



الكفاءة التسويقية لمحصول المانجو بمحافظة الإسماعيلية

شيماء مصطفى أبوسنة - محمد رجب الحديني - سامي غنمي*

قسم الاقتصاد والإرشاد الزراعي - كلية التكنولوجيا والتنمية - جامعة الزقازيق - مصر

Received: 17/03/2024; Accepted: 28/03/2024

المخلص: يهدف البحث بصفة أساسية إلى تقدير الكفاءة التسويقية لمحصول المانجو بمحافظة الإسماعيلية، وتمثلت مشكلة الدراسة في انخفاض الكفاءة التسويقية للمانجو بمحافظة الإسماعيلية، وأُعيد البحث لتحقيق أهدافه على استخدام أسلوب التحليل الوصفي والكمي والبيانات الثانوية المنشورة وغير المنشورة والبيانات الأولية بعينة عشوائية بلغت 100 تاجر بسوق أبوخليفة والمستقبل، وتوصلت النتائج إلى أن متوسط المساحة والإنتاج والإنتاجية بالجمهورية خلال الفترة (2000-2021) بلغ حوالي 167,9 ألف فدان، 670,38 ألف طن، 4.11 طن/فدان على الترتيب، وبالمحافظة بلغ حوالي 68,21 ألف فدان، 201,17 ألف طن، 3.42 طن/فدان على الترتيب. وبدراسة هيكل التكاليف التسويقية للطن بسوق المستقبل وأبوخليفة ومتوسط عينة الدراسة لتاجر الجملة تبين أنه بلغ حوالي 1458، 1530,5، 1494 جنيه على الترتيب. بينما بلغ لتاجر التجزئة حوالي 2332، 2246، 2289 جنيه على الترتيب. وبدراسة صافي العائد التسويقي للطن بسوق المستقبل وأبوخليفة ومتوسط عينة الدراسة تبين أنه قد بلغ لتاجر الجملة حوالي 2041، 1969، 2005 جنيه على الترتيب. بينما بلغ لتاجر التجزئة حوالي 3168، 3754، 3461 جنيه على الترتيب. وبدراسة الفرق التسويقي (منتج - مستهلك) بسوق المستقبل وأبوخليفة ومتوسط عينة الدراسة تبين أنه بلغ حوالي 9000، 9500، 9250 جنيه على الترتيب. وبدراسة الكفاءة التسويقية تبين أنها بلغت نحو 33,68%، 28,08%، 30,78% على الترتيب. ويوصى البحث بخفض أعداد الوسطاء في العملية التسويقية مما يحسن من دخل المزارع وتوفير المنتج للمستهلك بأسعار مقبولة.

الكلمات الإسترشادية: فاكهة المانجو، الفروق التسويقية، الكفاءة التسويقية، محافظة الإسماعيلية.

المقدمة والمشكلة البحثية

تعد محافظة الإسماعيلية من أهم المحافظات الزراعية في مصر إذ تتميز بزراعة العديد من محاصيل الفاكهة وخصوصاً محصول المانجو وهو أحد محاصيل فواكه المناطق الاستوائية ذات الأهمية الاقتصادية وذلك لما تحتويه من مواد سكرية وكربوهيدراتية وبروتين ودهون وألياف والتي تعد من المواد المفيدة لصحة الإنسان، وتعد محافظة الإسماعيلية أولى المحافظات من حيث إجمالي المساحة المنزرعة بالمانجو والتي قدرت بحوالي 112,79 ألف فدان عام 2021 وبنسبة قدرت بنحو 38,3% من إجمالي المساحة المنزرعة على مستوى الجمهورية والبالغة حوالي 294,10 ألف فدان، كما بلغ الإنتاج الكلي على مستوى المحافظة حوالي 216,53 ألف طن بنسبة قدرت بنحو 28,2% من إجمالي إنتاج الجمهورية والبالغ حوالي 766,13 ألف طن وذلك خلال عام 2021 (وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، 2021).

ويعتبر التسويق هو حلقة الوصل بين المنتج والمستهلك وهو الهدف النهائي لأي نشاط إنتاجي حيث لا قيمة للإنتاج

بدون التسويق، وبما أن محصول المانجو ينتج في فصل الصيف حيث درجات الحرارة المرتفعة فيجب القيام بالعمليات التسويقية بسرعة وكفاءة عالية للحفاظ عليها من التلف (العزوني، 2010).

المشكلة البحثية

يواجه النشاط التسويقي لمحصول المانجو بعض المشاكل والمعوقات في مصر بصفة عامة وفي محافظة الإسماعيلية بصفة خاصة، مما يؤدي إلى انخفاض الكفاءة التسويقية للمانجو والناجمة من ارتفاع نصيب الوسطاء عبر الحلقات التسويقية والذي يرجع إلى تعدد الوسطاء وارتفاع الهوامش التسويقية لهم وبالتالي ارتفاع سعر المستهلك النهائي والذي لا يتناسب مع الخدمات المقدمة من الوسطاء، بالإضافة إلى زيادة كمية الفاقد التسويقي نتيجة لممارسة النشاط التسويقي بشكل غير متخصص. لذا تتمثل مشكلة البحث في:

1- قياس كفاءة تسويق محصول المانجو في محافظة الإسماعيلية.

* Corresponding author: Tel. :+201068542824

E-mail address: samyali@zu.edu.eg

ويوضح جدول 1 الأهمية النسبية للمساحة المزروعة من محصول المانجو بمراكز عينة الدراسة، ومنه تبين أن مركز القنطرة شرق أحتل المرتبة الأولى بمساحة قدرت بحوالي 36,931 ألف فدان بنسبة قدرت بنحو 31,8%، يليه مركز الإسماعيلية بمساحة قدرت بحوالي 19,230 ألف فدان بنسبة قدرت بنحو 16,5%، يليه مركز أبو صوير بمساحة قدرت بحوالي 16,999 ألف فدان و قدرت نسبته نحو 14,6% من إجمالي المساحة المزروعة بالمحافظة وذلك من واقع بيانات مديرية الزراعة بالمحافظة. وبالنسبة للتسويق فقد تم اختيار سوق المستقبل وسوق أبو خليفة وذلك نظراً للأهمية النسبية لكمية الإنتاج الواردة لهما من المراكز المختارة، وبلغ إجمالي حجم العينة 100 تاجر مقسمة بطريقة عشوائية بسيطة علي السوقين بواقع 50 مشاهدة لكل سوق موزعة بالتساوي بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة.

النتائج والمناقشة

الوضع الإنتاجي لمحصول المانجو بمصر ومحافظة الإسماعيلية خلال الفترة (2000-2021)

الوضع الإنتاجي لمحصول المانجو بمصر

توضح بيانات جدول 2 تطور الوضع الإنتاجي لمحصول المانجو بمصر حيث أن المساحة المنزرعة بلغت حدها الأقصى حوالي 294,10 ألف فدان عام 2021، كما بلغ حدها الأدنى حوالي 64,45 ألف فدان عام 2000، كما بلغ المتوسط العام حوالي 167,9 ألف فدان، وتشير معادلات الاتجاه الزمني المبينة بجدول 3 إلى تزايد المساحة المزروعة من محصول المانجو على مستوى الجمهورية سنوياً بحوالي 11,934 ألف فدان خلال فترة الدراسة، وثبتت معنوية هذه الزيادة عند مستوى 0,01، كما بلغ معامل التحديد حوالي 0,99 مما يشير إلى أن نحو 99% من التغيرات الحادثة في المساحة المزروعة ترجع إلي التغيرات التي يعكسها عامل الزمن والباقي يرجع إلي عوامل أخرى غير مبينة بالنموذج، وقد ثبتت معنوية النموذج عند مستوى 1% حيث قدرت قيمة (ف) حوالي 1420,20.

وتظهر بيانات جدول 2 أيضاً أن الإنتاج الكلي بلغ حده الأقصى حوالي 1203,74 ألف طن عام 2020 كما بلغ حده الأدنى حوالي 287,32 ألف طن في عام 2002، في حين بلغ المتوسط العام حوالي 670,38 ألف طن، وبدراسة معادلات الاتجاه الزمني تبين أن الإنتاج الكلي يتزايد سنوياً بمقدار نحو 41,89 ألف طن وثبتت معنوية هذه الزيادة عند مستوى 0,01، كما بلغ معامل التحديد حوالي 0,86 مما يشير إلى أن نحو 86% من التغيرات

2- المشاكل التي تواجه تجار الجملة والتجزئة لمحصول المانجو بمحافظة الإسماعيلية.

الأهداف البحثية

يهدف البحث بصفة أساسية إلي تقدير الكفاءة التسويقية لمحصول المانجو بمحافظة الإسماعيلية وذلك من خلال تحقيق الأهداف الفرعية الآتية:

- 1- دراسة تطور المساحة والإنتاج والإنتاجية لمحصول المانجو في مصر ومحافظة الإسماعيلية خلال الفترة من (2000-2021).
- 2- تقدير تكاليف الخدمات التسويقية والعائد التسويقي لمسوقي محصول المانجو في محافظة الإسماعيلية للموسم الزراعي 2022.
- 3- تحليل المستويات السعرية والهوامش التسويقية وانتشار جنيه المستهلك لمسوقي محصول المانجو بمحافظة الإسماعيلية للموسم الزراعي 2022.
- 4- المشاكل والمعوقات التسويقية التي تواجه مسوقي محصول المانجو في محافظة الإسماعيلية للموسم الزراعي 2022، وأهم التوصيات.

مصادر البيانات والطريقة البحثية

استخدم البحث أسلوب التحليل الوصفي والكمي من خلال معادلات الاتجاه الزمني العام وبعض مؤشرات الكفاءة التسويقية. وتم الحصول على البيانات من مصدرين، أولهما: البيانات الثانوية المنشورة وغير المنشورة من وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، مديرية الزراعة بالإسماعيلية. وثانيهما: بيانات أولية تم جمعها من خلال استمارة الاستبيان لمسوقي عينة الدراسة الميدانية للموسم الزراعي 2022 بواسطة المقابلة الشخصية لتجار الجملة والتجزئة. وتم استخدام معادلة الكفاءة التسويقية التالية: (Guitinan and Paul, 1983)

$$ME = 100 - \left(\frac{P_{dw}}{C_w + P_{dw}} \right) \times 100$$

ME = الكفاءة التسويقية

P_{dw} = الفرق سعري (المستهلك النهائي - المنتج) بالجنيه للطن

C_w = تكاليف إنتاج الطن بالجنيه.

عينة الدراسة

تم اختيار محصول المانجو وفقاً لأهميته النسبية بمحافظة الإسماعيلية، حيث بلغت مساحته حوالي 112,79 ألف فدان وذلك عام 2021 والتي تمثل حوالي 53% من إجمالي المساحة المنزرعة بالفاكهة بالمحافظة وبالبلغة حوالي 212,738 ألف فدان لذات العام. وتم اختيار ثلاث مراكز بالمحافظة وفقاً للأهمية النسبية لهم.

جدول 1. الأهمية النسبية للمساحة المزروعة من محصول المانجو بمراكز محافظة الإسماعيلية من إجمالي المحافظة للموسم الزراعي 2022

المراكز	البيان	المساحة المزروعة (ألف فدان)	الأهمية النسبية (%)
الفتطرة شرق		36.931	31.8
الإسماعيلية		19.230	16.5
أبوصوير		16.999	14.6
الفتطرة غرب		16.356	14.1
التل الكبير		14.723	12.6
فايد		9.971	8.5
القصاصين		1.922	1.6
إجمالي المحافظة		116.134	100

المصدر: مديرية الزراعة بمحافظة الإسماعيلية، قسم إدارة البساتين والمحاصيل الزراعية، بيانات غير منشورة 2022.

جدول 2. تطور المؤشرات الإنتاجية لمحصول المانجو بمصر ومحافظة الإسماعيلية خلال الفترة (2000-2021)

السنوات	مصر		الإسماعيلية	
	المساحة (ألف فدان)	الإنتاج (ألف طن)	الإنتاجية (طن/المساحة) (ألف فدان)	الإنتاج (ألف طن)
2000	64.45	298.88	4.64	85.71
2001	66.07	325.47	4.93	104.31
2002	68.55	287.32	4.19	83.75
2003	73.03	318.79	4.37	78.92
2004	81.37	375.46	4.61	125.04
2005	99.43	416.95	4.19	168.85
2006	110.34	596.76	5.41	300.16
2007	115.53	532.42	4.61	218.54
2008	132.08	466.44	3.53	157.62
2009	144.96	534.43	3.69	172.29
2010	151.88	505.74	3.33	134.83
2011	169.07	598.08	3.54	192.25
2012	183.34	786.53	4.29	296.09
2013	200.88	712.54	3.55	201.75
2014	210.74	927.35	4.40	326.81
2015	212.27	880.87	4.15	230.86
2016	233.98	961.43	4.11	168.11
2017	264.93	1066.40	4.02	292.90
2018	272.48	1095.24	4.02	241.02
2019	265.51	1091.53	4.11	313.36
2020	278.99	1203.74	4.31	316.22
2021	294.10	766.13	2.61	216.53
المتوسط	167.90	670.38	4.11	201.17
الانحراف المعياري	78.03	293.91	0.59	81.19

المصدر: وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، نشرة الإحصاءات الزراعية، أعداد متفرقة.

أما بالنسبة للإنتاجية الفدانية لمحصول المانجو اتضح من بيانات جدول 2 أنها بلغت حدها الأقصى حوالي 6,44 طن/فدان عام 2006 وبلغت حدها الأدنى حوالي 1,92 طن/فدان عام 2021 كما بلغ المتوسط العام نحو 3,42 طن/فدان. وبدراسة معادلات الاتجاه الزمني تبين أن الإنتاجية الفدانية تتناقص سنوياً بمقدار نحو 0,091 طن/فدان وثبتت معنوية هذا التناقص عند مستوي 5%، كما بلغ معامل التحديد حوالي 0,26 مما يشير إلى أن نحو 26% من التغيرات الحادثة في الإنتاجية يرجع إلى متغير الزمن والباقي يرجع إلى عوامل أخرى غير مبينة بالنموذج، وقد ثبتت معنوية النموذج عند مستوي 5% حيث قدرت قيمة (ف) حوالي 6,992.

التكاليف التسويقية والعائد التسويقي لمسوقي محصول المانجو بمحافظة الإسماعيلية للموسم الزراعي 2022

تمثلت أهم الوظائف التسويقية التي تجرى على محصول المانجو في الوظائف التبادلية والفيزيقية والتي تشمل (الفرز، التدريج، التعبئة، النقل، الشراء، البيع)، وتعتبر دراسة هيكل التكاليف التسويقية للحلقات التسويقية من الأهمية بمكان، حيث أنها تؤثر على السعر النهائي للمستهلك وبدراسة الفروق التسويقية يتم تحديد الحلقة التسويقية التي تحصل على أكبر نسبة من هذه الفروق وأيضاً كيفية العمل على تخفيضها وذلك دون تخفيض الخدمات التسويقية المقدمة.

وتعرف الهوامش التسويقية بأنها "الفرق بين بين سعري المستهلك والمنتج لذات السلعة" (مصيلحي وعيد، 2006).

تاجر الجملة

هيكل التكاليف التسويقية لطن المانجو لدى تاجر الجملة

تظهر بيانات جدول 4 أن متوسط العينة لإجمالي التكاليف التسويقية للطن من محصول المانجو لتاجر الجملة قدر حوالي 1494,5 جنيه/طن وكانت تزيد بسوق أبو خليفه عن سوق المستقبل بحوالي 72 جنيه/طن، كما بلغ متوسط العينة لإجمالي التكاليف الثابتة حوالي 57,7 جنيه/طن بنسبة بلغت نحو 3,9% من إجمالي التكاليف التسويقية والتي اشتملت على الإيجار والرسوم المحلية، وكانت تزيد بسوق المستقبل عن سوق أبو خليفه بحوالي 9,5 جنيه/طن، أما بالنسبة لمتوسط إجمالي التكاليف المتغيرة فقد بلغت حوالي 1436,75 جنيه/طن بنسبة بلغت نحو 96,1% من إجمالي التكاليف التسويقية واشتملت التكاليف المتغيرة على كلا من تكاليف (التعبئة، النقل، أجر القائم بالبيع، قيمة الفاقد والتالف) والتي بلغت حوالي 825، 487,5، 100، 24,25 جنيه/طن على الترتيب. وبنسبة بلغت نحو 55,2%، 32,6%، 6,7%، 1,6% من إجمالي التكاليف التسويقية.

الحادثة في الإنتاج الكلي تعزى إلى التغيرات التي يعكسها عامل الزمن و14% الباقي يرجع إلى عوامل أخرى غير مبينة بالنموذج، وقد ثبتت معنوية النموذج عند مستوي 1% حيث قدرت قيمة (ف) حوالي 119,49.

أما بالنسبة للإنتاجية الفدانية لمحصول المانجو فينتضح من بيانات جدول 2 أنها بلغت حدها الأقصى حوالي 5,41 طن/فدان عام 2006 وبلغت حدها الأدنى حوالي 2,61 طن/فدان عام 2021 كما بلغ المتوسط العام حوالي 4,11 طن/فدان، وبدراسة معادلات الاتجاه الزمني تبين أن الإنتاجية الفدانية تتناقص سنوياً بمقدار نحو 0,045 طن/فدان وثبتت معنوية هذا التناقص عند مستوى 0,05، كما بلغ معامل التحديد حوالي 0,25 مما يشير إلى أن نحو 25% من التغيرات الحادثة في الإنتاجية ترجع إلى التغيرات التي يعكسها عامل الزمن والباقي يرجع إلى عوامل أخرى غير مبينة بالنموذج، وقد ثبتت معنوية النموذج عند مستوي 5% حيث قدرت قيمة (ف) حوالي 6,512.

الوضع الإنتاجي لمحصول المانجو في محافظة الإسماعيلية

توضح بيانات جدول 2 تطور الوضع الإنتاجي لمحصول المانجو في محافظة الإسماعيلية، ومنه تبين أن المساحة المنزرعة قد بلغت حدها الأقصى حوالي 112,79 ألف فدان عام 2021 كما بلغت حدها الأدنى حوالي 20,72 ألف فدان عام 2000، كما بلغ المتوسط العام حوالي 68,21 ألف فدان. وتشير معادلات الاتجاه الزمني المبينة بجدول 3 أن هناك تزايد في المساحة المنزرعة بحوالي 4,903 ألف فدان وذلك خلال الفترة موضع الدراسة، وثبتت معنوية هذه الزيادة عند مستوي 0,01. كما بلغ معامل التحديد حوالي 0,98 مما يشير إلى أن التحديد نحو 98% من التغيرات الحادثة في المساحة المزروعة ترجع إلى متغير الزمن، وقد ثبتت معنوية النموذج عند مستوي 1% حيث قدرت قيمة (ف) حوالي 845,90.

ويتبين من بيانات جدول 2 أن الإنتاج الكلي بلغ حده الأقصى حوالي 326,81 ألف طن في عام 2014 كما بلغ حده الأدنى حوالي 78,92 ألف طن عام 2003، كما بلغ المتوسط العام حوالي 201,17 ألف طن، وبدراسة معادلات الاتجاه الزمني تبين وجود تزايد في الإنتاج الكلي بمقدار حوالي 9,072 ألف طن وثبتت معنوية هذه الزيادة عند مستوي 0,01 خلال فترة الدراسة، كما بلغ معامل التحديد حوالي 0,53 مما يشير إلى أن نحو 53% والذي يشير إلى أن التغيرات الحادثة في الإنتاج الكلي يرجع إلى متغير الزمن والباقي يرجع إلى عوامل أخرى، غير مبينة بالنموذج وقد ثبتت معنوية النموذج عند مستوي 1% حيث قدرت قيمة (ف) حوالي 22,233.

جدول 3. معادلات الاتجاه الزمني العام لتطور المساحة والإنتاج والإنتاجية لمحصول المانجو بمصر ومحافظة الإسماعيلية خلال الفترة (2000 – 2021)

البيان	ثابت المعادلة	معامل الانحدار	المتوسط	ر	ف
المساحة (ألف فدان)	30.670 **(7.37)	11.934 **(37.68)	167.90	0.986	**1420.20
الإنتاج الكلي (ألف طن)	188.63 **(3.748)	41.89 **(10.931)	670.38	0.857	**119.49
الإنتاجية (طن)	4.640 **(19.890)	0.045- *(2.552-)	4.11	0.246	*6.512
المساحة (ألف فدان)	11.827 **(5.339)	4.903 **(29.070)	68.21	0.977	**845.90
الإنتاج الكلي (ألف طن)	96.853 **(3.833)	9.072 **(4.715)	201.17	0.526	**22.233
الإنتاجية (طن)	4.475 **(9.890)	0.091- *(2.644-)	3.42	0.259	*6.992

*معنوي عند 5% ** معنوي عند 1%
المصدر: جمعت وحسبت من بيانات جدول 2.

جدول 4. هيكل التكاليف التسويقية لطن المانجو لدى تاجر الجملة بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة الإسماعيلية للموسم الزراعي 2022

البيان	الأسواق		سوق المستقبل		سوق أبوخليفة		متوسط العينة	
	جنيه	% من إجمالي التكاليف التسويقية	جنيه	% من إجمالي التكاليف التسويقية	جنيه	% من إجمالي التكاليف التسويقية	جنيه	% من إجمالي التكاليف التسويقية
إجمالي التكاليف الثابتة (الإيجار والرسوم المحلية)	62.5	4.3	53	3.5	57.7	3.9		
إجمالي التكاليف المتغيرة (التعبئة (عمال+ عبوات) النقل (عمال+ سيارات) أجر القائم بالبيع قيمة الفاقد والتالف	800	54.9	850	55.5	825	55.2		
إجمالي التكاليف المتغيرة	475	32.6	500	32.7	487.5	32.6		
إجمالي التكاليف التسويقية	100	6.8	100	6.5	100	6.7		
	21	1.4	27.5	1.8	24.25	1.6		
إجمالي التكاليف المتغيرة	1396	95.7	1477.5	96.5	1436.75	96.1		
إجمالي التكاليف التسويقية	1458.5	100	1530.5	100	1494.5	100		

- إجمالي التكاليف التسويقية الكلية = إجمالي التكاليف الثابتة + إجمالي التكاليف المتغيرة
المصدر: جمعت وحسبت من استمارات الاستبيان الخاصة بعينة الدراسة الميدانية للموسم الزراعي 2022.

بلغ حوالي 3500 جنيه/طن، كما بلغ المتوسط العام للفرق التسويقي بين مرحلتي الجملة والتجزئة حوالي 5750 جنيه/طن، أما بالنسبة للفرق التسويقي بين مرحلتي المنتج والتجزئة فقد بلغ متوسط العينة حوالي 9250 جنيه/طن.

وبدراسة توزيع جنيه المستهلك نجد أن متوسط العينة لنصيب المنتج بلغ نحو 52,5%، كما بلغ متوسط العينة لنصيب تاجر الجملة نحو 18% وبلغ متوسط العينة لنصيب تاجر التجزئة نحو 29,5%. ويتضح من النتائج أن النصيب الأكبر من جنيه المستهلك يرجع إلي المنتج يليه تاجر التجزئة يليه تاجر الجملة وذلك للطن من محصول المانجو.

الكفاءة التسويقية لطن المانجو لدى بسوقي عينة الدراسة بمحافظة الإسماعيلية للموسم الزراعي 2022

يقصد بالكفاءة التسويقية أداء أفضل الخدمات التسويقية بأقل تكاليف ممكنة أو زيادة المنافع والخدمات على السلعة بنسبة أعلى من زيادة التكاليف (سليمان وجابر، 2008).

ويتضح من بيانات جدول 9 أن متوسط العينة لإجمالي تكاليف الإنتاج لمحصول المانجو بلغ حوالي 30850 جنيه/فدان ومتوسط إنتاج الفدان بلغ نحو 7 طن/فدان بمركزي الإسماعيلية وأبو صوير (سوق المستقبل) وبلغ حوالي 8 طن/فدان بمركز القنطرة شرق (سوق أبو خليفة). وبلغ متوسط العينة حوالي 7.5 طن/فدان، كما بلغ متوسط تكلفة الطن بعينة من المانجو حوالي 4113 جنيه/طن. وقدر متوسط الفروق التسويقية خلال الحلقات التسويقية حوالي 9250 جنيه/طن. وجمع متوسط تكلفة الطن مع الفروق التسويقية يتضح أن متوسط إجمالي الفروق التسويقية والتكاليف الإنتاجية بلغ نحو 13363 جنيه/طن، وبحساب الكفاءة التسويقية للطن من محصول المانجو بطريقة الفروق التسويقية للعينة يتضح أن المتوسط العام بلغ نحو 30,87% والذي ارتفع بسوق المستقبل عن سوق أبو خليفة بنحو 5,6% ويرجع ذلك إلي ارتفاع الهوامش التسويقية للوسطاء والمتمثلين في (تاجر الجملة، تاجر التجزئة) بالإضافة إلي ارتفاع تكاليف إنتاج الطن من محصول المانجو.

أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه مسوقي محصول المانجو بعينة الدراسة بمحافظة الإسماعيلية للموسم الزراعي 2022

أهم المشاكل والمعوقات التسويقية التي تواجه تجار الجملة بعينة الدراسة

يتضح من جدول 10 أن مشكلة ارتفاع أسعار العبوات احتلت المرتبة الأولى بنسبة بلغت نحو 92% من إجمالي العينة، يليها في المرتبة الثانية مشكلة عدم اهتمام المزارعين بعمليات التعبئة والفرز والتدريج بنسبة بلغت نحو 82% من إجمالي العينة، وجاءت في المرتبة الأخيرة مشكلتي ارتفاع تكاليف النقل وزيادة أجور العمال بنسبة 76% من إجمالي العينة.

أهم المشاكل والمعوقات التسويقية التي تواجه تجار التجزئة بعينة الدراسة

يتضح من جدول 11 أن مشكلتي زيادة نسبة الفاقد وارتفاع تكاليف النقل جاءت في المقدمة بنسبة نحو 98%

العائد التسويقي لطن المانجو لدى تاجر الجملة

تظهر بيانات جدول 5 أن متوسط العينة لسعر الوحدة المشتراه بالطن من محصول المانجو بلغ نحو 10250 جنيه وبإضافة سعر الوحدة المشتراه إلي إجمالي التكاليف التسويقية فإن متوسط التكاليف الكلية بلغ حوالي 11744,5 جنيه/طن، وعند طرح سعر الوحدة المباعة بالطن من محصول المانجو من إجمالي التكاليف الكلية فإن متوسط صافي عائد الطن لتاجر الجملة بسوق المستقبل بلغ حوالي 2041,5 جنيه/طن، وحوالي 1969,5 جنيه/طن بسوق أبو خليفة، ومتوسط العينة للسوقين حوالي 2005,5 جنيه/طن.

تاجر التجزئة

هيكل التكاليف التسويقية لطن المانجو لدى تاجر التجزئة

يتضح من جدول 6 أن متوسط العينة لإجمالي التكاليف التسويقية للطن من محصول المانجو لتاجر التجزئة بلغ حوالي 2289 جنيه والتي كانت تزيد بسوق المستقبل عن سوق أبوخليفة بحوالي 86 جنيه/طن، كما بلغ متوسط العينة لإجمالي التكاليف الثابتة نحو 648 جنيه/طن بنسبة بلغت نحو 28,3% من إجمالي التكاليف التسويقية.

أما التكاليف المتغيرة فقد بلغ متوسطها حوالي 1641 جنيه/طن بنسبته حوالي 71,7% من إجمالي التكاليف التسويقية، كما تضمنت التكاليف المتغيرة كل من تكاليف (النقل، الفرز والتدريج والبيع، قيمة الفاقد والتالف) ومتوسط عينة بلغ حوالي 345، 495، 801 جنيه/طن علي الترتيب، وبنسبه بلغت نحو 15,1%، 21,6%، 35% من إجمالي التكاليف التسويقية.

العائد التسويقي لطن المانجو لدى تاجر التجزئة:

توضح بيانات جدول 7 أن متوسط العينة لسعر الوحدة المشتراه بالطن بلغت حوالي 13750 جنيه والتي كانت تزيد بسوق أبوخليفة عن سوق المستقبل بحوالي 500 جنيه/طن وبإضافة سعر الوحدة المشتراه بالطن من المانجو إلي إجمالي التكاليف التسويقية نحصل علي إجمالي التكاليف الكلية والتي بلغ المتوسط العام لها حوالي 16039 جنيه/طن، وبطرح سعر الوحدة المباعة بالطن من محصول المانجو من إجمالي التكاليف الكلية فإن متوسط صافي عائد الطن بلغ حوالي 3168 جنيه/طن بسوق المستقبل وحوالي 3754 جنيه/طن بسوق أبوخليفة وبلغ متوسط العينة حوالي 3461 جنيه/طن.

المستويات السعرية والهوامش التسويقية وانتشار جنيه المستهلك بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة الإسماعيلية للموسم الزراعي 2022

توضح بيانات جدول 8 أن متوسط العينة لسعر الطن من محصول المانجو للمنتج بلغ حوالي 10250 جنيه/طن والذي ارتفع بسوق أبو خليفة عن سوق المستقبل بحوالي 500 جنيه/طن، أما بالنسبة لسعر تاجر الجملة فقد بلغ المتوسط العام نحو 13750 جنيه/طن، وبلغ المتوسط العام لسعر تاجر التجزئة للطن من محصول المانجو حوالي 19500 جنيه/طن، وبدراسة الهوامش التسويقية نجد أن المتوسط العام للفرق التسويقي بين مرحلتي المنتج والجملة

جدول 5. العائد التسويقي لطن المانجو لدى تاجر الجملة بمحافظة الإسماعيلية للموسم الزراعي 2022

متوسط العينة (جنيه/طن)	أبوخليفة (جنيه/طن)	المستقبل (جنيه/طن)	الأسواق البيان
10250	10500	10000	سعر الوحدة المشتره
1494.5	1530.5	1458.5	إجمالي التكاليف التسويقية
11744.5	12030.5	11458.5	إجمالي التكاليف الكلية
13750	14000	13500	سعر الوحدة المباعة
2005.5	1969.5	2041.5	صافي عائد الطن

1- إجمالي التكاليف الكلية= سعر الوحدة المشتره + إجمالي التكاليف التسويقية

2- صافي عائد الطن = سعر الوحدة المباعة - إجمالي التكاليف الكلية

المصدر: جمعت وحسبت من استمارات الاستبيان الخاصة بعينة الدراسة الميدانية للموسم الزراعي 2022.

جدول 6. هيكل التكاليف التسويقية لطن المانجو لدى تاجر التجزئة بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة الإسماعيلية للموسم الزراعي 2022

متوسط العينة		سوق أبوخليفة		سوق المستقبل		الأسواق البيان
% من إجمالي التكاليف التسويقية	جنيه	% من إجمالي التكاليف التسويقية	جنيه	% من إجمالي التكاليف التسويقية	جنيه	
28.3	648	26.7	600	29.8	696	-إجمالي التكاليف الثابتة (الإيجار ورسوم المرافق)
15.1	345	15.5	350	14.6	340	-التكاليف المتغيرة تكلفة النقل
21.6	495	20.9	470	22.3	520	تكلفة الفرز والتدريج والبيع
35	801	36.7	826	33.3	776	قيمة الفاقد والتالف
71.7	1641	73.2	1646	70.2	1636	إجمالي التكاليف المتغيرة
100	2289	100	2246	100	2332	إجمالي التكاليف التسويقية

- إجمالي التكاليف التسويقية الكلية = إجمالي التكاليف الثابتة + إجمالي التكاليف المتغيرة

المصدر: جمعت وحسبت من استمارات الاستبيان الخاصة بعينة الدراسة الميدانية للموسم الزراعي 2022.

جدول 7. العائد التسويقي لتاجر التجزئة للطن من محصول المانجو بمحافظة الإسماعيلية للموسم الزراعي 2022

متوسط العينة (جنيه/طن)	أبوخليفة (جنيه/طن)	المستقبل (جنيه/طن)	الأسواق البيان
13750	14000	13500	سعر الوحدة المشتره
2289	2246	2332	إجمالي التكاليف التسويقية
16039	16246	15832	إجمالي التكاليف الكلية
19500	20000	19000	سعر الوحدة المباعة
3461	3754	3168	صافي عائد الطن

1- إجمالي التكاليف الكلية= سعر الوحدة المشتره + إجمالي التكاليف التسويقية

2- صافي عائد الطن = سعر الوحدة المباعة - إجمالي التكاليف الكلية

المصدر: جمعت وحسبت من استمارات الاستبيان الخاصة بعينة الدراسة الميدانية للموسم الزراعي 2022.

جدول 8. المستويات السعرية والهوامش التسويقية وانتشار جنيه المستهلك بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة الإسماعيلية للموسم الزراعي 2022

السوق	سعر المنتج جنيه/طن	سعر الجملة جنيه/طن	سعر التجزئة جنيه/طن	الفروق التسويقية			توزيع جنيه المستهلك		
				منتج وجملة جنيه/طن (1)	جملة وتجزئة جنيه/طن (2)	منتج وتجزئة جنيه/طن (3)	نسب المنتج % (4)	نسب تاجر الجملة % (5)	نسب تاجر التجزئة % (6)
المستقبل	10000	13500	19000	3500	5500	9000	52.6	18.4	29
أبوخليفة	10500	14000	20000	3500	6000	9500	52.5	17.5	30
متوسط العينة	10250	13750	19500	3500	5750	9250	52.5	18	29.5

(1) = سعر الجملة - سعر المنتج
(2) = سعر التجزئة - سعر الجملة
(3) = سعر المنتج - سعر المنتج
(4) = (سعر المنتج ÷ سعر التجزئة) × 100
(5) = (الفرق التسويقي بين سعر الجملة وسعر المنتج ÷ سعر التجزئة) × 100
(6) = (الفرق التسويقي بين سعر التجزئة وسعر الجملة ÷ سعر التجزئة) × 100
المصدر: جمعت وحسبت من استمارات الاستبيان الخاصة بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة الإسماعيلية للموسم الزراعي 2022

جدول 9. الكفاءة التسويقية لمحصول المانجو بسوقي عينة الدراسة الميدانية بمحافظة الإسماعيلية للموسم الزراعي 2022

البيان	المركز	سوق المستقبل	سوق أبوخليفة	متوسط العينة
إجمالي تكاليف الإنتاج (جنيه/فدان)		32000	29700	30850
متوسط إنتاج الفدان (طن/فدان)		7	8	7.5
متوسط تكلفة الطن (جنيه)		4571	3713	4113
الفروق التسويقية (منتج- تجزئة)		9000	9500	9250
إجمالي الفروق التسويقية والتكاليف الإنتاجية (جنيه/طن)		13571	13212	13363
الكفاءة التسويقية (%)		33.68	28.08	30.78

الكفاءة التسويقية = 100 - (الفروق التسويقية ÷ التكاليف الإنتاجية للطن + الفروق التسويقية) × 100
المصدر: جمعت وحسبت من استمارات الاستبيان الخاصة بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة الإسماعيلية للموسم الزراعي 2022.

جدول 10. الأهمية النسبية لأهم المشاكل والمعوقات التسويقية التي تواجه تجار الجملة لمحصول المانجو بعينة سوقي محافظة الإسماعيلية للموسم الزراعي 2022

الأسواق المشاكل	المستقبل		أبوخليفة		إجمالي العينة	
	عدد	%	عدد	%	عدد	%
ارتفاع تكاليف النقل	20	80	18	72	38	76
ارتفاع اسعار العبوات	22	88	24	96	46	92
زيادة أجور العمال	17	68	19	76	36	72
عدم اهتمام المزارعين بعمليات التعبئة والفرز والتدريج	21	84	20	80	41	82
قلة رأس المال وضعف مصادر التمويل	19	76	21	84	40	80
الإجمالي	25	100	25	100	50	100

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية للموسم الزراعي 2022.

جدول 11. الأهمية النسبية لأهم المشاكل والمعوقات التسويقية التي تواجه تجار التجزئة لمحصول المانجو بعينة سوقي الدراسة بمحافظة الإسماعيلية للموسم الزراعي 2022

إجمالي العينة		أبوخليفة		المستقبل		الأسواق
عدد	%	عدد	%	عدد	%	المشاكل
47	94	24	96	23	92	ارتفاع أسعار الشراء
49	98	24	96	25	100	زيادة نسبة الفاقد
49	98	25	100	24	96	ارتفاع تكاليف النقل
45	90	22	88	23	92	قلة رأس المال
50	100	25	100	25	100	الإجمالي

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية للموسم الزراعي 2022.

المراجع

العزوني، عزت أحمد السيد (2010). التسويق الزراعي، قسم الاقتصاد والأرشاد الزراعي، كلية التكنولوجيا والتنمية، جامعة الزقازيق.

سليمان، ابراهيم ومحمد جابر (2008). نظم التسويق الزراعي، دار الفكر العربي، القاهرة.

مديرية الزراعة بالإسماعيلية (2022). إدارة البساتين والمحاصيل الزراعية، بيانات غير منشورة.

مصيلحي، محمد أمين وعادل عيد (2006). مبادئ التسويق، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة الزقازيق، مصر.

وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، نشرة الاحصاءات الزراعية، أعداد متفرقة.

Guitinan, J.P. and G.W. Paul (1983). Marketing Management Strategies and Programs. Second Edition, McGraw-Hill Book Company, Japan.

من إجمالي العينة، يليها مشكلة ارتفاع أسعار الشراء بنسبة نحو 94% من إجمالي العينة، واحتلت المرتبة الأخيرة مشكلة قلة رأس المال بنسبة نحو 90% من إجمالي العينة.

التوصيات

1- توفير العمالة ذات الخبرة أثناء جمع وتسويق المحصول وذلك لتقليل الفاقد في المحصول وزيادة الكفاءة التسويقية.

2- توفير مصادر تمويلية للمنتجين تساعد على الاهتمام بعمليات الفرز والتدريج والتعبئة للمحصول.

3- خفض أعداد الوسطاء في العملية التسويقية مما يحسن من دخل المزارع وتوفير السلعة للمستهلك بأسعار مقبولة.

4- الحد من احتكار المحصول وذلك بتوفير المعلومات السوقية عن مستويات الأسعار لكل من تجار الجملة والمنتجين مما يعمل على انخفاض أسعار الشراء وانخفاض أسعار البيع وبالتالي يستفيد المستهلك والمنتج.

5- عقد العديد من الدورات الإرشادية لمنتجي ومسوقي محصول المانجو في محافظة الإسماعيلية وذلك للعمل على زيادة الكفاءة الإنتاجية والتسويقية.

MARKETING EFFICIENCY OF MANGO CROP IN ISMAILIA GOVERNORATE

Shimaa M. Abosena, M.R. Elhedeny and S. Ghenny

Econ. and Agric. Ext. Dept., Fac. Technol. and Dev., Zagazig Univ., Egypt

ABSTRACT: The research aimed primarily to estimate the Marketing efficiency of the mango crop in Ismailia Governorate. The problem of the study was the low Marketing efficiency of mangoes in Ismailia Governorate. To achieve its objectives, the research relied on the use of descriptive and quantitative analysis methods, published and unpublished secondary data, and primary data with a random sample estimated at about 100 merchants in the Abu Khalifa and El-Mostaqbal Markets, and it reached The results indicate that the average area, production, and productivity in Egypt during the period (2000-2021) amounted to about 167.9 thousand feddan, 670.38 thousand ton, and 4.11 ton/feddan, respectively, and in Ismailia governorate it reached about 68.21 thousand feddan, 201.17 thousand tons, and 3.42 tons/feddan, respectively, and with a study The structure of Marketing cost per ton in Market of El-Mustaqbal, Abu Khalifa, and the total study sample for the wholesaler was found to be about 1458, 1530, and 1494 thousand LE, respectively, while for the retailer it amounted to about 2332, 2246, and 2289 thousand LE, respectively. By studying the net Marketing return per ton in Market of El-Mustaqbal, Abu Khalifa, and the total study sample. It was found that for the wholesaler it amounted to 2041, 1969, and 2005 thousand LE, respectively, while for the retailer it amounted to about 3168, 3754, and 3461 thousand LE, respectively. By studying the Marketing difference (producer - consumer) in Market of El-Mustaqbal and Abu Khalifa and the total sample, it was found that it amounted to 9000, 9500, 9250 thousand LE, respectively. A study of marketing efficiency showed that it reached 33.68%, 28.08% and 30.78%, respectively. The research recommends reducing the number of intermediaries in the Marketing process, which improves the farmer's income and provides the product to the consumer at acceptable prices.

Keywords: mango fruit, marketing differences, marketing efficiency, Ismailia Governorate.

المحكمات:

1- أ.د. محمد سعيد الششتاوي
2- أ.د. أحمد فؤاد مشهور

أستاذ الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة بمشهر، جامعة بنها.
أستاذ الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة الزقازيق.