملها تاجر التجزئة لمحصول المانجو بعينة الدراسة بمحافظة الإسماعيلية لموسم الانتاج 2021/2020، وقد تبين أن أهم بنود التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة للمانجو هي التحميل والنقل ورسوم الخروج وإيجار العبوات وبعض التكاليف الأخرى. وقد تبين بالنسبة للتكاليف التسويقية تبين أن أعلى التكاليف التسويقية يتم من خلال الشراء مباشرة من المزارع حيث بلغ متوسط التكاليف للأصناف زبدية وعويس والفونس وصديقة وتيمور وكيت وسكري وأصناف أخرى نحو 3237، 1828، 1537، 2090، 1874، 2110، 2075، 1870 جنيه للطن علي الترتيب. بينما بلغ متوسط التكاليف التسويقية من خلال مزاد سوق الجملة نحو 1358، 1399، 1326، 1255، 1532، 1225، 1217، 1155 جنيه للطن علي الترتيب.

جدول (11) كمية التعامل اليومية لتاجر التجزئة حسب مصادر الشراء بعينة الدراسة موسم 2021/2020

الإجمالي	الشراء مباشرة من المزارع		مزداد سوق جملة		البيان الصف
	%	كمية التعامل اليومي للتاجر(طن)	%	كمية التعامل اليومي للتاجر(طن)	
10.4	31	3.2	69	7.2	زبدية
7.0	29	2.0	71	5.0	عويس
6.7	30	2.0	70	4.7	الفونس
9.0	22	2.0	78	7.0	صديقة
7.0	31	2.2	69	4.8	تيمور
11.0	27	3.0	73	8.0	كيت
10.0	27	2.7	73	7.3	سكري
8.0	38	3.0	63	5.0	أخري

المصدر: جمعت وحسبت من استبيان عينة الدراسة الميدانية بمحافظة الإسماعيلية موسم (2021/2020)

مما سبق تبين ارتفاع تكاليف التسويق لتاجر التجزئة من خلال المسلك الشراء مباشرة من المزارع وقد يعزي ذلك لارتفاع تكاليف النقل والعبوات مقارنة بمثلتها بالمزاد سوق الجملة.

عائد البيع لتاجر التجزئة

يوضح جدول(13) عائد البيع لتاجر التجزئة لمحصول المانجو وفق درجات بيع المحصول بعينة الدراسة موسم 2021/2020 ، أن التدرج يتم وفق ثلاث درجات وفق الجودة حيث الدرجة الأولى الأعلى جودة وبالتالي الأعلى سعر، كما تبين أن الدرجة الأولى تستحوذ علي النصيب والاهتمام الأكبر من تاجر التجزئة لجميع الأصناف حيث بلغ متوسط الكميات المسوقة للأصناف زبدية وعويس والفونس وصديقة وتيمور وكيت وسكري وأصناف أخري نحو 800، 875، 900، 725، 800، 900، 950، 667 كيلو جرام علي الترتيب بعينة الدراسة. ويبلغ متوسط الكمية المسوقة لتصنيف الدرجة الثانية نحو 117، 75، 65، 200، 100، 75، 50، 233 كجم علي الترتيب. والدرجة الثالثة بلغ نحو 83، 50، 35، 75، 100، 25، صفر، 100 كجم علي الترتيب.

من خلال التحليل الاقتصادي تبين اهتمام التجار بتصنيف المحصول لدرجات ومن ثم بيع الدرجة الأولى بسعر أعلى من باقي الدرجات مما يوضح ارتفاع العائد في الدرجة الأولى مقارنة بباقي الدرجات واستحواذها علي النصيب الأكبر من إجمالي عائد البيع للتاجر للثلاثة درجات حيث بلغ متوسط العائد نتيجة بيع التاجر لكامل المحصول للأصناف سالف الذكر نحو 24990، 33750، 29428، 25025، 25100، 25175، 25825، 21577 جنيه للطن علي الترتيب.

مما سبق يتبين أن أعلى عائد يحصل عليه تاجر التجزئة من صنف عويس يليه الفونس ثم سكري يليه كيت وتيمور وصديقة ثم الزبدية وأخيرا أصناف أخري وقد يعزي زيادة العائد نتيجة فرز وتصنيف المحصول وبالتالي البيع بأعلى سعر أو فرز المحصول لوضع الكمية الأكبر من كمية المحصول كدرجة أولى للاستفادة من أعلى عائد إما الدرجة الثالثة فغالبا ما تكون الثمار مصابة إصابات ميكانيكية نتيجة عمليات النقل والفرز عند تاجر التجزئة وهو ما يمكن اعتباره فاقد نوعي يتم بيعه بأسعار أقل من الدرجتين الأولى والثانية.

جدول (12) التكاليف التسويقية التي يتحملها تاجر التجزئة لمحصول المانجو وفق المسالك التسويقية المختلفة لبعض الأصناف بعينة الدراسة في محافظة الاسماعيلية موسم 2021/2020

البيان	تكاليف التسويق التي يتحملها تاجر التجزئة (جنيه / طن)										
	التحميل	%	النقل	%	رسوم خروج	%	ايجار عبوات	%	أخري	%	إجمالي التكاليف التسويقية
زبدية	مزاد سوق الجملة	250	18	303	22	5	0.4	400	29	400	1358
	الشراء مباشرة من المزارع	272	8	535	17			557	17	1873	3237
عويس	مزاد سوق الجملة	268	19	295	21	5	0.4	413	29	419	1399
	الشراء مباشرة من المزارع	334	18	498	27			472	26	524	1828
الفونس	مزاد سوق الجملة	229	17	379	29	5	0.4	330	25	383	1326
	الشراء مباشرة من المزارع	229	15	447	29			402	26	459	1537
صديقة	مزاد سوق الجملة	250	20	250	20	5	0.4	350	28	400	1255
	الشراء مباشرة من المزارع	300	14	640	31			600	29	550	2090
تيمور	مزاد سوق الجملة	344	22	375	24	5	0.3	283	18	525	1532
	الشراء مباشرة من المزارع	345	18	456	24			428	23	645	1874
كيت	مزاد سوق الجملة	200	16	250	20	5	0.4	350	29	420	1225
	الشراء مباشرة من المزارع	300	14	650	31			570	27	590	2110
سكري	مزاد سوق الجملة	198	16	313	26	5	0.4	313	26	388	1217
	الشراء مباشرة من المزارع	329	16	510	25			515	25	721	2075
أخري	مزاد سوق الجملة	220	19	180	16	5	0.4	350	30	400	1155
	الشراء مباشرة من المزارع	320	17	400	21			520	28	630	1870

المصدر: جمعت وحسبت من استبيان عينة الدراسة الميدانية بمحافظة الاسماعيلية موسم (2021/2020)

جدول (13) عائد البيع لمحصول المانجو لتاجر التجزئة حسب الدرجة بعينة الدراسة موسم 2021/2020

إجمالي العائد	درجة ثالثة			درجة ثانية			درجة أولى			البيان الصف
	العائد	سعر البيع	الكمية المسوقة	العائد	سعر البيع	الكمية المسوقة	العائد	سعر البيع	الكمية المسوقة	
جنيه	جنيه	جنيه/ كجم	كجم	جنيه	جنيه/ كجم	كجم	جنيه	جنيه/ كجم	كجم	
24990	1167	14	83	2223	19.0	117	21600	27.0	800	زبدية
33750	1100	22	50	2025	27.0	75	30625	35.0	875	عويس
29428	770	22	35	1658	25.5	65	27000	30.0	900	الفونس
25025	1575	21	75	4600	23.0	200	18850	26.0	725	صديقة
25100	2000	20	100	2300	23.0	100	20800	26.0	800	تيمور
25175	500	20	25	1725	23.0	75	22950	25.5	900	كيت
25825	0	0	0	1125	22.5	50	24700	26.0	950	سكري
21577	1600	16	100	4311	18.5	233	15667	23.5	667	أخري

المصدر: جمعت وحسبت من استبيان عينة الدراسة الميدانية بمحافظة الإسماعيلية موسم (2021/2020)

أرباحية تاجر التجزئة

يوضح جدول (14) ربحية تاجر التجزئة لبعض أصناف المانجو وفق المسالك التسويقية المختلفة بعينة الدراسة بمحافظة الإسماعيلية لموسم 2021/2020، وقد تبين أن هناك مسلكين لحصول تاجر التجزئة علي محصول المانجو هما مزاد سوق الجملة والمسلك الاخر هو الشراء مباشرة من المزارع.

من خلال التحليل الاقتصادي لربحية الشراء من مزاد سوق الجملة تبين أن أعلى ربحية لتاجر التجزئة كانت لصنف المانجو كيت حيث بلغ متوسط ربحية الطن نحو 9150 جنيه للطن يليه في الترتيب الثاني من حيث أعلى ربحية صنف زبدية بنحو 7532 جنيه/طن ثم سكري وعويس والفونس وتيمور و أصناف أخرى وصديقة بمتوسط أرباحية بلغ نحو 6508، 6151، 6002، 5468، 5222، 2170 جنيه /طن. أما الشراء مباشرة من المزارع تبين أن أعلى ربحية لتاجر التجزئة كانت لصنف المانجو كيت حيث بلغ متوسط ربحية الطن نحو 8065 جنيه للطن يليه في الترتيب الثاني من حيث أعلى ربحية صنف زبدية بنحو 6953 جنيه/طن ثم عويس وسكري والفونس وتيمور وصديقة وأخرى بمتوسط أرباحية بلغ نحو 6822، 6750، 6291، 5226، 3535، 3407 جنيه /طن.

مما سبق يتبين أن أرباحية تاجر التجزئة أعلى في حالة الشراء مباشرة من المزارع مقارنة بأرباحية الشراء من المزاد في معظم الاصناف وتشمل عويس والفونس وصديقة وسكري بمقدار زيادة بلغ حوالي 671، 289، 1365، 242 جنيه للطن بنسبة زيادة حوالي 2%، 1%، 5.5%، 0.9% علي الترتيب، وقد يعزى ذلك لعدم تحمل تاجر التجزئة لعمولة تاجر الجملة وعدم تحمل تكاليف تسويقية بالإضافة لانخفاض سعر شراء الطن مما ساهم في الحصول علي أرباح أعلى في هذه الأصناف في ذلك المسلك التسويقي. أما باقي الاصناف وهي الزبدية و تيمور وكيت وأخري فكانت أرباحية تاجر التجزئة أعلى في حالة الشراء من مزاد سوق الجملة مقارنة بالشراء من المزارع مباشرة.

جدول (14) أرباحية تاجر التجزئة لبعض أصناف المانجو وفق المسلك التسويقي بعينة الدراسة بمحافظة الاسماعيلية موسم 2021/2020 القيمة(جنيه/طن)

مباشرة من المزارع					مزاود سوق جملة					البيان
الاربحية	العائد	إجمالي التكاليف	تكاليف تسويقية	سعر الشراء	الأرباحية	العائد	إجمالي تكاليف	تكاليف تسويقية	سعر الشراء	الصف
6953	24990	18037	3237	14800	7532	24990	17458	1358	16100	زبدية
6822	33750	26928	1828	25100	6151	33750	27599	1399	26200	عويس
6291	29428	23137	1537	21600	6002	29428	23426	1326	22100	الفونس
3535	25025	21490	2090	19400	2170	25025	22855	1255	21600	صديقة
5226	25100	19874	1874	18000	5468	25100	19632	1532	18100	تيمور
8065	25175	17110	2110	15000	9150	25175	16025	1225	14800	كيت
6750	25825	19075	2075	17000	6508	25825	19317	1217	18100	سكري
3407	21577	18170	1870	16300	5222	21577	16355	1155	15200	أخرى

المصدر: جمعت وحسبت من استبيان عينة الدراسة الميدانية بمحافظة الاسماعيلية موسم (2021/2020)

الفاقد للمانجو لتاجر التجزئة في المسالك التسويقية المختلفة

يوضح جدول (15) كمية وقيمة الفاقد لمحمول المانجو علي مستوى تاجر التجزئة بعينة الدراسة موسم 2021/2020 , وقد تبين أن نسبة الفاقد خلال المسلك التسويقي الشراء بالمزاد لأصناف المانجو زبدية وعويس والفونس وصديقة وتيمور وكيت وسكري وأخرى بلغت حوالي 4% ، 2.8% ، 4.9% ، 4.3% ، 3.1% ، 4.4% ، 3.5% ، 4.4% علي الترتيب بمتوسط كمية بلغ حوالي 40 ، 28 ، 43 ، 49 ، 31 ، 44 ، 35 ، 44 كجم / طن علي الترتيب بمتوسط قيمة بلغ نحو 644 ، 734 ، 1083 ، 929 ، 561 ، 651 ، 634 ، 669 جنيه/ طن علي الترتيب. فيما يتعلق بالمسلك التسويقي الشراء مباشرة من المزارع تبين أن نسبة الفاقد لأصناف المانجو زبدية وعويس والفونس وصديقة وتيمور وكيت وسكري وأخرى بلغت حوالي 4.4% ، 3.2% ، 4.5% ، 6.1% ، 3.4% ، 4% ، 3.8% ، 3.7% ، 3.7% علي الترتيب بمتوسط كمية بلغ حوالي 44 ، 32 ، 45 ، 61 ، 34 ، 40 ، 38 ، 37 كجم / طن علي الترتيب بمتوسط قيمة بلغ نحو 651 ، 800 ، 963 ، 1183 ، 603 ، 600 ، 650 ، 604 جنيه/ طن علي الترتيب. مما سبق يتبين أن كمية وقيمة الفاقد لمحمول المانجو بعينة الدراسة خلال المسلك التسويقي الشراء مباشرة من المزارع أكثر في الفاقد مقارنة بالشراء من المزاود في سوق الجملة وقد يعزي ذلك نتيجة التداول غير الصحيح بالإضافة لعدم توفر القدرات أو الخبرات لإجراء العمليات التسويقية للمحمول وبالتالي يتم إجراء تدرج للمحمول وبيع الدرجة الثانية والثالثة بسعر أقل من الدرجة الأولى ويفقد التاجر قيمة اقتصادية.

البيان الصفحة	متوسط التكاليف التسويقية								
	الكفاءة التسويقية		اجمالي قيمة الطن المسوق لتاجر التجزئة	اجمالي تكاليف التسويق والانتاج للطن	متوسط التكاليف التسويقية				المسلك التسويقي
	معيار (1)	معيار (2)			الاجمالي (جنيه/طن)	تاجر تجزئة	تاجر جملة	منتج / مزارع	
زبدية	62	55	24990	11351	4312	1358	2954	0	كلالة
	52	46	24990	13575	6536	1358	2954	2224	تاجر جملة على رأس الحقل
	53	47	24990	13256	6217	3237	0	2980	تاجر تجزئة على رأس الحقل
	50	44	24990	13970	6931	1358	1150	4423	سوق الجملة
عويس	67	65	33750	11691	3819	1399	2420	0	كلالة
	46	49	33750	17134	9262	1399	2420	5443	تاجر جملة على رأس الحقل
	51	55	33750	15294	7422	1828	0	5594	تاجر تجزئة على رأس الحقل
	43	46	33750	18238	10366	1399	1475	7492	سوق الجملة
الفوس	65	60	29428	11701	4097	1326	2771	0	كلالة
	50	48	29428	15333	7729	1326	2771	3632	تاجر جملة على رأس الحقل
	57	54	29428	13418	5814	1537	0	4277	تاجر تجزئة على رأس الحقل
	45	42	29428	17065	9461	1326	1600	6535	سوق الجملة
صديقية	66	52	25025	12116	4093	1255	2838	0	كلالة
	52	38	25025	15459	7436	1255	2838	3343	تاجر جملة على رأس الحقل
	59	45	25025	13649	5627	2090	0	3537	تاجر تجزئة على رأس الحقل
	49	34	25025	16479	8456	1255	1400	5801	سوق الجملة
تيمور	67	52	25100	12055	4028	1532	2496	0	كلالة
	52	39	25100	15396	7370	1532	2496	3342	تاجر جملة على رأس الحقل
	62	49	25100	12898	4871	1874	0	2997	تاجر تجزئة على رأس الحقل
	51	37	25100	15693	7666	1532	1100	5034	سوق الجملة
كيت	49	71	25175	7228	3713	1225	2488	0	كلالة
	34	59	25175	10265	6750	1225	2488	3037	تاجر جملة على رأس الحقل
	40	65	25175	8891	5376	2110	0	3266	تاجر تجزئة على رأس الحقل
	32	56	25175	11143	7628	1225	1150	5253	سوق الجملة
سكري	68	50	25825	12914	4095	1217	2878	0	كلالة
	52	34	25825	16939	8120	1217	2878	4025	تاجر جملة على رأس الحقل
	62	45	25825	14209	5390	2075	0	3315	تاجر تجزئة على رأس الحقل
	53	35	25825	16779	7960	1217	1300	5443	سوق الجملة
أخرى	63	49	21577	10953	4056	1155	2901	0	كلالة
	49	34	21577	14187	7290	1155	2901	3234	تاجر جملة على رأس الحقل
	56	43	21577	12229	5332	1870	0	3462	تاجر تجزئة على رأس الحقل
	50	36	21577	13880	6983	1155	900	4928	سوق الجملة

المصدر: جداول (4، 8، 12، 13) بالبحث

بينما للأصناف سكري وأخرى كان أقل كفاءة تسويقية لتاجر الجملة علي رأس الحقل حيث بلغ حوالي 34%، 34% علي الترتيب.

مما سبق تبين أن أعلى كفاءة تسويقية في المسلك البيع كلالة وقد يعزى ذلك لعدم وجود تكاليف تسويقية للمزارع نتيجة البيع بهذه الطريقة مما يقلل من إجمالي التكاليف وبالتالي زيادة العائد ، أما اعتبار مسلك سوق الجملة أقل كفاءة

هو يتفق مع المنطق الاقتصادي نتيجة ارتفاع تكاليف التسويق وبنودها نتيجة زيادة عدد المتعاملين في المسلك التسويقي وحصولهم علي أرباح أكبر من الخدمات التسويقية المقدمة للسلعة وبالتالي تزيد التكاليف مما تساهم في تراجع العائد وبالمثل تاجر الجملة علي رأس الحقل بالنسبة للصنفين السكري وأصناف أخرى.

أهم المشاكل والمقترحات لتسويق محصول المانجو بعينة الدراسة

يوضح جدول (17) الأهمية النسبية للمشكلات التسويقية والمقترحات لحلها لمحصول المانجو بعينة الدراسة موسم 2021/2020 أن أهم المشكلات التي تواجه المزارع تتمثل في ارتفاع تكاليف النقل وأسعار الوقود تمثل حوالي 80% من آراء المزارعين، يليها مشكلة غياب دور الدولة في تسويق محصول المانجو وغياب الدور الإرشادي بنسبة 60%، يليها مشكلة تعرض المحصول للسرقة أثناء النقل بنسبة 50% من آراء المزارعين. كما تبين أن أهم الحلول أو المقترحات لحل بعض المشاكل هي ضرورة توفير اسطول نقل يعمل علي نقل المحصول بأسعار مخفضة من خلال شركات متخصصة بنسبة 50%، يليه رفع كفاءة العمليات التسويقية لتقليل نسبة الفاقد بنسبة 50% من آراء المزارعين. وبالنسبة لتاجر الجملة فكانت أهم المشاكل هي سوء العبوات المستخدمة مما تؤثر علي جودة المحصول بنسبة 90% من آراء التجار، يليها اختلاف الاسعار بين المزارعين يوميا بنسبة 50% من آراء المزارعين. كما تبين أن أهم المقترحات هي توفير سيارات مجهزة لنقل المحصول بأسعار مدعمة بنسبة 90% ، يليه دعم المزارع فنيا وتدريب وتأهيل العمالة بنسبة 40% من آراء التجار.

وبالنسبة لتاجر التجزئة فكانت أهم المشاكل هي سوء العبوات المستخدمة مما يؤثر علي جودة وسلامة المحصول بنسبة 60% من آراء التجار، يليها اختلاف الاسعار بين المزارعين يوميا بنسبة 50% من آراء التجار ، يليه عدم توفر أيدي عاملة مدربة لجمع وفرز المحصول بنسبة 30% من آراء التجار. كما تبين أن أهم المقترحات أو الحلول هي وضع تسعيرة موحدة لكل درجة بنسبة 60% ، يليها يجب توفر عبوات صحية صديقة للبيئة وجيدة ومناسبة لتسويق المحصول لتقليل الفاقد بنسبة 50%.

التوصيات

1. ضرورة الاهتمام بالبنية التسويقية للحد من الفاقد أثناء تسويق المحصول
2. توفير مراكز التصدير المعتمدة لتسويق المحصول.
3. توفير سيارات لنقل المحصول بأسعار مدعمة
4. توفير المعلومات التسويقية وتحديد الاسعار لمنع تضاربها بين التجار.
5. توفير العمالة المدربة للحد من الفاقد في المحصول.

جدول (17) الأهمية النسبية للمشكلات التسويقية والمقترحات لحلها لمحصول المانجو بعينة الدراسة موسم 2021/2020

المشكلة	عدد الآراء	%	المقترحات	عدد الآراء	%
المزارع					
ضعف الإمكانيات التخزينية مثل الثلاجات وعدم توافرها	24	40	رفع كفاءة العمليات التسويقية لتقليل نسبة الفاقد	30	50
تعدد الوسطاء و السماسرة وزيادة المضاربة السعرية زيادة المشاكل بين التجار والمصدرين	25	42	وجود ثلاجات لجمع وتخزين المانجو في المراكز	6	10
غياب دور الدولة في تسويق محصول المانجو وغياب الدور الإرشادي والتسويقي	36	60	توفير اسطول نقل يعمل علي نقل المحصول بأسعار مخفضة من خلال شركات متخصصة	30	50
تعرض المحصول للسرقة أثناء النقل	30	50	توفير العمالة المدربة للآراء الفرز والتجميع والتعبئة	6	10
ارتفاع تكاليف النقل وأسعار الوقود	48	80	توفير المعلومات التسويقية	12	20
ارتفاع الفاقد أثناء العمليات التسويقية	12	20	تسهيل التمويل ودعم المزارعين وإنشاء صندوق لدعم مدخلات الانتاج	6	10
ارتفاع أجر العمالة وعدم وجود عمالة مدربة مؤهلة	8	13	إنشاء صندوق دعم وتكافل المزارعين	13	22
تاجر الجملة					
عدم التزام المزارعين بالدرجات وتصنيفها وبالتالي اختلاف الاسعار	9	30	توفير سيارات مجهزة لنقل المحصول بأسعار مدعمة	27	90
لا يوجد مراكز تصدير بالقرى معن عنها	12	40	إنشاء صندوق دعم وتكافل المزارعين	3	10
سوء العبوات المستخدمة مما تؤثر علي سلامة وجودة المحصول	27	90	دعم المزارع فنيا وتدريب وتأهيل العمالة	12	40
عدم توفر أيدي عاملة مدربة لجمع وفرز ونقل وتعبئة المحصول	21	70	توفير شركات حراسة خاصة لحماية محصول المانجو من السرقة	12	40
تاجر التجزئة					
تعدد الوسطاء و السماسرة وزيادة المضاربة السعرية	3	10	يجب توفر جهات رسمية لتحديد جودة الصنف وتوحيد الدرجات	6	20
اختلاف الاسعار بين المزارعين يوميا	15	50	وضع تسعيرة موحدة لكل درجة	18	60
سوء العبوات المستخدمة مما تؤثر علي سلامة وجودة المحصول مما يزيد الفاقد	18	60	يجب توفر عبوات صحية صديقة للبيئة وجيدة ومناسبة لتسويق المحصول لتقليل الفاقد	15	50
عدم توفر أيدي عاملة مدربة لجمع وفرز المحصول	9	30	رفع كفاءة العمليات التسويقية لتقليل الفاقد أثناء التسويق	15	50

المصدر: جمعت وحسبت من استبيان عينة الدراسة الميدانية بمحافظة الإسماعيلية موسم (2021/2020)

المراجع

- (1) ابراهيم بدر إبراهيم – دراسة تحليلية للمشاكل الانتاجية والتسويقية لمحصول المانجو في جمهورية مصر العربية مع الشارة خاصة لمحافظة الاسماعيلية –مجلة مشتهر للعلوم الزراعية -مجلد 27 – العدد 3- 1989
- (2) أحمد أحمد جويلي (دكتور) مبادئ التسويق الزراعي، الاسكندرية 1971.
- (3) دراسة ميدانية لعينة الدراسة الميدانية بمحافظة الاسماعيلية موسم (2021/2020)
- (4) محمد خيرى العشري، محمد التابعي علي، (دكاترة) (آخرون) "تحليل قياسي لإنتاج محصولى المانجو والبرتقال بمحافظة الاسماعيلية" مجلة الاقتصاد الزراعي و التنمية الريفية. 7.1 (2021): 231-238.
- (5) مركز معلومات مديرية الزراعة بالاسماعيلية – بيانات غير منشورة
- (6) وزارة الزراعة – قطاع الشؤون الاقتصادية – سجلات الاحصاءات الزراعية بيانات غير منشورة عام 2020.
- (7) وزارة الزراعة – قطاع الشؤون الاقتصادية – نشرات الاحصاءات الزراعية عام 2020
- 8) Ayyaz, Sohail, and Nazim Hussain. "Direct Marketing of Fresh Mangoes: A Case Study of Mango Smallholders in Pakistan." (2019).
- 9) Elkhateeb, M. A. "Marketing and economic analysis of mango irradiation processing in egypt." Arab Journal of Nuclear Sciences and Applications 37.1 (2004): 293-301.
- 10) Faisal, E. N., & Meshref, H. A. E. "Marketing Channels of Mango and Grapes in Fayoum Governorate, Egypt.
- 11) Fredric Lundy Thomson "Agricultural Marketing" C Graw – Hill Book company .1951
- 12) Gopalakrishnan, Sarada. "Marketing system of mangoes in India." World Applied Sciences Journal 21.7 (2013): 1000-1007.