

الجوانب الاقتصادية لإنتاج محاصيل الفاكهة في
محافظة الإسماعيلية
(دراسة جغرافية)

بحث مستخلص من رسالة دكتوراه
إعداد

رقية مجدي عبد السلام طالبة محمد

المسجلة لدرجة الدكتوراه بقسم الجغرافيا بكلية الآداب جامعة
الزقازيق

2024 م

المُلخَص

تعد محافظة الإسماعيلية من أهم المحافظات الزراعية في مصر، وذلك لما تشغله من مساحة زراعية ومحصوليه شاسعة، وتنوع في أنماط الاستغلال الزراعي بها. فضلا عن إنتاجها للعديد من محاصيل الفاكهة أهمها: المانجو، البرتقال بصره، الجوافة، الخوخ. كما يعتبر التسويق من أهم العمليات لأي نشاط اقتصادي، نظرا لما يقوم به الجهاز التسويقي من عمليات وخدمات تسويقية تجعل ناتج السوق يظهر في الشكل، الحجم، المكان، الوقت والسعر الذي يناسب المستهلك، فضلا عن تحقيق الربح لكل من المنتجين والعاملين في القطاع التسويقي. كما يعتبر أيضا حلقة الوصل بين الإنتاج المحلي والتجارة الخارجية المصرية. لذا تزداد أهميته بالنسبة للإنتاج النباتي بصفة عامة والفاكهة بصفة خاصة. وذلك لما تتصف به تلك المحاصيل من عدم قابليتها للتخزين لفترات طويلة لكونها سريعة التلف. حيث تخضع أساسا للتسويق الحر، إذ يقوم القطاع الخاص بمعظم الخدمات والوظائف التسويقية في السوق الحر. لذا تعتبر دراسة كل من الوضع الإنتاجي الراهن، والمسالك التسويقية لمحاصيل الفاكهة، ومعرفة أسعارها المزرعية ومقارنتها بأسعار الجملة أو التجزئة من الأهمية بمكان، وذلك لضمان استمرار استهلاكها طوال العام. حيث يعتبر طلب المستهلك هو الأساس. كما تبرز أهمية دراسة اقتصاديات إنتاج وتسويق أهم محاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية نظرا لتعدد الوسطاء في المراحل التسويقية المختلفة، مما قد يؤثر على نصيب زراع ومنتجي تلك المحاصيل من ناحية المستهلك.

Abstract

Ismailia Governorate is considered one of the most important agricultural governorates in Egypt, due to the vast agricultural and cropping area it occupies, and the diversity in its patterns of agricultural exploitation. It began producing it from fruits, the most important of which are: mango, oranges, guava, and tomatoes. Marketing is also considered one of the most important processes for any activity. Why does the marketing apparatus carry out marketing operations and services that make the marketed output appear in the form where it remains, and the place, time, and price that suits consumers, and aims to achieve profit for both producers and workers in the marketing sector. It is also considered the link between local production and exports. The Ministry helps in liberating it for agricultural production in general and fruit in particular. Therefore, when this newspaper qualifies, it is not accepted for storage for a long period until it is destroyed. Where free marketing is the basic life, the private sector performs most of the marketing services and functions in the market. Therefore, studying both the production situation now, the marketing routes to contain the fruit, and knowing its farm prices, specifically wholesale or retail prices, is of great importance, in order to ensure its continuity throughout the year. Where demand is considered the basis. It also highlights the importance of studying the increases in fruit production and marketing in Ismailia Governorate. Due to the multiplicity of intermediaries in the various marketing stages, which may affect the share of agriculture and the products of those crops in consumers' pounds.

مقدمة

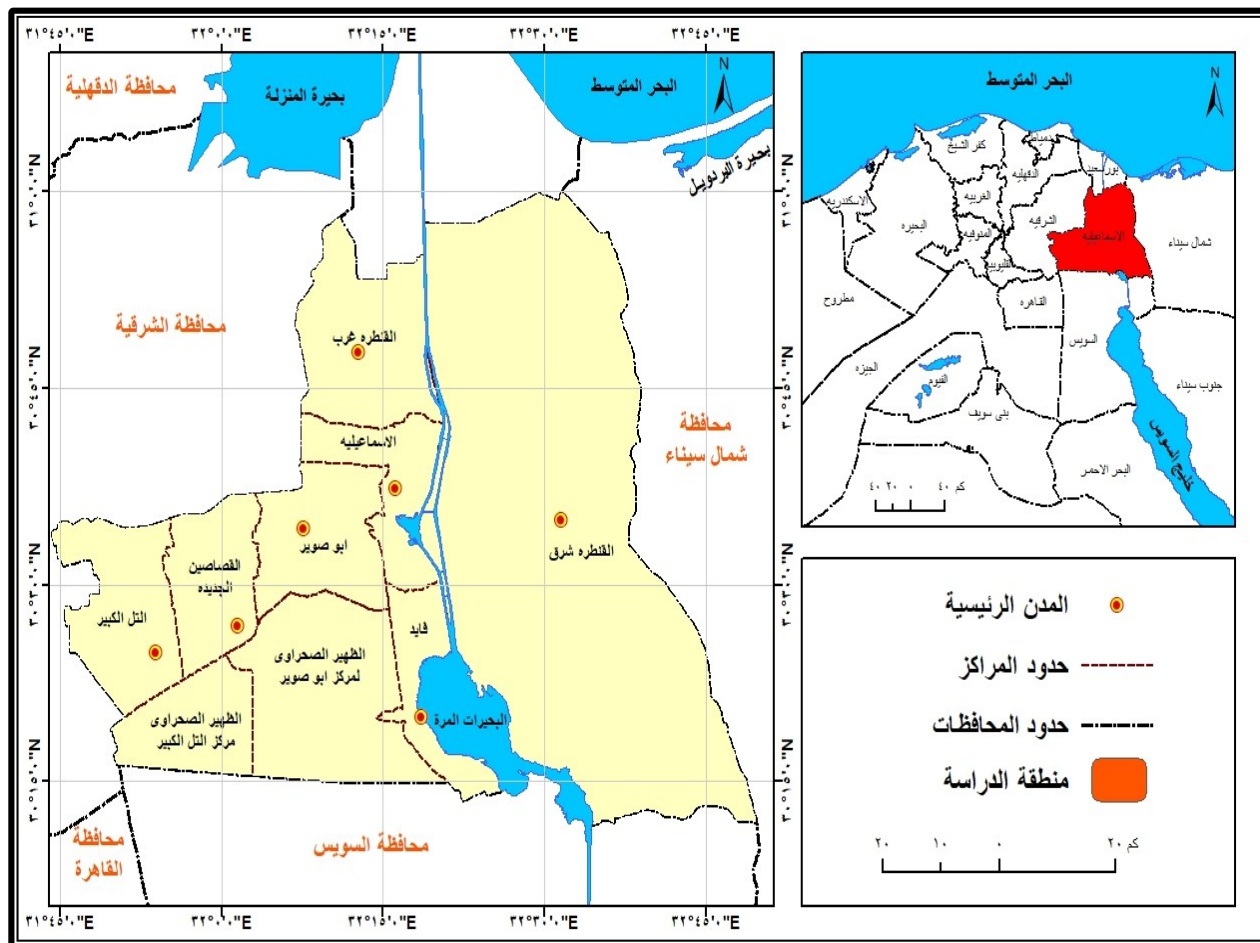
تعتبر الفواكه أحد فروع علم البستنة الذي هو أحد العلوم الزراعية، والذي يهتم بدراسة زراعة وتنمية وخدمة وإكثار المحاصيل البستانية من خلال تهيئة الظروف المثلى لنموها وبالتالي الحصول على محصول جيد ذو نوعية عالية (إياد هاني اسماعيل، 2017م، ص1). لذلك تحظى أشجار الفواكه من أعناب وتين وحمضيات وأنواع أخرى من الفواكه بأهمية في غذاء الإنسان، فضلاً عن أهميتها الاقتصادية إذ تحظى هذه الأشجار باهتمام كبير من قبل الفلاحين حيث تعد أشجار الفواكه والحمضيات من العناصر الأساسية بالنسبة للإنتاج الزراعي في سد الاحتياجات الغذائية نتيجة النمو السكاني وتزايد الطلب على منتجاتها فضلاً عن توفيرها كثير من المواد الأولية للصناعات الغذائية والطبية ومواد التجميل، لذلك أصبحت زراعة أشجار الفاكهة على اختلاف أنواعها ذات أهمية اقتصادية كبيرة.

تعد دراسة اقتصاديات إنتاج المحاصيل الزراعية بصفة عامة والفاكهة بصفة خاصة من الأهمية بمكان حيث تؤثر وتتأثر بالعديد من المتغيرات والظواهر الاقتصادية، ففي الوقت الذي تتأثر تكاليف الإنتاج بعمليات الخدمة الزراعية -نوعها وعدد مرات إجرائها وغيرها من العوامل -بالإضافة الى مستلزمات الإنتاج والقيمة الإيجارية للفدان وغيرها من العوامل والمتغيرات الاقتصادية. فإن تكلفة الإنتاج تؤثر في صافي العائد الفداني بالإضافة الى أرباحية الجنيه وغيرها من المؤشرات الاقتصادية الإنتاجية. ويهتم هذا الجزء من الدراسة بإلقاء الضوء على تكلفة إنتاج الفدان، متوسط إنتاج الفدان، وبالتالي تكلفة إنتاج الطن بالجنيه. هذا بالإضافة إلى بعض مؤشرات الكفاءة الإنتاجية.

إشكالية البحث:

حيث لوحظ في الآونة الأخيرة وجود تناقص وتدهور في المساحة المنزرعة لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية شكل(1). حيث انخفضت تلك المساحة من حوالي 10.1 ألف فدان عام 2007 إلى حوالي 5.3 ألف فدان عام 2022، تمثل نحو 0.65% فقط من إجمالي المساحة الزراعية بالمحافظة والبالغة حوالي 819,1 ألف فدان في نفس العام (مديرية الزراعة بمحافظة الإسماعيلية، إدارة البساتين، بيانات غير منشورة، 2022) يواجه إنتاج تلك المحاصيل في المحافظة العديد من المشاكل الإنتاجية والتسويقية والتي أدت إلى انخفاض كفاءتها الإنتاجية والتسويقية. هذا فضلاً عن إحجام المنتجين عن إنتاجها ويرجع ذلك إلى ارتفاع تكاليف إنشاء مزرعة فاكهة، وطول الفترة بين الإنشاء والحصول على العائد مقارنة بزراعة المحاصيل التقليدية. الأمر الذي قد يؤدي إلى حدوث تقلبات إنتاجية وسعرية حادة سواء على مستوى المنتج والمستهلك. مما يترتب عليه عدم الاستقرار النسبي في الأسعار على مدار العام. وهذا بدوره قد

يؤدي إلى انخفاض نصيب زراع ومنتجي هذه المحاصيل من سعر المستهلك من ناحية، وارتفاع هذا السعر من ناحية أخرى.



المصدر: -الهيئة المصرية العامة للمساحة، الخرائط الرقمية لجمهورية مصر العربية، مقياس 1: 50.000، عام 2008م.

- محافظة الإسماعيلية، مركز نظم المعلومات الجغرافية، الخرائط الرقمية لمحافظة الإسماعيلية، مقياس 1: 50.000، عام 2022 م.

شكل (1) الموقع الجغرافي لمحافظة الإسماعيلية بالنسبة لجمهورية مصر العربية عام 2022م

أهداف الدراسة:

يهدف البحث إلى دراسة اقتصاديات إنتاج وتسويق أهم محاصيل الفاكهة زراعة وإنتاجاً في محافظة الإسماعيلية مثل البرتقال بسره، المانجو، الخوخ، الجوافة، إلخ. وذلك من حيث وضعها الإنتاجي الراهن، ومدى ربحتها، فضلاً عن تحليل العلاقات السعرية بين الهيئات التسويقية المختلفة، والتعرف على المسالك التسويقية. كما يهدف البحث أيضاً إلى تقدير الهوامش التسويقية، ونصيب المنتج من **ناحية** المستهلك، الكفاءة التسويقية لتلك المحاصيل خلال السنة الزراعية (2023/2022). وكذلك التعرف على أهم المشكلات الإنتاجية والتسويقية التي تواجه زراع

ومنتجي تلك المحاصيل في المحافظة، والحلول المقترحة لها لتحسين ورفع كفاءة الأداء الإنتاجي والتسويقي مع تلك المحاصيل. حيث يعتبر هذا أمراً ضرورياً لمواجهة الطلب المتزايد في السوق المحلي من ناحية، وزيادة الكميات المصدرة منها للأسواق الخارجية من ناحية أخرى.

أساليب الدراسة ومصادر البيانات:

واعتمدت الباحثة هنا على عدد من الأساليب أهمها:

1- الأسلوب الكمي: وذلك عند المعالجة الإحصائية للبيانات الخام وجدولتها، وتحويلها إلى نسب ومتوسطات، وذلك بالاعتماد على العديد من المقاييس والمعادلات الإحصائية لتقدير الهوامش التسويقية وعلاقتها بالتكاليف التسويقية، وقياس الكفاءة التسويقية.

2- الأسلوب الكارتوجرافي: وذلك من خلال استخدام من الأساليب الكارتوجرافية لرسم الخرائط والأشكال البيانية أهمها (الخرائط- الأعمدة البيانية- الدوائر النسبية).

3- وقد تمت الاستعانة ببرنامج Microsoft Excel 2016 لترقيم البيانات الإحصائية وتحليلها واستخراج المعاملات الإحصائية المختلفة

4- حزمة برامج Arc GIS 10.8: مثلت حزمة برامج Arc GIS 10.8 وهي أهم برامج نظم المعلومات الجغرافية التي تم استخدامها لإعداد الدراسة، فقد تم من خلالها تطبيق الأسلوب الكارتوجرافي بغرض توزيع الظاهرات المختلفة، وعرض البيانات ونتائج التحليلات الإحصائية في صورة خرائطية متنوعة. وقد تعددت أهمية قاعدة بيانات منطقة الدراسة التي تم إنشاؤها في بيئة البرنامج، فقد مثلت أساساً لإنتاج الخرائط، ومصدراً مهماً للبيانات، وقد استخدمت في كثير من الأحيان كحلاً لبعض مشكلات البيانات الإحصائية، فقد تم الاعتماد عليها في حساب تطور مساحة المنشآت الصناعية على سبيل المثال نظراً لتضارب البيانات الإحصائية التي تم الحصول عليها.

مرحلة جمع معلومات البيانات الإحصائية:

وتم في هذه المرحلة جمع البيانات من الهيئات المختلفة مثل الهيئة العامة للأرصاد الجوية، الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، الإدارات الزراعية والإدارة العامة للري.

1- مرحلة العمل الميداني:

وتعد مرحلة العمل الميداني من أهم مراحل الدراسة إذ مثلت مصدراً مهماً لتغطية عديد من جوانب الدراسة، وتعددت أساليب الدراسة الميدانية التي تم استخدامها لإتمام هذه الدراسة ما بين الزيارات الميدانية المتكررة والاستبيان، ويمكن تلخيص ما تم ميدانياً لإجراء هذه الدراسة فيما يلي:

أ – الاستبيان:

لقد اقتضت طبيعة الدراسة المتمثلة في ندرة البيانات وعدم تواجدها في أي مصدر إحصائي رسمي أو حكومي ، أن تقوم الطالبة بتصميم نموذج استبيان ملحق (1) ؛ لتعويض ندرة البيانات ، بهدف تحديد أهم مشكلات إنتاج محاصيل الفاكهة بمنطقة الدراسة ، وقد تم توزيع 350 نموذج استبيان ، وقد تم اعتماد 296 استبانة صحيحة استخدمت في حساب نتائجه ، وقد تم تحديد هذا العدد من الاستمارات ليمثل 37.9% من جملة العاملين بقطاع الزراعة والثروة الحيوانية بمنطقة الدراسة وفقاً للتعداد السكاني 2017م ، وتم توزيع الاستبيان خلال المدة ما بين يناير /2023م حتى إبريل /2023م ، الأمر الذي يؤكد مصداقية البيانات التي تم الحصول عليها ، وبالتالي إمكانية تعميم النتائج .

ب – الملاحظة المباشرة والتصوير الرقمي: مثلت الملاحظة الميدانية أحد أهم مصادر المعلومات وأساليب توثيقها في هذه الدراسة، فقد تم الاعتماد عليها لتوثيق بعض أساليب الإدارة الحقلية كما هو بملحق (2).

جـ -المقابلات الشخصية: وقد تمت مع بعض مسؤولي مديرية الزراعة وبعض المزارعين للوقوف على أبعاد بعض مشكلات إنتاج محاصيل الفاكهة.

الدراسات السابقة:**دراسات تناولت منطقة الدراسة نفسها أو جزء منها:**

1. دراسة السيد الكراكتلي (2005م) بعنوان (التنمية الزراعية في محافظة الإسماعيلية)، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، وتناولت هذه الدراسة العوامل الطبيعية والبشرية المؤثرة في التنمية الزراعية بالمنطقة، ودراسة المحاصيل الحقلية، وعمل دراسة للتصور المستقبلي للزراعة والتنمية في المحافظة).

2. دراسة إيناس صبري (2011م) بعنوان (الصناعة في محافظة الإسماعيلية، دراسة جغرافية باستخدام نظم المعلومات الجغرافية)، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، حيث تناولت الدراسة أهم التركيزات الصناعية في محافظة الإسماعيلية، وحظيت الصناعات الغذائية والمشروبات بأهمية كبيرة في المحافظة.

3. دراسة حمزة محمد (2014م) بعنوان (جغرافيا النقل البري بمحافظة الإسماعيلية)، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، وتهدف الدراسة للتعرف على تطور مسارات الطرق واتجاهاتها وأطوالها، وإبراز أثر العوامل

الطبيعية على شبكة النقل، والعلاقة المتبادلة بين العوامل البشرية وحركة النقل، والتعرف على مواصفات الشبكة وإمكانية الوصول وتحديد خصائصها وكفاءتها، ومدي ارتباطها مع المحافظات الأخرى، وتحليل حركة النقل للتعرف على محاورها، ومدي تكامل وتنافس وسائل النقل بمنطقة الدراسة.

4. **دراسة وردة السيد (2015م)** بعنوان (مدينة الإسماعيلية، دراسة في جغرافية الحضر)، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة دمياط، وتناولت دراسة الموقع والعلاقات المكانية للمحافظة، وتناولت أيضا نشأة مدينة الإسماعيلية وتطورها، وتناولت الدراسة أيضاً سكان مدينة الإسماعيلية والتركيب العمراني للمدينة، وكذلك استخدامات الأراضي بمدينة الإسماعيلية، وشبكات البنية الأساسية، أما الفصل الأخير فتناول التخطيط الحضري المستقبلي لمدينة الإسماعيلية.

5. **دراسة مينا لمعي (2019م)** بعنوان (نماذج محاكاة التنمية المستدامة لمحافظة الإسماعيلية باستخدام نظم المعلومات الجغرافية)، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة القاهرة، حيث تناولت الدراسة أسس بناء نماذج محاكاة التنمية المستدامة، ونقاط الضعف والقوة في محافظة الإسماعيلية ومتغيرات النماذج الفرعية المكونة لنموذج محاكاة التنمية المستدامة ومشكلاتها الرئيسية ومستقبلها في المحافظة.

6. **دراسة مني توفيق (2019م)**، بعنوان (التنمية العمرانية المستدامة في محافظة الإسماعيلية باستخدام نظم المعلومات الجغرافية والاستشعار من البعد، دراسة في التخطيط الحضري)، كلية الآداب، جامعة بنها، حيث تقدم الرسالة منهجية متطورة قابلة للتطبيق، والتعديل والرصد، وتوثيق وتحليل ونموذج التنمية العمرانية المستدامة بمحافظة الإسماعيلية بغرض دعم صناعة، واتخاذ القرار في العملية التخطيطية لأغراض دعم سياسات الدولة في الخروج من الوادي الضيق والدلتا إلى تعمير الصحراء، والحفاظ على الأراضي الزراعية.

7. **دراسة لجين محمد (2019)**، بعنوان (جغرافية التربة وأثرها في التنمية الزراعية بمحافظة الإسماعيلية باستخدام الاستشعار عن بعد ونظم المعلومات الجغرافية)، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة قناة السويس، وتناولت الدراسة الخصائص الجغرافية العامة لمنطقة الدراسة، الإجراءات المنهجية المتبعة في الدراسة، وكذلك اهتمت بدراسة الخصائص الميكانيكية والكيميائية للتربة، وكذلك تناولت

تنصيف التربة و الأراضي الزراعيّة وتوزيعها الجغرافي بالمنطقة ودراسة عوامل نشأة وتركيب التربة وقدرتها الإنتاجية وتناولت كذلك أهم المشكلات التي تتعرض لها التربة .

دراسات اهتمت بموضوع الدراسة نفسه أو جزء منه:

- 1- دراسة رشدي رمزي (1996)، اقتصاديات إنتاج وتسويق الفاكهة في محافظة أسيوط.
- 2- دراسة عبد العزيز على (2001)، مؤشرات الكفاءة الاقتصادية لإنتاج وتسويق بعض محاصيل الفاكهة بالأراضي الجديدة بمحافظة الشرقية.
- 3- دراسة عاصم كريم (2004)، دراسة اقتصادية لواقع إنتاج وتسويق أهم محاصيل الفاكهة في جمهورية مصر العربية.
- 4- دراسة سوزان مصطفى (2005)، دراسة للأبعاد الاقتصادية لتطوير خدمات تسويق بعض حاصلات الخضر والفاكهة على دخول المزارعين.

عناصر البحث

- أولاً: التوزيع الجغرافي لإنتاج محاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية.
- ثانياً: الأهمية النسبية لإنتاج محاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية.
- ثالثاً: أهم المؤشرات الإنتاجية والاقتصادية لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية.
- رابعاً: التغيرات التي طرأت على نسب وشروط التبادل التجاري الداخلي لمحاصيل الفاكهة بمنطقة الدراسة.
- خامساً: نظم التسويق (محلي – إقليمي – دولي).
- سادساً: استراتيجيات التسويق الناجح لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية.
- سابعاً: قنوات وفرص سوق التصدير.

أولاً: التوزيع الجغرافي لإنتاج محاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية:

إن دخول الاصناف ذات النوعية الجيدة كان لها الاثر الكبير في تحسين انواع الفواكه والسعي لزيادة أعدادها وكميات انتاجها، ونظراً لاختلاف الظروف الطبيعية والبشرية التي أثرت في توزيع تلك البساتين، فالجدول (1) والجدول (2) يوضح التوزيع الجغرافي لإنتاج بساتين الفاكهة في مراكز محافظة الإسماعيلية.

جدول (1) التوزيع الجغرافي لإنتاج محاصيل الموالح والبرتقال بمنطقة الدراسة عام
2022م (فدان)

المركز	جملة الحديقة		جملة الموالح		جملة البرتقال	
	المساحة الكلية	المساحة المثمرة	متوسط الإنتاج	جملة الإنتاج	المساحة الكلية	متوسط الإنتاج
الإسماعيلية	41404	37937	1094	835	831	601
أبو صوير	5777	4745	788	398	598	226
فايد	6045	5229	88	77	82	71
القطرة غرب	10467	9652	425	406	75	64
القصاصين	6651	6064	3057	2850	1797	1630
التل الكبير	39003	37142	21754	19948	17808	16008
القطرة شرق	36117	15920	5891	984	4198	715
الإجمالي	145464	116789	33187	25498	25389	19315

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات حصر بساتين الفاكهة عام 2022م، إدارة البساتين والمحاصيل الزراعية، مديرية الزراعة، محافظة الإسماعيلية، بيانات غير منشورة.

جدول (2) التوزيع الجغرافي لإنتاج محاصيل الفاكهة بمنطقة الدراسة عام 2022م(فدان)

المراكز	الإسماعيلية	أبو صوير	فايد	القنطرة غرب	القصاصين	الثل الكبير	القنطرة شرق	الإجمالي
جملة العنب	المساحة الكلية	70	87	2	15	141	1506	2446
	المساحة المثمرة	50	87	-	10	141	1477	2274
	متوسط الإنتاج	7	7.5	-	6.5	6	7.9	7.5
	جملة الإنتاج	350	656	-	97	846	11677	17106
جملة المانجو	المساحة الكلية	10257	10618	3507	14934	711	4607	58634
	المساحة المثمرة	9734	9893	2884	13914	667	4258	53317
	متوسط الإنتاج	2.8	3.3	2.7	1.4	3.7	3	2.4
	جملة الإنتاج	27775	32675	7841	19519	2516	12747	131873
جملة الموز	المساحة الكلية	-	655	2	10	-	612	1248
	المساحة المثمرة	-	655	1	10	-	612	1283
	متوسط الإنتاج	-	18.2	10	18	-	18	18
	جملة الإنتاج	-	11960	10	180	-	11007	23207
جملة التين	المساحة الكلية	-	-	2	20	-	-	95
	المساحة المثمرة	-	-	15	20	-	-	85
	متوسط الإنتاج	-	-	5	3	-	-	3.9
	جملة الإنتاج	-	-	75	60	-	-	375
جملة الجوافة	المساحة الكلية	40	59	42	9	99	12	680
	المساحة المثمرة	20	59	42	9	99	9	446
	متوسط الإنتاج	9	6	6	6	9	13.6	7.8
	جملة الإنتاج	180	254	252	51	893	126	3520
جملة الرمان	المساحة الكلية	-	111	12	60	30	107	1220
	المساحة المثمرة	-	111	12	52	10	50	820
	متوسط الإنتاج	-	3	10	9	3.5	7.2	4.8
	جملة الإنتاج	-	323	120	468	35	358	3946
جملة المشمش	المساحة الكلية	-	-	20	-	416	10	692
	المساحة المثمرة	-	-	20	-	416	10	551
	متوسط الإنتاج	-	-	4	-	4.5	4	4.3
	جملة الإنتاج	-	-	80	-	1872	40	2385
جملة الكمثرى	المساحة الكلية	140	134	8	30	109	17	688
	المساحة المثمرة	140	134	3	30	84	17	553
	متوسط الإنتاج	4	4	3	4.5	3	4.5	3.7
	جملة الإنتاج	560	527	9	117	252	76	1856
جملة التفاح	المساحة الكلية	40	-	7	-	144	4	405
	المساحة المثمرة	20	-	2	-	144	4	304
	متوسط الإنتاج	5	-	5.5	-	6	5.5	5.4
	جملة الإنتاج	100	-	11	-	864	24	1647
جملة الخوخ	المساحة الكلية	100	42	5	-	423	10	928
	المساحة المثمرة	30	32	1	-	423	10	810
	متوسط الإنتاج	5	4.5	5	-	6	4.5	5.5
	جملة الإنتاج	150	146	5	-	2538	45	4459

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات حصر بساتين الفاكهة عام 2022م، إدارة البساتين والمحاصيل الزراعية، مديرية الزراعة، محافظة الإسماعيلية، بيانات غير منشورة.

بتحليل أرقام الجدول (1)، (2) يمكن تتبع الحقائق التالية:-

احتل محصول المانجو المركز الأول بين محاصيل الفاكهة من حيث جملة الإنتاج حوالي 131.87 ألف طن، بمتوسط إنتاج بلغ 2.4 ألف طن، بنسبة 69% من إجمالي إنتاج محاصيل الفاكهة بمحافظه الإسماعيلية. جاء محصول الموز في المرتبة الثانية بين محاصيل الفاكهة بجملة إنتاج بلغت 23.2 ألف طن بما يعادل 12% من إجمالي محاصيل الفاكهة بمحافظه الإسماعيلية. واحتل محصول العنب المركز الثالث بين محاصيل الفاكهة بمحافظه الإسماعيلية بجملة إنتاج 17.1 ألف طن، بما يعادل 9% من إجمالي محاصيل الفاكهة بالمحافظة. وجاء محصول الخوخ في المركز الرابع بين محاصيل الفاكهة في محافظه الإسماعيلية بجملة إنتاج بلغت 4.46 ألف طن بنسبه 2% من إجمالي محاصيل الفاكهة بمحافظه الإسماعيلية. وجاء في المركز الخامس والسادس محصولي الرمان والجوافة بجملة إنتاج بلغت 3.95، 3.52 ألف طن على الترتيب. وجاء محصول التين في المركز الأخير بين محاصيل الفاكهة في محافظه الإسماعيلية بجملة إنتاج 375 فدان.

وشغل محصول المانجو الصدارة من حيث جملة إنتاج المحاصيل بمركزي الاسماعيلية وأبو صوير بجملة إنتاج بلغت 27.78 ألف طن، 32.68 ألف طن. بينما احتل محصول التفاح المركز الأخير من حيث جملة إنتاج المحاصيل بمركز الاسماعيلية بجملة إنتاج بلغت 100 فدان. كما احتل محصول الموز المركز الثاني من حيث جملة الإنتاج بمركز أبو صوير بجملة إنتاج 11.6 ألف طن. واحتل مركز القصاصين المركز الأخير من حيث جملة إنتاج محصول المانجو بجملة إنتاج بلغت 2.56 ألف طن. واحتل مركز التل الكبير المركز الأول من حيث جملة إنتاج الموالح بلغت 19.95 ألف طن. واحتل مركز فايد المركز الأخير من حيث جملة إنتاج الموالح بقيمة بلغت 77 طن بنسبة.

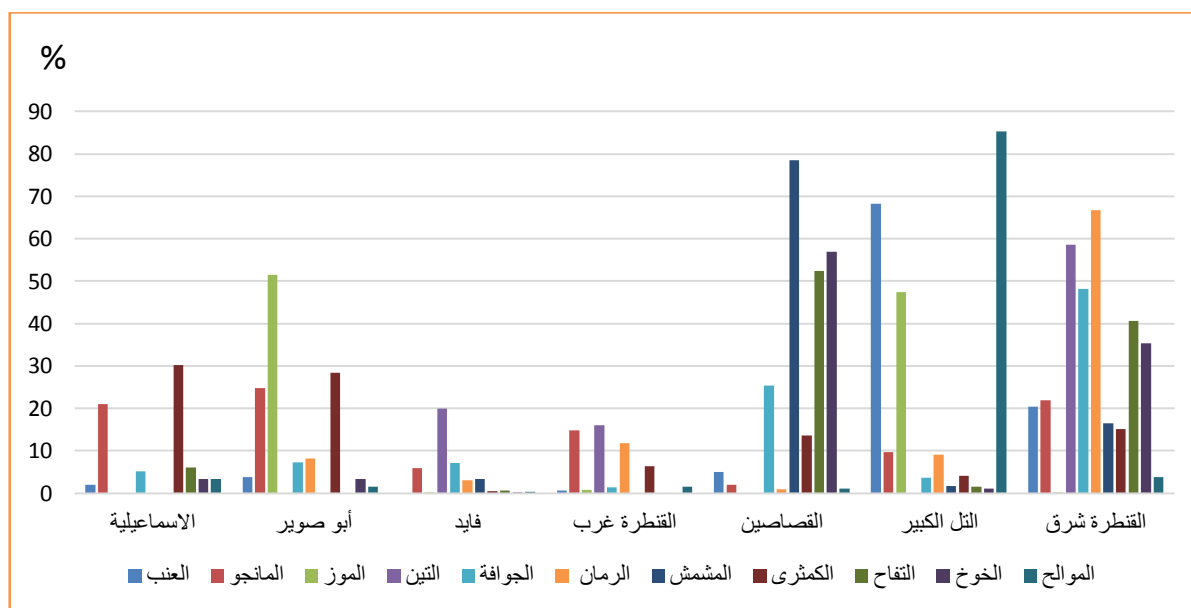
ثانيًا: الأهمية النسبية لإنتاج محاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية:

وباستقراء جدول (3) وشكل (1) والذي يوضح الأهمية النسبية للإنتاج لکلي لمحاصيل الفاكهة بمحافظه الاسماعيليه ، والذي يوضح الأهمية النسبية لمحصول المانجو ومنه يتبين أن محصول المانجو يحتل المرتبة الأولى من بين محاصيل الفاكهة المزروعة بمحافظه الاسماعيليه من حيث الأهمية النسبية ، يليها محصول العنب في المرتبة الثانية من حيث الأهمية النسبية لجملة الإنتاج ، وفي المركز الثالث يأتي محصول الموز من حيث الأهمية النسبية لجملة إنتاج محاصيل الفاكهة بالمحافظة عام 2022 م .

جدول (3) الأهمية النسبية الإنتاج الكلي لمحاصيل الفاكهة بمحافظة الإسماعيلية عام 2022م (%)

المركز	العنب	المانجو	الموز	التين	الجوافة	الرمان	المشمش	الكمثرى	التفاح	الخوخ	الموالح
الإسماعيلية	2.05	21.06	-	-	5.11	-	-	30.17	6.07	3.36	3.28
أبو صوير	3.84	24.78	51.53	-	7.22	8.19	-	28.39	-	3.27	1.56
فايد	-	5.95	0.04	19.94	7.16	3.04	3.36	0.49	0.67	0.11	0.31
القطرة غرب	0.57	14.80	0.78	16	1.45	11.86	-	6.30	-	-	1.59
القصاصين	4.95	1.91	-	-	25.37	0.89	78.49	13.58	52.46	56.92	1.09
التل الكبير	68.26	9.67	47.43	-	3.58	9.07	1.68	4.09	1.46	1.01	85.32
القطرة شرق	20.35	21.84	0.22	58.67	48.13	66.70	16.48	15.19	40.68	35.32	3.86
الجملة	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على بيانات حصر بساتين الفاكهة عام 2022م، إدارة البساتين والمحاصيل الزراعية، مديرية الزراعة، محافظة الإسماعيلية، بيانات غير منشورة.



شكل (2) الأهمية النسبية الإنتاج الكلي لمحاصيل الفاكهة بمحافظة الإسماعيلية عام 2022م (%)

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على بيانات الجدول (3)

ثالثاً: أهم المؤشرات الإنتاجية والاقتصادية لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية:

تتمثل أهم المؤشرات الإنتاجية والاقتصادية في كل من: متوسط إنتاج الفدان، التكاليف الإنتاجية الكلية للفدان، السعر المزرعي، الإيراد الكلي، صافي العائد الفداني، وكذا ربحية الجنيه المنفق. وبدراسة تلك المؤشرات لمحاصيل الفاكهة خلال السنة الزراعية 2022 كما هو موضح بالجدول (4) تبين أن:

جدول (4) المؤشرات الإنتاجية والاقتصادية لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية

2022م

المحاصيل	متوسط التكاليف الكلية	متوسط إنتاجية الفدان	متوسط السعر المزرعي	متوسط الإيراد الكلي	متوسط صافي العائد	ربحية الجنيه المنفق
	ألف جنيه/فدان	طن	ألف جنيه/طن	ألف جنيه/فدان	ألف جنيه/فدان	
جملة العنب	3.96	15.18	24.06	16.8	33.51	0.48
جملة المانجو	40	19.15	30.15	95.51	101.5	0.99
جملة الموز	30	8.54	7.5	15.31	24.51	0.47
جملة التين	10	4.52	20.47	9.72	16.84	0.35
جملة الجوافة	14	9.49	2.64	13.85	15.21	0.22
جملة الرمان	21	8.51	17.6	17.61	18.94	0.42
جملة المشمش	7.55	7.04	16.31	19.52	11.52	0.35
جملة الكمثرى	17	3.51	9.81	8.75	19.57	0.28
جملة التفاح	29	3.53	38.9	17.68	59.51	0.26
جملة الخوخ	16	8.04	18.97	17.93	25.88	0.14
جملة الموالح	30	10.4	21.54	32.31	24.21	0.52

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على تقرير استثمارات الاستبيان.

1- التكاليف الإنتاجية الكلية للفدان:

تتضمن التكاليف الثابتة والتكاليف المتغيرة، وقد تم حساب التكاليف الثابتة على أساس القيمة الإيجارية والأموال الأميرية والصرف الزراعي، هذا ولم نتطرق إلى تكلفة إنشاء الحديقة؛ وذلك لأن التحليل تم في المدى القصير، فضلا عن كونه تحليل اقتصادي وليس مالي، حيث أن التحليل المالي يحسب تكلفة إنشاء التكاليف المتغيرة فتم حسابها وفقا للعمليات الزراعية والتي تشمل تكلفة كلا من مستلزمات الإنتاج المختلفة، العمل البشري والآلي. وفيما يتعلق بالتكاليف الإنتاجية الكلية لمحاصيل الفاكهة بمحافظة الإسماعيلية وفقاً لما ورد بجدول (4) كالآتي:

حيث بلغ متوسط التكاليف الإنتاجية الكلية للفدان لجملة محاصيل المانجو الصدارة بلغت 40 ألف جنيه للفدان وذلك من إجمالي متوسط التكاليف الإنتاجية. وجاء في المركز الثاني والثالث من حيث متوسط التكاليف الإنتاجية الكلية للفدان لجملة محاصيل الموز والموالح والتفاح بلغ 30، و29 ألف جنيه للفدان على الترتيب.

وجاء في المركز الرابع محصول الرمان من حيث متوسط التكاليف الإنتاجية الكلية للفدان بلغت 21 ألف جنيه للفدان. ويأتي بعد ذلك محصول العنب في المركز الأخير من حيث متوسط التكاليف الإنتاجية الكلية للفدان بلغت 3.96 ألف جنيه للفدان.

2-متوسط إنتاج الفدان:

حيث جاء متوسط إنتاج الفدان لجملة محاصيل المانجو في المركز الأول بقيمة بلغت 19.15 طن. وبلغ متوسط إنتاج الفدان لجملة محاصيل العنب في المركز الثاني بقيمة بلغت 15.18 طن.

ثم جاء متوسط إنتاج الفدان لجملة محاصيل الموالح في المركز الثالث بقيمة بلغت 10.04 طن. وبلغ متوسط إنتاج الفدان لجملة محاصيل الجوافة في المركز الرابع بقيمة بلغت 9.49 طن. وبمتوسط إنتاج الفدان لجملة محاصيل المانجو في المركز الأخير بقيمة بلغت 3.53 طن.

3-متوسط السعر المزرعي:

وجاء متوسط السعر المزرعي لجملة محاصيل التفاح في المركز الأول بقيمة بلغت 38.9 ألف جنية لكل طن. وبلغ متوسط السعر المزرعي لجملة محاصيل المانجو في المركز الثاني بقيمة بلغت 30.15 ألف جنية لكل طن.

وسجل متوسط السعر المزرعي لجملة محاصيل العنب في المركز الثالث بقيمة بلغت 24.06 ألف جنية لكل طن. جاء متوسط السعر المزرعي لجملة محاصيل التين في المركز الرابع بقيمة بلغت 20.47 ألف جنية لكل طن. وبلغ متوسط السعر المزرعي لجملة محاصيل الخوخ في المركز الخامس بقيمة بلغت 18.97 ألف جنية لكل طن. وشغل متوسط السعر المزرعي لجملة محاصيل الجوافة في المركز الأخير بقيمة بلغت 2.64 ألف جنية لكل طن.

4-متوسط الإيراد الكلي:

حيث جاء متوسط الإيراد الكلي لجملة محاصيل المانجو في المركز الأول بقيمة بلغت 95.51 ألف جنية لكل فدان. وبلغ متوسط الإيراد الكلي لجملة محاصيل الموالح في المركز الثاني بقيمة بلغت 32.31 ألف جنية لكل فدان.

وشغل متوسط الإيراد الكلي لجملة محاصيل المشمش في المركز الثالث بقيمة بلغت 19.52 ألف جنية لكل فدان. وسجل متوسط الإيراد الكلي لجملة محاصيل الخوخ في المركز الرابع بقيمة بلغت 17.93 ألف جنية لكل فدان. ثم جاء متوسط الإيراد الكلي لجملة محاصيل التفاح في المركز الخامس بقيمة بلغت 17.68 ألف جنية لكل فدان. وبلغ متوسط الإيراد الكلي لجملة محاصيل الكمثري في المركز الأخير بقيمة بلغت 8.75 ألف جنية لكل فدان.

5-متوسط صافي العائد:

حيث بلغ متوسط صافي العائد لجملة محاصيل المانجو في المركز الأول بقيمة بلغت 101.5 ألف جنية لكل فدان. جاء متوسط صافي العائد لجملة محاصيل التفاح في المركز الثاني بقيمة بلغت 59.51 ألف جنية لكل فدان.

ثم جاء متوسط صافي العائد لجملة محاصيل العنب في المركز الثالث بقيمة بلغت 33.51 ألف جنيه لكل فدان. وحصل متوسط صافي العائد لجملة محاصيل الخوخ في المركز الرابع بقيمة بلغت 25.88 ألف جنيه لكل فدان.

وسجل متوسط صافي العائد لجملة محاصيل الموز في المركز الخامس بقيمة بلغت 24.51 ألف جنيه لكل فدان. وبلغ متوسط صافي العائد لجملة محاصيل المشمش في المركز الأخير بقيمة بلغت 11.52 ألف جنيه لكل فدان.

6-ربحية الجنيه المنفق:

جاء ربحية الجنيه المنفق لجملة محاصيل المانجو بقيمة بلغت (0.99)، بينما بلغت قيمته لجملة محاصيل جملة الموالح (0.52)، وبلغ قيمة ربحية الجنيه المنفق لجملة العنب بقيمة بلغت (0.48)، بينما بلغت قيمته (0.14) لجملة محاصيل الخوخ.

رابعاً: التغيرات التي طرأت على نسب وشروط التبادل التجاري الداخلي لمحاصيل الفاكهة بمحافظة الإسماعيلية: -

محصول العنب:

بتقدير وقياس تغيرات نسب وشروط التبادل التجاري الداخلي لمنتجي العنب باستخدام الأسعار الحقيقية كما هو موضح بجدول (5)، تبين أن نسب وشروط معدلات التبادل الداخلي خلال فترة الأساس كانت تفوق نسبة 100% إذ بلغت نحو 38، ١٢٤%، وهو ما يعني أن الأسعار الحقيقية التي يتقاضاها المنتجين نظير إنتاجهم لمحصول العنب كانت اعلي من تلك التي يدفعونها نظير حصولهم على مستلزمات الإنتاج من خارج القطاع الزراعي، بينما انخفضت خلال فترة المقارنة إلى اقل من 100% إذ تقدر بنحو 79.47% بمعدل انخفاض بلغ نحو 36.1% عن فترة الأساس، وبذلك فإن التغير في نسب وشروط التبادل بين فترتي الأساس والمقارنة يأتي في غير صالح المنتجين، وقد يرجع ذلك إلى ارتفاع التكاليف الحقيقية لبعض بنود تكاليف إنتاج العنب (مستلزمات الإنتاج من خارج القطاع الزراعي)، وهو ما ينعكس سلباً على مستوي دخولهم من زراعة تلك المحصول.

محصول المانجو:

كما أوضحت نتائج جدول (5) أن نسب وشروط معدلات التبادل لإنتاج محصول المانجو خلال فترتي الأساس والمقارنة كانت اقل من 100% حيث بلغت نحو ١٨،٢% في فترة الأساس وارتفعت إلى نحو 37،7% في فترة المقارنة بمعدل زيادة نسبية عن فترة الأساس بلغت نحو ١٩،١٠٧% الأمر الذي يعني أن الأسعار الحقيقية التي يتقاضاها المنتجين نظير إنتاجهم لمحصول

المانجو كانت أقل من تلك التي يدفعونها نظير حصولهم علي مستلزمات الإنتاج من خارج القطاع الزراعي، وإن كان التغير في نسب وشروط معدلات التبادل بين فترتي الأساس والمقارنة لصالح المنتجين، إلا أنه مازال ينعكس انعكاسا سلبيا علي مستوي دخولهم.

محصول الموز:

تبين النتائج أن نسب وشروط معدلات التبادل لإنتاج محصول الموز خلال فترتي الأساس والمقارنة كانت أقل من 100% إذ بلغت نحو 59,98% في فترة الأساس وارتفعت إلى نحو 61,44% في فترة المقارنة بمعدل زيادة عن فترة الأساس بلغت نحو 2,58%.

محصول التين:

تبين النتائج أن نسب وشروط معدلات التبادل لإنتاج محصول التين خلال فترتي الأساس والمقارنة كانت أقل من 100% إذ بلغت نحو 29,98% في فترة الأساس وارتفعت إلى نحو 41,44% في فترة المقارنة بمعدل زيادة عن فترة الأساس بلغت نحو 11,46%.

محصول الجوافة:

تبين النتائج أن نسب وشروط معدلات التبادل لإنتاج محصول الجوافة خلال فترتي الأساس والمقارنة كانت أقل من 100% إذ بلغت نحو 69,89% في فترة الأساس وانخفضت إلى نحو 71,44% في فترة المقارنة بمعدل نقصان عن فترة الأساس بلغت نحو 1,55%.

محصول الرمان:

تبين النتائج أن نسب وشروط معدلات التبادل لإنتاج محصول الرمان خلال فترتي الأساس والمقارنة كانت أقل من 100% إذ بلغت نحو 104,37% في فترة الأساس وانخفضت إلى نحو 99,48% في فترة المقارنة بمعدل نقصان عن فترة الأساس بلغت نحو 4,89%.

محصول المشمش:

تبين النتائج أن نسب وشروط معدلات التبادل لإنتاج محصول المشمش خلال فترتي الأساس والمقارنة كانت أقل من 100% إذ بلغت نحو 124,37% في فترة الأساس وانخفضت إلى نحو 59,48% في فترة المقارنة بمعدل نقصان عن فترة الأساس بلغت نحو 64,89%.

محصول الكمثرى:

تبين النتائج أن نسب وشروط معدلات التبادل لإنتاج محصول الكمثرى خلال فترتي الأساس والمقارنة كانت أقل من 100% إذ بلغت نحو 39,89% في فترة الأساس وارتفعت إلى نحو 41,44% في فترة المقارنة بمعدل ارتفاع عن فترة الأساس بلغت نحو 1,55%.

محصول التفاح:

تبين النتائج أن نسب وشروط معدلات التبادل لإنتاج محصول التفاح خلال فترتي الأساس والمقارنة كانت أقل من 100% إذ بلغت نحو 28.20% في فترة الأساس وارتفعت إلى نحو 57.73% في فترة المقارنة بمعدل ارتفاع عن فترة الأساس بلغت نحو 29.53%.

محصول الخوخ:

تبين النتائج أن نسب وشروط معدلات التبادل لإنتاج محصول الخوخ خلال فترتي الأساس والمقارنة كانت أقل من 100% إذ بلغت نحو 29.89% في فترة الأساس وارتفعت إلى نحو 61.44% في فترة المقارنة بمعدل ارتفاع عن فترة الأساس بلغت نحو 31.55%.

محصول الموالح:

تبين النتائج أن نسب وشروط معدلات التبادل لإنتاج محصول الموالح خلال فترتي الأساس والمقارنة كانت أقل من 100% إذ بلغت نحو 134.37% في فترة الأساس وانخفضت إلى نحو 79.48% في فترة المقارنة بمعدل نقصان عن فترة الأساس بلغت نحو 54.89%.

جدول (5) نسب وشروط التبادل التجاري الداخلي لمنتجي محاصيل الفاكهة بمنطقة الدراسة
بأسعار الحقيقية بين فترتي الأساس (2010-2015م) والمقارنة (2015-2022م)

المحاصيل	الرقم الأساسي للأسعار المقبوضة % (1)	الرقم الأساسي للأسعار المدفوعة % (2)	شروط التبادل (2/1) 100x	معدل تغير شروط التبادل بين فترتي الأساس والمقارنة
جملة العنب	فترة الأساس 32.22	68.98	124.37	-
جملة المانجو	فترة الأساس 11.82	64.94	18.20	36.10
جملة الموز	فترة الأساس 83.69	139.73	59.89	-
جملة التين	فترة الأساس 43.69	19.73	29.89	-
جملة الجوافة	فترة الأساس 63.69	39.73	69.89	-
جملة الرمان	فترة الأساس 75.79	68.98	104.37	-
جملة المشمش	فترة الأساس 95.79	85.98	124.37	-
جملة الكمثرى	فترة الأساس 73.69	119.73	39.89	-
جملة التفاح	فترة الأساس 15.82	74.94	28.20	-
جملة الخوخ	فترة الأساس 43.69	89.73	29.89	-
جملة الموالح	فترة الأساس 85.79	68.98	134.37	-
	فترة المقارنة			
	32.22	40.54	79.48	36.10
	12.77	33.85	37.73	107.19
	57.87	94.05	61.44	11.46
	27.87	94.05	31.44	5.58
	47.87	84.05	71.44	1.55
	42.22	53.54	99.48	64.89
	37.87	94.05	41.44	1.55
	12.77	33.85	57.73	29.53
	57.87	94.05	61.44	31.55
	902.22	60.54	79.48	54.89

المصدر: جمعت وحسبت من وزارة الزراعة والاستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، نشرتي التكاليف والأسعار، أعداد متتالية. الأسعار المدفوعة: مستلزمات الإنتاج من خارج القطاع الزراعي (أسمدة كيميائية ومبيدات وتقاوي).

الأسعار المقبوضة: هي الربح (صافي العائد).

خامساً: التسويق الداخلي لمحاصيل الفاكهة بمحافظة الإسماعيلية:

ولأهمية التسويق الزراعي كعنصر مكمل للإنتاج الزراعي وما للتسويق الجيد من دعم لجميع الجهات ذات العلاقة بالإنتاج الزراعي من مزارعين ومستهلكين ومسوقين ولتوفير المعلومات المتعلقة بأسعار المنتجات الزراعية، والعوامل المؤثرة فيها من دور في ضمان سعر مناسب للمنتج والمستهلك وللتقليل من المخاطر التسويقية ومن الفاقد بعد الحصاد. إن نشاط التسويق الزراعي؛ لا يزال يشكل معضلة وهاجسا للمزارعين؛ وأن المزارع يحرص على تحسين جودة منتجاته الزراعية وخوفه من أن جهوده قد لا يكون لها مردود إيجابي.

يعتبر التسويق الزراعي هو العامل الأساسي لاستمرارية التعامل في إنتاج أي محصول من عدمه وعليه فإن الاهتمام بهذا الجانب يصبح من الأمور الهامة والتي تأخذ جانب كبير من إعداد البرامج والخطط من أجل إنجاح العملية التسويقية الزراعية وحصول المنتجين والمستهلكين على حد سواء على عوائد مناسبة والتي تجعلهم يستمرون في هذا النشاط ولذلك فإن الاقتصاديين والمهتمين في الجانب الاقتصادي يحاولون توفير كافة السبل التي تخدم القطاع الزراعي أولاً و القطاع الصناعي ثانياً ، وكافة القطاعات على المستوى العام من أجل رفع كفاءة وتحسين أنشطة هذه القطاعات . ومن هذه السبل توفير المعلومات التسويقية بشكل ما يمكن أن تصل إلى المستهدفين، وإنشاء مواقع ربط إلكترونية بين كافة المزارعين والقطاعات ذات العلاقة بالمعلومات الزراعية. ونتيجة للنقلة النوعية في القطاع الزراعي وتوافر التقنية الحديثة حيث تولدت معه الخبرات، وتوطنت التقنية في الشق الإنتاجي لدى العاملين في هذا القطاع، فأحدثت تطورات إيجابية في كفاءة المنتج.

والتسويق بصفة عامة وظيفة شاملة مستمرة قبل إنتاج السلعة ، وذلك بدراسة المستهلك الأخير من حيث احتياجاته؛ رغباته، عاداته؛ تقاليده؛ دوافعه؛ وقدرته الشرائية من حيث الجنس والمهنة والمنطقة الجغرافية التي يعيش فيها ، وكذلك ظروف المنافسة وأشكالها في السوق ، والموارد المالية والبشرية ، والإدارية ، وتقدير حجم المبيعات المرتقبة ؛ حيث يتطلب ذلك توفير البيانات عن المستهلك؛ ورجال البيع والوكلاء والوسطاء؛ والعاملين في المشروع؛ إضافة إلى البيانات المتوافرة في سجلات المنشأة تمهيدا لتحليلها واستخلاص النتائج منها ليتم إنتاج السلع بالجودة والكمية المناسبة في المكان والوقت السعر المناسب. إلا أن ضعف الشق التسويقي قد يرجع إلى سريان مفهومه القديم لدى بعض المزارعين إلى ضعف مقومات هذا النوع من التسويق وخاصة منافذ التسويق الزراعي (الأسواق المركزية لبيع الفواكه)، ولم تتأثر إيجابيا بما يتحقق في مجال الإنتاج الزراعي ودورها فقط يتمثل في توفير مكان البيع مع نقص في الجانب التقني، وكذلك غياب المعلومة التسويقية.

وعندما يتعلق الأمر بتسويق محاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية، هناك تحديات وفرص فريدة يحتاج المزارعون والشركات إلى التغلب عليها وذلك من خلال فهم النظرة العامة لصناعه الفاكهة في المحافظة وأهمية التسويق الفعال، حيث يمكنهم من تحقيق أقصى قدر من إمكانات النجاح.

وتشتهر محافظة الإسماعيلية، بتربتها الخصبة ومناخها الملائم لزراعة الفاكهة حيث تنتج المنطقة مجموعة واسعة من الفواكه، بما في ذلك البرتقال والعنب والمانجو والفراولة، إلخ... ولا

يتم استهلاك هذه المحاصيل محلياً فحسب، بل يتم تصديرها أيضاً إلى الأسواق الدولية حيث تلعب صناعة الفاكهة دوراً مهماً في الاقتصاد المحلي، من حيث توفر الدخل وفرص العمل. ويبدأ تسويق المنتجات الزراعية من المزرعة وينتهي عند وصولها للمستهلك النهائي في الشكل والمكان والوقت الملائم بهدف إشباع رغباته واحتياجاته. لذا يتعدد الوسطاء والهيئات التسويقية التي تقوم بتسويقها. وبدراسة الأسلوب البيعي (التسويقي) لمنتجات محاصيل الفاكهة بمحافظه الإسماعيلية خلال السنة الزراعية 2022/2021م نتطرق إلي:

1 - الموسمية والطلب في السوق:

كان لموسمية محاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية دوراً هاماً في الطلب في السوق وعلى سبيل المثال، تزدهر ثمار الحمضيات خلال أشهر الشتاء ويتم الطلب عليها بشدة خلال تلك الفترة ومن ناحية أخرى، تتمتع الفواكه مثل الموز والعنب بموسم نمو أطول، مما يجعلها متاحة طوال العام. يتأثر طلب السوق على محاصيل الفاكهة بعدة عوامل مختلفة مثل تفضيلات المستهلك، اتجاهات السوق المحلية والدولية وتوافر الفواكه المنافسة الأخرى. ويقوم المزارعون في محافظة الإسماعيلية بمراقبة هذه العوامل بعناية لضمان الحصول على محصول ناجح ومربح. ويوجد في محافظة الإسماعيلية قنوات مختلفة للسوق المحلية متاحة لبيع محاصيل الفاكهة. ويمكن للمزارعين اختيار بيع منتجاتهم في الأسواق التقليدية، حيث يمكنهم التعامل مباشرة مع المستهلكين المحليين وبناء العلاقات. وهناك خيار آخر وهو الشراكة مع محلات البقالة ومحلات السوبر ماركت المحلية وتزويدهم بالفواكه الطازجة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمزارعين استكشاف المنصات عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى جمهور أوسع وتلقي الطلبات لمحاصيلهم. وهذا يسمح لهم بالتواصل مباشرة مع العملاء وتقديم خيارات توصيل مناسبة.

2 - البيع بالكالالة:

بينت الدراسة الميدانية أن طريقة البيع بالكالالة (بيع إنتاج الحديقة بعد اكتمال نضج الإثمار وظهور المحصول) لموسم واحد أو أكثر. تعتبر من طرق البيع المفضلة لدى البائع غير المتفرغ والذي ليس لديه خبرة تسويقية، فضلاً عن ضعف قدرته المالية على الإنفاق على خدمة الحديقة. وفيها يقوم كلا من المنتج والتاجر بتقدير المحصول والثمن الملائم له. حيث يقوم التاجر بجميع العمليات والوظائف التسويقية المختلفة. حيث بلغت نسبتها حوالي 1,1 % فقط من إجمالي عدد المبحوثين البالغ نحو 95 مبحوث.

3 - البيع لتاجر الجملة أو لتاجر التجزئة:

يعتبر البيع لتاجر الجملة أو لتاجر التجزئة هو أحد المسالك التسويقية للفاكهة. وقد أوضحت الدراسة الميدانية للعينات البحثية أن البيع لتاجر الجملة لمحاصيل الفاكهة بلغ نسبته حوالي ٩٠ % من إجمالي عدد المبحوثين، وتجدر الإشارة إلى أن: ارتفاع نسبة مبيعات سوق الجملة لمحاصيل الفاكهة يرجع إلى تفضيل المنتجين التعامل بها لعدة أسباب منها:

- سرعة تسويق المحصول وبالتالي توفير الوقت والجهد وتقليل التالف.
 - حصول المنتج على ثمن محصوله مرة واحدة عند بيعه.
 - سعر سوق الجملة يكون مناسب، بالإضافة إلى ضبط عملية الميزان به.
 - سهولة التعامل مع تاجر الجملة وتقديم تمويل مقدم لكي يتم الصرف على المحصول.
- سادساً: استراتيجيات التسويق الناجح لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية:

1- العلامات التجارية والتغليف الفعال:

من أجل تسويق محاصيل الفاكهة بنجاح في محافظة الإسماعيلية، من المهم التركيز على العلامات التجارية والتعبئة الفعالة. يتضمن ذلك إنشاء هوية تجارية فريدة وجذابة للفاكهة، بالإضافة إلى النظر في تصميم العبوة لجعلها جذابة بصرياً. يمكن أن تساعد الملصقات والشعارات ومواد التعبئة والتغليف الجذابة على إبراز الفواكه على أرفف المتاجر وجذب العملاء. بالإضافة إلى ذلك، فإن تسليط الضوء على جودة ونضارة محاصيل الفاكهة من خلال العلامات التجارية والتغليف يمكن أن يؤدي إلى بناء الثقة والولاء بين المستهلكين.

2- الدعم الحكومي واللوائح التنظيمية لتسويق محاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية:

أ- السياسات والمبادرات الداعمة لتسويق محاصيل الفاكهة:

نفذت محافظة الإسماعيلية في مصر سياسات ومبادرات مختلفة لدعم تسويق محاصيل الفاكهة حيث تقدم الحكومة المساعدات المالية وبرامج التدريب والدعم الفني للمزارعين لتعزيز قدراتهم التسويقية. وتهدف هذه المبادرات إلى تحسين جودة محاصيل الفاكهة، وزيادة قيمتها السوقية، وتوسيع نطاق وصول المزارعين المحليين إلى الأسواق. بالإضافة إلى ذلك تشجع الحكومة استخدام تقنيات وتقنيات التسويق الحديثة، مثل منصات التجارة الإلكترونية والتسويق الرقمي، للوصول إلى جمهور أوسع وزيادة فرص المبيعات لمنتجات الفاكهة. وتساهم هذه الجهود في استدامة ونمو صناعة محاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية.

ب- اللوائح والشهادات لمراقبة الجودة:

ولضمان الجودة العالية لمحاصيل الفاكهة، وضعت محافظة الإسماعيلية لوائح وشهادات صارمة لمراقبة الجودة. وتغطي هذه اللوائح جوانب مختلفة، بما في ذلك استخدام المبيدات والأسمدة، طرق الحصاد، معايير التعبئة والتغليف، وبروتوكولات النقل. ويتعين على المزارعين الالتزام بهذه اللوائح للحفاظ على سلامة منتجاتهم وتلبية توقعات المستهلكين. علاوة على ذلك، يتم تشجيع شهادات مثل الممارسات الزراعية الجيدة (GAP وGlobal GAP)، مما يدل على أن محاصيل الفاكهة قد تم إنتاجها وفقاً لمعايير الجودة والسلامة المعترف بها دولياً. تمنح هذه اللوائح والشهادات المشترين الثقة في محاصيل الفاكهة من محافظة الإسماعيلية، وتساهم في سمعة المنطقة كمصدر موثوق للمنتجات عالية الجودة.

تتعدد أصناف الفواكه من المنتجات والمحاصيل، كما يمثل كل صنف أهمية مختلفة للمستهلك من ناحية القيمة الغذائية والبدائل المتاحة فيه، كما تمتاز زراعة كل صنف بظروف مختلفة نسبياً إلا أن أصناف الخضار والفواكه تشترك بمناخ تسويقية واحدة كما أن أسلوب تسويق الفواكه هي طارئة يختلف عن أسلوب تسويق المنتجات المصنعة لكن نظام التسويق للفواكه يختلف عن الأنظمة الأخرى الذي يستخدمه رجال التسويق عند الاستيراد والتصدير لمنتجات أخرى مثل المحاصيل الحقلية. يوجد مئات من منتجات الفواكه والمنتجات للتبادل التجاري محلياً ودولياً، إلا أن معظمها يستهلك في الأسواق المحلية للمنتجين، كما يشكل الاستهلاك الغذائي اليومي للأسر من الفواكه أمر مهم من ناحية القيمة الغذائية، حيث زادت كمية الاستهلاك العالمي من الفواكه خلال العقود الثلاثة الأخيرة، بمعدلات كبيرة نتيجة تحول النمط الغذائي لأغلبية الأسر في العالم المتقدم نحو استهلاك الفواكه بسبب القيمة الغذائية. وأغلب الزيادات في استهلاك الفواكه كانت نتيجة للطلب المتزايد على الأشكال الطازجة، المجمدة والعصير، وبالمقابل الحصص استهلاك الفواكه، وهذه التغيرات انعكس لرغبة المستهلكين العودة للحمية والرشاقة والصحة كما أن تسامي وازدياد السكان قد أدى ذلك في زيادة الطلب على بعض الفواكه الخاصة مثل البطيخ الأصفر الشتوي وغيرها من الفواكه (الصينية والفرنسية). وبشكل عام يتأثر نظام تسويق الفواكه بالعديد من العوامل الإنتاجية والتسويقية وهي كما يلي:

1- التباين في فترات الإنتاج: نندرس المنتجات الزراعية في فترات الإنتاج، وهذا التباين في الصنف الواحد من المحاصيل، وذلك أن طول الفترة أو قصرها تؤثر بالسلب أو الإيجاب على محاصيل الفاكهة. وللفواكه اعتبارات أخرى تختلف عن الخضروات، حيث يندر أن تكتمل الدورة الانتقالية للفواكه لأقل من عام إلا في حالات ضيقة ولمحاصيل صيفية، والتي تصل دورتها إلى (- ١٠ شهر). مع العلم أن أشجار الفواكه لا تعطي ثمارها إلا بعد وصولها إلي عمر معين (من ٣-

٥ سنوات) أو أكثر، أي يجب التمييز بين الفترة المتاحة لنمو الأشجار عن تلك التي تخص قدرتها في إعطاء الثمار.

2-المواعمة: من الملاحظ ونتيجة لدورة الإنتاج للفواكه، أنها تكون عرضة للعديد من المؤثرات البيئية الخارجية (كالبرد، الحرارة العالية، الحشرات، ومؤثرات أخرى عديدة)، وكل هذه المؤثرات من شأنها

أن تؤثر على الكمية والنوعية في وقت واحد إلا أن التقنيات الحديثة والإمكانات المتاحة علمياً ساعدت على توفير الحماية الكافية والوقاية اللازمة لمختلف المنتجات والمحاصيل التي تكون عرضة لهذه المؤثرات (مثل البيوت الزجاجية) (greenhouses) والظروف البيئية لا تؤثر فقط على عرض هذه المنتجات، وإنما الطلب تبعاً للوقت.

3-موسم الإنتاج: غالبية الفواكه لا تظهر في الأسواق إلا خلال فترات زمنية قصيرة نسبياً، أي يعني ظهور الإنتاج جملة واحدة في فترة زمنية قصيرة. ولهذا السبب الأسواق تسعى للحصول على محاصيل الفاكهة عن طريق طلبها من مكان إنتاجها عن طريق الاستيراد لتوفيرها في الأسواق المحلية. هذا يلاحظ المستهلك وجود هذه المنتجات وبمختلف أصنافها وأنواعها على الرغم من عدم ملائمتها للوقت الذي تظهر فيه في الأسواق، وهذه المسألة لم تعد صرعية إطلاقاً وبخاصة أن تكاليف النقل وسرعة وصول المنتجات إلى مكان الطلب عليها يمكن الاعتماد عليها بشكل كبير.

4-تنوع المنتجات: يلاحظ المستهلك العديد من المعروضات من الفواكه حيث يوجد أنواع عديدة وبأشكال مختلفة، وجاء هذا التنوع نتيجة للسعي إلى زراعة واستثمار العديد من أنواع الأشجار أو الفواكه التي لم تكن معروفة في الدولة وتم أقلمتها وإنتاجها بكميات محلية وتصديرية للتقليل من الاستيراد.

5-تطور المنتجات وتنوعها: يشهد قطاع الزراعة تنوعاً واضحاً في تقديم منتجات متعددة للأسواق، وكذلك زيادة وفائض من المنتجات الزراعية، وليس من السهل نقل المحاصيل الزراعية وهي طرية، حيث يؤدي ذلك إلى زيادة التكاليف، ولذلك تم التعامل مع الفائض ومعالجته عن طريق التنويع الصناعي.

6-سرعة التلف: تتصف محاصيل الفاكهة بسرعة تلفها، وسرعة تأثرها بدرجات الحرارة العادية والبيئة تؤثر على نحو واضح.

7- التركيز الجغرافي: يلاحظ الخصائص المتنوعة والعديدة لمحاصيل الفاكهة، والتي بدت سمة من السمات التي تمتاز بها الأسواق في الوقت الحاضر. حيث يعزى قصور الإنتاج الزراعي بشكل عام عن إشباع الحاجيات الغذائية إلى جملة من العوامل أهمها: -

1. انخفاض نسبة الأراضي الصالحة للزراعة مقارنة مع المساحة الكلية.
2. اعتماد أغلب الزراعات على العوامل المناخية التي تتميز بالتذبذب والتقلب من عام إلى آخر
3. عدم كفاية مصادر المياه وسوء استغلالها والميل نحو الانتقال من الزراعة المطرية إلى الزراعة المروية.
4. يؤدي التصحر والتعرية والتحوليات التي يعرفها المناخ وكذلك دور الإنسان في الاستنزاف اللاعقلاني للخيرات الطبيعية وتدمير البيئة دوراً في استفحال أزمة الغذاء .

3- قنوات تسويق الفواكه الطازجة:

يوجد ثلاثة منافذ رئيسية لتسويق الفواكه (١-أسواق نقطة الشحن. ٢-أسواق المضاربة (الجملة). 3-أسواق التجزئة). وهذه القنوات تتغير وتتعدل من وقت لآخر نتيجة لظروف المنافسة السائدة، ونتيجة لإتباع اللامركزية في أسلوب الإنتاج، التصنيع والتوزيع. كما أن تطور وسائل المواصلات وزيادة حجم التعامل المباشر مع أسواق المستهلكين، قد يساعد في استخدام قنوات توزيعية معينة هدفها الأساسي إيصال هذه الأصناف للأسواق المستهدفة بالكميات والأوضاع المناسبة.

4- العرض في السوق الزراعي:

من المعروف أن منحنى الطلب في السوق الزراعية غير مرن، حيث لا يتوفر للمزارع ميزة ضبط المخرجات. الأمر الذي يؤدي لتحريك المنحنى لليسر، وبالتالي زيادة الدخل الكلي للمزروعات. كما أن الميزة التنافسية لمعظم المزارعين قد لا تتوفر في حالة كون منحنى الطلب على المحصول أو المنتجات الزراعية مرناً، على الرغم من هذا فإن إمكانية ضبط المخرجات أمر يصعب تحقيقه فعلياً من قبل المزارعين، والسبب يرجع إلى أن كل مزارع قد يعمل على زيادة مخرجاته ليستفيد من ارتفاع أسعار منتجاته التي تم إنتاجها، وذلك يرجع إلى إتباع برامج قوية لزيادة المخرجات. وتتضح عيوب ومزايا المحصول الكبير والصغير، أنه أحياناً عوائد المزارعين تكون كبيرة عندما يكون الطقس سيئاً بسبب زيادة الطلب علي حساب انخفاض المعروض، وقد تنخفض الأرباح لو كان الطقس جيداً في حالة زيادة العرض علي حساب الطلب، وهو ما ينتج عنه أرباح عالية و يكون منحنى العرض للمنتجات الزراعية متجهاً نحو الأسفل في حالة وجود محصول طبيعي و متوقع أن هذا المحصول سيؤدي لنقل المنحنى نحو الأسفل أما الزيادة المنتجة فإنها تحركه نحو الأعلى، أما الحركة للأسفل فقد ينتج عنها زيادة في عدم مرونة الطلب أما الحركة

نحو الأعلى فإنها تقلل من الأسعار ومع عدم مرونة العلم ويدل هذا على خفض الدخل الكلي للمزرعة يصاب المزارع بالشلل بطريقه غير متوقعه، وهنا يقوم بعض المزارعين بعمل كافة التعديلات لتخفيض خسائر لما يعرضونه مقابل الطلب الكلي المتوقع.

سابعاً: قنوات وفرص سوق التصدير: -

بالنسبة لأولئك الذين يتطلعون إلى توسيع نطاق تسويق محاصيل الفاكهة الخاصة بهم خارج السوق المحلية، حيث توفر محافظة الإسماعيلية فرصاً للتصدير. ويمكن للمزارعين التعاون مع شركات التصدير والموزعين لشحن منتجاتهم إلى الأسواق الدولية. وهذا يتطلب تلبية معايير الجودة والالتزام باللوائح. بالإضافة إلى ذلك، توفر المعارض التجارية منصات للمزارعين لعرض محاصيل الفاكهة الخاصة بهم والتواصل مع المشترين الدوليين المحتملين. ومن خلال استكشاف قنوات وفرص أسواق التصدير هذه، يستطيع المزارعون في محافظة الإسماعيلية الاستفادة من السوق العالمية وزيادة ربحيتهم.

جدول (6) حجم التصدير الفعلي الشهري من محاصيل الفاكهة بمحافظه الاسماعيلية

خلال عام 2008م*

الشهور	ك	طن	القيمة بالدولار
ديسمبر	270	111318	113002039
يناير	786	19133	11070426
فبراير	407	18298	19967294
مارس	770	22618	12498147
إبريل	641	19365	754936
مايو	560	914	1628622
يونيو	351	837	18212
يوليو	247	176	151430
أغسطس	40	244	8157540
سبتمبر	200	9055	998079
أكتوبر	360	1338	1283766
نوفمبر	681	92669	79211560
الإجمالي	5313	276591	248742051

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات مديرية الزراعة بالاسماعيلية قسم الشؤون الزراعية، مركز بحوث الوحدة الاقتصادية كلية الزراعة جامعة قناة السويس.

- لم يتوفر بالجهة المختصة سوى بيانات عام 2008 م.

ومن تتبع وتحليل الجدول (6) تبين الآتي: -

- 1- بلغ حجم التصدير الفعلي لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية أقصاه في شهر ديسمبر بمقدار صادرات بلغت 111.1 ألف طن بنسبة 40% من إجمالي الإنتاج بقيمة بلغت 113 مليون دولار بما يعادل 45% من قيمه المنتج.
- 2- وجاء شهر نوفمبر في المركز الثاني من حيث حجم التصدير الفعلي لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية بمقدار صادرات بلغت 92.7 ألف طن بنسبة 34% من إجمالي الإنتاج بقيمة بلغت 79.21 مليون دولار بما يعادل 32% من قيمه المنتج.
- 3- وشغل شهر مارس في المركز الثالث من حيث حجم التصدير الفعلي لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية بمقدار صادرات بلغت 22.6 ألف طن بنسبة 8% من إجمالي الإنتاج بقيمة بلغت 12.49 مليون دولار بما يعادل 5% من قيمه المنتج.
- 4- وجاء شهر يناير في المركز الرابع من حيث حجم التصدير الفعلي لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية بمقدار صادرات بلغت 19 ألف طن بنسبة 7% من إجمالي الإنتاج بقيمة بلغت 11 مليون دولار بما يعادل 4% من قيمه المنتج.
- 5- وصل شهر أغسطس في المركز الخامس من حيث حجم التصدير الفعلي لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية بمقدار صادرات بلغت 244 طن بقيمة بلغت 8.6 مليون دولار بما يعادل 3% من قيمه المنتج.
- 6- جاء شهر مايو في المركز السادس من حيث حجم التصدير الفعلي لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية بمقدار صادرات بلغت 914 طن بقيمة بلغت 1.63 مليون دولار.
- 7- شغل شهر أكتوبر في المركز السابع من حيث حجم التصدير الفعلي لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية بمقدار صادرات بلغت 1.3 ألف طن بقيمة بلغت 1.3 مليون دولار.
- 8- وصل شهر سبتمبر في المركز الثامن من حيث حجم التصدير الفعلي لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية بمقدار صادرات بلغت 9 ألف طن بقيمة بلغت 998 ألف دولار.
- 9- جاء شهر إبريل في المركز التاسع من حيث حجم التصدير الفعلي لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية بمقدار صادرات بلغت 19.4 ألف طن بقيمة بلغت 754 ألف دولار.
- 10- وصل شهر يوليو في المركز العاشر من حيث حجم التصدير الفعلي لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية بمقدار صادرات بلغت 176 طن بقيمة بلغت 151 ألف دولار.
- 11- جاء شهر يونيو في المركز الأخير من حيث حجم التصدير الفعلي لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية بمقدار صادرات بلغت 873 طن بقيمة بلغت 18 ألف دولار.

جدول (7) حجم الصادرات من محاصيل الفاكهة بمحافظة الإسماعيلية لعام 2009م*.

الدولة المستوردة	القيمة بالدولار	الكمية المصدرة		المنفذ المصدر	الشركة المصدرة
		طن	ك		
السعودية	10382092	17358	950	برتقال	الجبالي
أوكرانيا	399772	563	876	ليمون	الجبالي
أوكرانيا	250168	1163	520	مندرين	الجبالي
الكويت	38394	47	440	لب جوافة مجمد	فوديكو
أوكرانيا	14305740	18298	407	برتقال	الجبالي
لبنان	24948	47	520	لب جوافة مجمد	الجبالي
روسيا	19917801	22556	250	برتقال	فوديكو
روسيا	24541505	150	-	ليمون مجفف	الجبالي
الأردن -المجر -انجلترا -قطر	12484701	19345	721	برتقال	الجبالي
الكويت	13446	19	920	لب جوافة مجمد	الاسماعيلية الوطنية
بلجيكا	1572408	747	835	عنب طازج	الهدى
الكويت	56214	90	516	لب جوافة مجمد	فوديكو
اليمن - السعودية	307841	553	840	برتقال	الاسماعيلية الوطنية
هولندا	2525000	168	-	عنب	الهدى
لبنان	195095	192	720	عصائر فاكهة	فوديكو
بلجيكا - روسيا	32701146	13890	746	برتقال	الجبالي
إيطاليا	123375	110	750	عقد برتقال	الجبالي
ماليزيا	260040	240	800	ليمون طازج	الجبالي
أوكرانيا	666752	4393	758	مندرين	الجبالي
الكويت	36720	95	740	لب جوافة مجمد	فوديكو
أوكرانيا	22500	15	795	تمر جفف	جرين لاند
فرنسا	1380357	177	258	فراولة مجمدة	النهضة
	122206015	100216	13362		الإجمالي

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات مديرية الزراعة بالاسماعيلية قسم الشؤون الزراعية، مركز بحوث الوحدة الاقتصادية كلية الزراعة جامعة قناة السويس.

- لم يتوفر بالجهة المختصة سوى بيانات عام 2009 م.

ومن تتبّع وتحليل الجدول (7) تبين الآتي: -

- 1- بلغت الحجم الإجمالي صادرات محاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية 100 ألف طن.
- 2- بلغت قيمة صادرات محاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية 122.2 مليون دولار.
- 3- تنوعت الدول المستوردة لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية من السعودية وروسيا والكويت وأوكرانيا.
- 4- تنوعت محاصيل الفاكهة المصدرة من محافظة الإسماعيلية بين البرتقال والعنب والفاولة المجمدة والليمون.
- 5- تنوعت الشركات المصدرة لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية ما بين شركة الجبالي وفيدكو والنهضة والهدى.

جدول (8) الحجم الفعلي لمحاصيل الفاكهة المصدرة من محافظة الإسماعيلية عام 2009م.

القيمة بالدولار	الكمية المصدرة		الصنف المصدر
	طن	ك	
90222696	92110	4664	البرتقال
4097408	915	835	عنب
25201317	953	1676	ليمون
1380357	177	258	فاولة مجمدة
916920	5556	1278	مندرين
169722	298	3136	لب جوافة مجمد
195095	192	720	عصائر فاكهة
22500	15	795	تمر جفف

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات مديرية الزراعة بالإسماعيلية قسم الشؤون الزراعية، مركز بحوث الوحدة الاقتصادية كلية الزراعة جامعة قناة السويس.

ومن تتبّع وتحليل الجدول (8) يتضح ما يلي: -

- 1- جاء محصول البرتقال في المركز الأول في قائمة المحاصيل المصدرة من محافظة الإسماعيلية بمقدار 92.1 ألف طن بقيمة بلغت 90.2 مليون دولار.
- 2- جاء محصول العنب في المركز الثاني في قائمة المحاصيل المصدرة من محافظة الإسماعيلية بمقدار 915 طن بقيمة بلغت 4.09 مليون دولار.

- 3- جاء محصول الليمون في المركز الثالث في قائمة المحاصيل المصدرة من محافظة الإسماعيلية بمقدار 953 طن بقيمة بلغت 2.52 مليون دولار.
- 4- جاء محصول الفراولة المجمدة في المركز الرابع في قائمة المحاصيل المصدرة من محافظة الإسماعيلية بمقدار 177 طن بقيمة بلغت 1.3 مليون دولار.
- 5- جاء محصول المنذرين في المركز الخامس في قائمة المحاصيل المصدرة من محافظة الإسماعيلية بمقدار 5.6 ألف طن بقيمة بلغت 916.9 ألف دولار.
- 6- جاء محصول لب الجوافة المجمد في المركز السادس في قائمة المحاصيل المصدرة من محافظة الإسماعيلية بمقدار 298 طن بقيمة بلغت 169.7 ألف دولار.
- 7- جاءت عصائر الفاكهة في المركز السابع في قائمة المحاصيل المصدرة من محافظة الإسماعيلية بمقدار 192 طن بقيمة بلغت 195 ألف دولار.
- 8- جاء محصول التمر المجفف في المركز الأخير في قائمة المحاصيل المصدرة من محافظة الإسماعيلية بمقدار 15 طن بقيمة بلغت 22.5 ألف دولار.

جدول (9) الحجم الفعلي للدول المستوردة من محاصيل الفاكهة من محافظة الإسماعيلية

عام 2009م

الدولة المستوردة	الكمية المصدرة		القيمة بالدولار
	ك	طن	
روسيا	996	36596	77160452
بلجيكا	1581	14637	34273554
أوكرانيا	3356	24432	15644932
الأردن - المجر - إنجلترا - قطر	721	19345	12484701
السعودية	1790	17911	10689933
هولندا	-	168	2525000
فرنسا	258	177	1380357
ماليزيا	800	240	260040
لبنان	1240	239	220043
الكويت	2616	251	144774
إيطاليا	750	110	123375

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات مديرية الزراعة بالإسماعيلية قسم الشؤون الزراعية، مركز بحوث الوحدة الاقتصادية كلية الزراعة جامعة قناة السويس.

ومن تتبع تحليل الجدول (9) يتضح ما يلي: -

1. احتلت دولة روسيا الصدارة في قائمة الدول المستوردة لمحاصيل الفاكهة من محافظة الإسماعيلية بمقدار 36.59 ألف طن بقيمة 77.16 مليون دولار.
2. جاءت دولة بلجيكا في المركز الثاني في قائمة الدول المستوردة لمحاصيل الفاكهة من محافظة الإسماعيلية ب مقدار 14.6 ألف طن بقيمة 34.27 مليون دولار.
3. احتلت دولة أوكرانيا المركز الثالث في قائمة الدول المستوردة لمحاصيل الفاكهة من محافظة الإسماعيلية ب مقدار 24.4 ألف طن بقيمة 15.64 مليون دولار.
4. جاءت دول (الأردن -المجر -انجلترا - قطر) في المركز الرابع في قائمة الدول المستوردة لمحاصيل الفاكهة من محافظة الإسماعيلية ب مقدار 19.35 ألف طن بقيمة 12.84 مليون دولار.
5. شغلت دولة السعودية في المركز الخامس في قائمة الدول المستوردة لمحاصيل الفاكهة من محافظة الإسماعيلية ب مقدار 17.9 ألف طن بقيمة 10.69 مليون دولار.
6. احتلت دولة هولندا في المركز السادس في قائمة الدول المستوردة لمحاصيل الفاكهة من محافظة الإسماعيلية ب مقدار 168 ألف طن بقيمة 2.5 مليون دولار.
7. جاءت دولة فرنسا في المركز السابع في قائمة الدول المستوردة لمحاصيل الفاكهة من محافظة الإسماعيلية ب مقدار 177 ألف طن بقيمة 1.38 مليون دولار.
8. شغلت دولة ماليزيا في المركز الثامن في قائمة الدول المستوردة لمحاصيل الفاكهة من محافظة الإسماعيلية ب مقدار 240 ألف طن بقيمة 260 ألف دولار.
9. وصلت دولة لبنان للمركز التاسع في قائمة الدول المستوردة لمحاصيل الفاكهة من محافظة الإسماعيلية بمقدار 239 ألف طن بقيمة 220 ألف دولار.
10. جاءت دولة الكويت في المركز العاشر في قائمة الدول المستوردة لمحاصيل الفاكهة من محافظة الإسماعيلية ب مقدار 251 ألف طن بقيمة 144 ألف دولار.
11. جاءت دولة إيطاليا في المركز الأخير في قائمة الدول المستوردة لمحاصيل الفاكهة من محافظة الإسماعيلية ب مقدار 110 ألف طن بقيمة 123 ألف دولار.

جدول (10) الحجم الفعلي للشركات المصدرة لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية عام 2009م

الشركة المصدرة	القيمة المصدرة		القيمة بالدولار
	ك	طن	
الجبالي	7048	75557	96140239
فوديكو	2666	22980	20244224
الهدى	835	915	4097408
الإسماعيلية الوطنية	1760	572	3212871
النهضة	258	177	1380357
جرين لاند	795	15	22500

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات مديرية الزراعة بالإسماعيلية قسم الشؤون الزراعية، مركز بحوث الوحدة الاقتصادية كلية الزراعة جامعة قناة السويس.

ومن تتبع تحليل الجدول (10) اتضح ما يلي:

1. تصدرت شركة الجبالي قائمة الشركات المصدرة لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية بمقدار 75.6 ألف طن بقيمة صادرات بلغت 96.14 مليون دولار.
2. وشغلت شركة فوديكو في المرتبة الثانية في قائمة الشركات المصدرة لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية ب مقدار 22.98 ألف طن بقيمة صادرات بلغت 20.24 مليون دولار.
3. ووصلت شركة الهدى للمركز الثالث في قائمة الشركات المصدرة لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية بمقدار 915 طن بقيمة صادرات بلغت 40.97 مليون دولار.
4. جاءت شركة الإسماعيلية الوطنية في المركز الرابع في قائمة الشركات المصدرة لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية ب مقدار 572 طن بقيمة صادرات بلغت 3.213 مليون دولار.
5. أما المركز الخامس فكان من نصيب شركة النهضة بمقدار صادرات بلغت 177 طن بقيمة 1.38 مليون دولار.
6. وجاءت شركة جرين لاند في المركز الأخير في قائمة الشركات المصدرة لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية ب مقدار 15 طن بقيمة 22.5 ألف دولار.

الخاتمة

1-النتائج:

وقد بينت نتائج الدراسة أن محصول المانجو احتل المركز الأول بين محاصيل الفاكهة من حيث جملة الإنتاج حوالي 131.87 ألف طن، بمتوسط إنتاج بلغ 2.4 ألف طن، بنسبة 69% من إجمالي إنتاج محاصيل الفاكهة بمحافظة الإسماعيلية.

جاء متوسط الإيراد الكلي لجملة محاصيل المانجو في المركز الأول بقيمة بلغت 95.51 ألف جنيه لكل فدان. كما جاء متوسط الإيراد الكلي لجملة محاصيل الموالح في المركز الثاني بقيمة بلغت 32.31 ألف جنيه لكل فدان.

جاء محصول البرتقال في المركز الأول في قائمة المحاصيل المصدرة من محافظة الإسماعيلية بمقدار 92.1 ألف طن بقيمة بلغت 90.2 مليون دولار.

بلغ حجم التصدير الفعلي لمحاصيل الفاكهة في محافظة الإسماعيلية أقصاه في شهر ديسمبر بمقدار صادرات بلغت 111.1 ألف طن بنسبة 40% من إجمالي الإنتاج بقيمة بلغت 113 مليون دولار بما يعادل 45% من قيمه المنتج.

2-التوصيات:**وبناءات على النتائج التي تم التوصل إليها توصي الدراسة بما يلي:**

1. ضرورة توفير شتلات ذات أصول جيدة عالية الإنتاجية ومقاومة للأمراض الفيروسية والبكتيرية، وزراعتها في أراضي خالية من تلك الأمراض لزيادة إنتاج الفاكهة في محافظة الإسماعيلية. أي يجب التوجه للأراضي الجديدة في المحافظة.
2. ضرورة العمل على رفع الكفاءة التسويقية لمحاصيل الفاكهة مثل البرتقال بسر، الموالح، الخوخ، الجوافة والفراولة في المحافظة. وذلك من خلال تحسين وتطوير المسالك التسويقية الحالية لتلك المحاصيل والعمل على خفض الهوامش التسويقية للوسطاء من خلال تكوين اتحادات تعاونية نوعية جديدة لتسويق الفاكهة.
3. تحسين وتطوير أداء العمليات والخدمات التسويقية لمحاصيل الفاكهة مع إضافة بعض المسارات التسويقية الأخرى مثل: فتح مجالات التصنيع لمنتجاتها باعتباره البديل الأول لعملية التخزين. الأمر الذي يترتب عليه الاستقرار النسبي في الأسعار على مدار العام مما ينعكس ذلك على تحسين دخل منتجي الفاكهة في المحافظة.

قائمة المصادر والمراجع

- 1- إيناس صبري (2011م)، بعنوان (الصناعة في محافظة الإسماعيلية، دراسة جغرافية باستخدام نظم المعلومات الجغرافية)، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب جامعة الزقازيق.
- 2- السيد الكراكتلي (2005م)، بعنوان (التنمية الزراعية في محافظة الإسماعيلية، دراسة جغرافية)، رسالة ماجستير، كلية الآداب، قسم الجغرافيا، جامعة الزقازيق.
- 3- رشدي رمزي (1996): بعنوان (اقتصاديات إنتاج وتسويق الفاكهة في محافظة أسيوط)، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد السادس، العدد الأول، مارس.
- 4- سمير عطية، توفيق السيد (2003): بعنوان (اقتصاديات تصنيع وتشكيل جريد نخيل البلح بمحافظة الشرقية)، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الثالث عشر العدد الثالث، سبتمبر.
- 5- سوزان مصطفى، نبيل حبشي (2005): بعنوان (دراسة للأبعاد الاقتصادية لتطوير خدمات تسويق بعض حاصلات الخضر والفاكهة على دخول المزارعين)، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الخامس عشر، العدد الثاني.
- 6- عاصم عبد الحميد (2004): بعنوان (دراسة اقتصادية لواقع إنتاج وتسويق أهم محاصيل الفاكهة في جمهورية مصر العربية)، المؤتمر الثاني عشر للاقتصاديين الزراعيين، القاهرة، ٢٩ - ٢٧ عدد سبتمبر.
- 7- عبد العزيز على وآخرون (2001): بعنوان (مؤشرات الكفاءة الاقتصادية لإنتاج وتسويق بعض محاصيل الفاكهة بالأراضي الجديدة بمحافظة الشرقية)، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الحادي عشر، العدد الثاني، سبتمبر.
- 8- فتحي أبو عيانة (1997): بعنوان (الجغرافيا الاقتصادية)، دار المعرفة الجامعية، الطبعة الثانية، الإسكندرية.
- 9- فوزية صادق (1980): بعنوان (الأقاليم الزراعية في الدلتا - دراسة كارتوجرافية)، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة القاهرة.
- 10- محمد بكير (2008): بعنوان (الجغرافيا الاقتصادية أسس وتطبيقات)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
- 11- محمد زكي حامد السديمي (1990): بعنوان (محافظة الإسماعيلية، دراسة في الجغرافيا الاقتصادية)، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة طنطا.
- 12- محمد محمود الديب (1999): بعنوان (الصناعات الغذائية في مصر، تحليل في التنظيم المكاني والتركيب والأداء)، الأنجلو المصرية، القاهرة.
- 13- محروس المعداوي (2001): بعنوان (إنتاج الموالح وتسويقها في مصر، دراسة في الجغرافيا الاقتصادية)، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية.
- 14- محمد مصلح (1995): بعنوان (دراسة تحليلية للأسعار والهوامش التسويقية لبعض الخضر والفاكهة بمحافظة الشرقية)، المجلة المصرية الزراعي، المجلد الخامس، العدد الثاني، سبتمبر.
- 15- محمد حسام السعدني (2001): بعنوان (واقع التجارة الداخلية المصرية للحاصلات البستانية دراسة عن أسواق الجملة)، المؤتمر التاسع للاقتصاديين الزراعيين، القاهرة، ٢٧ سبتمبر.
- 16- مديرية الزراعة بمحافظة الإسماعيلية (2022): إدارة البساتين، بيانات غير منشورة.
- 17- نيفين أبو العلا (2013): بعنوان (التنمية الاقتصادية في محافظات قناة السويس، باستخدام نظم المعلومات الجغرافية)، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة القاهرة.

ثانياً: (المراجع الأجنبية): -

- 1- El BANNA, A.A. (Wade el Tumult- Lower EGYPT), Study in Economic and Human Geography-PHD.Theisis,Univ.of New Castle,(1965).
- 2- El -Hefnawi,S.M.Muhsen, cropping and fruiting behavior of sultani fig trees under saline sandy soil conditions,Zagazig journal of agriculture research.v22 n 5 p1257-1270 – sep-1995.
- 3- El Nahry, AH0, using aerial photo techniques for soil mapping in some areas east of the Nile Delta M.Sc.,Thesis ,Fac . Agric.,Cairo Univ.,Egypt0(1997).
- 4- El-Oadhi, Suhair M.,effects of size and Land Tenure system on the productivity and efficiency of farms in Ismailia Covernorate, Zagazig Journal of Agricultural Research.V23n6,Nov1997.
- 5- Geriesh, M0H0: Hydrogeological Investigation of West Ismailia Area,Egypt M0S0C,Thesis ,Suez Canal University (1989).
- 6- Ismailia governorate,Agricaltyral research project,technical report of soil fertility status,1998.
- 7- Khalil, A.H.A.W.M.,Morphological and physio chemical evaluation of some soils in the western Back of suez canal,M.S.c.,Faculty of Agriculture Menoufiya university,(1999).
- 8- Massoud, E., E, soil survey and land classification studies of east isailiya area in north sinai using modern techiques, M.sc., faculty of agriculture, zagaziguniversity,1999.
- 9- Omran0M0A: Geological studies of Shabraweet Area, Suez Canal Egypt,M.Sc.Thesis,Fac,Sci,Suez Canal Univ.,Ismailia(1989).
- 10- Tarek H0Selim, The Egyption Food processing industry,industry studies association, annual conference ,Chicago,American Universiyy in Cairo,2009.
- 11- The Remote sensing Research project (Academy of scientific Research and technology (Geological and ground Water potential studies of El Ismailiya Master plan) 1975.

ثالثاً: المواقع الإلكترونية

- 1- <https://www.ekb.gov.eg/>
- 2-<https://www.ismailia.gov.eg/>
- 3-<https://www.capmas.gov.eg/>
- 4- <https://www.cabient.gov.eg>