

تحليل اقتصادى للكفاءة التسويقية والميزة التنافسية للصادرات المصرية من البرتقال

عبد النبى بسيونى عبید^١، منيرة طه الحاذق^١، نينا نبيلة بسيونى^٢، إيمان عبد العزيز ربيع^٢

الملخص العربى

تعتبر زيادة الصادرات بصفة عامة والزراعية منها بصفة خاصة أحد وسائل تحقيق الرفاهية ورفع مستوى المعيشة لأفراد المجتمع لذلك تهدف الدولة تدعيم إلى قدراتها التنافسية فى الأسواق العالمية بالنسبة للمحاصيل التصديرية ويستهدف هذا البحث التعرف على كل من التكاليف التسويقية والكفاءة التسويقية والميزة التنافسية لمحصول البرتقال فى جمهورية مصر العربية وقد تبين من نتائج هذا البحث ارتفاع نصيب التجار والوسطاء عن نصيب المنتج مما يؤثر سلباً على الحالة الاقتصادية للمنتجين، كذلك تبين انخفاض الكفاءة التسويقية لمحصول البرتقال نتيجة ارتفاع الهوامش التسويقية للوسطاء نظراً لأن البرتقال من محاصيل الفاكهة الهامة والتي يمكن تخزينها فى الثلاجات لفترات طويلة نسبياً بالمقارنة ببعض محاصيل الفاكهة الأخرى، الأمر الذي يجعل الوسطاء يتحكمون فى المعروض منها فى الأسواق وممارسة الأوضاع الاحتكارية فى الأسعار سواء بالنسبة للمنتج أو المستهلك. وعند دراسة مؤشرات القدرة التنافسية لصادرات مصر من محصول البرتقال تبين ارتفاع الميزة النسبية الظاهرة لمصر فى إنتاج البرتقال مقارنة بجميع الدول المنافسة باستثناء المغرب، جنوب أفريقيا، وكذلك تتمتع مصر بميزة نسبية سعرية تنافسية مقارنة بأهم الدول المنافسة له فى تصدير البرتقال فيما عدا أسبانيا، تحقيق مصر إنتاج نسبى أعلى من الدول المنافسة ماعدا أسبانيا، ضعف معدل اختراق الأسواق مقارنة ببعض الدول المنافسة مثل المغرب، اليونان، أمريكا، جنوب أفريقيا، أسبانيا، تفوق مصر على كل الدول المنافسة لها فى الأهمية النسبية لصادرات البرتقال، زيادة فى معدل النمو السنوي فى كمية الصادرات فى مصر مقارنة بجميع الدول المنافسة، ويمثل النصيب السوقي لصادرات مصر من البرتقال للسوق

السعودي، والعماني المرتبة الأولى مقارنة بأهم الدول المنافسة أما السوق الروسى والكويتى فقد جاء فى المرتبة الثانية أما السوق الهولندى فى المرتبة الرابعة. وعند إعداد نموذج توجيه اقتصادى لصادرات مصر من البرتقال يعمل على تعظيم العائد من الصادرات تبين وجود عدة بدائل تعطى عائد أعلى من النموذج الراهن.

الكلمات الدالة: الكفاءة التسويقية- التنافسية- الصادرات الزراعية- مصر-البرتقال.

المقدمة

تسعى الدولة إلى تحقيق معدلات تنمية اقتصادية مرتفعة قدر الإمكان لزيادة دخل مواطنيها وتحسين مستوى رفاهيتهم. ولعل زيادة الصادرات بصفة عامة والزراعية منها بصفة خاصة أحد وسائل تحقيق ذلك، الأمر الذي يتطلب تدعيم قدرتها التنافسية فى الأسواق العالمية. كما أن زيادة الصادرات يزيد من قدرتها على تغطية الواردات وبالتالي تقليص حجم العجز فى الميزان التجارى وفى سبيل تحقيق هذا الهدف تتخذ الإجراءات وتسن القوانين وتوضع التشريعات واللوائح المنظمة لحركة التجارة الخارجية.

المشكلة البحثية

يهتم واضعي السياسة التجارية الخارجية بتحقيق إستمرارية الصادرات بل وزيادتها من عام لآخر إما عن طريق زيادة

الكميات المصدرة لنفس الدول وإما بفتح أسواق جديدة غير تقليدية، كما يمكن أن يتحقق ذلك من خلال إتاحة أنواع غير تقليدية من السلع المصدرة وبما يحقق أسعاراً مجزية

^١ قسم الاقتصاد وإدارة الأعمال الزراعية - كلية الزراعة - جامعة الاسكندرية
^٢ وحدة بحوث الاقتصاد الزراعى بالإسكندرية - معهد بحوث الاقتصاد الزراعى
مركز البحوث الزراعية

X_e^- = قيمة الصادرات الزراعية للدولة إلى العالم الخارجي.

X_w^- = إجمالي قيمة صادرات العالم من السلعة الزراعية.

X_w^- = إجمالي قيمة الصادرات الزراعية العالمية.

وارتفاع قيمة هذا المؤشر مقارنة بأي دولة منافسة تعني زيادة قدرتها التنافسية في الأسواق الخارجية، والعكس صحيح.

(٢) السعر النسبي: وهو عبارة عن النسبة بين متوسط سعر تصدير السلعة لأي دولة منافسة إلى متوسط سعر تصدير السلعة المصري وحسب كالتالي:

$$Pa_j = \frac{P_c}{P_e}$$

حيث:

ρ_{aj} = النسبة بين متوسط سعر تصدير السلعة لدولة منافسة إلى نظيره المصري.

P_c = متوسط سعر تصدير السلعة لدولة منافسة.

P_e = متوسط سعر تصدير السلعة المصري.

ارتفاع قيمة المؤشر عن واحد صحيح تعني زيادة القدرة التنافسية للدولة في الأسواق الخارجية، والعكس صحيح.

(٣) الإنتاج النسبي: هو النسبة بين إنتاج الدولة إلى الإنتاج العالمي من السلعة، ويتم تقديرها من المعادلة التالية:

$$Qa_j = \frac{Q_e}{Q_w}$$

حيث:

Q_{aj} = النسبة بين إنتاج الدولة من السلعة والإنتاج العالمي.

Q_e = إنتاج الدولة من السلعة.

Q_w = الإنتاج العالمي من السلعة.

كلما زادت قيمة المؤشر للدولة مقارنة بأي دولة منافسة كلما أشار إلى ارتفاع قدرتها التنافسية في السوق العالمي والعكس صحيح.

تسهم في زيادة حصة تلك الصادرات، وتعتبر صادرات مصر من البرتقال من أهم الصادرات الزراعية المصرية حيث تمثل حوالى ٢٩% من قيمة الصادرات الزراعية المصرية خلال الفترة (١٩٩٨ - ٢٠١٣) الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء - نشرة التجارة الخارجية - أعداد متفرقة. مما يوضح أهمية قيمة هذه الصادرات فى الميزان التجارى الزراعى المصرى، كما أن فتح اسواق خارجية للسلع الزراعية يستلزم رفع كفاءة الجهاز التسويقى لمواجهة المنافسه الخارجية والعمل على رفع الكفاءة التسويقية المنخفضه وما يترتب عليها من آثار سلبية غير مرغوبة تؤثر على تسويق المحاصيل الزراعية داخليا وخارجيا.

الأهداف البحثية

يستهدف البحث (١) التعرف على التكاليف التسويقية والكفاءة التسويقية لمحصول البرتقال، (٢) دراسة مؤشرات القدرة التنافسية لصادرات مصر من هذا المحصول، (٣) دراسة التوجيه الأمثل للصادرات المصرية من البرتقال إلى دول العالم المختلفة حتى يمكن تعظيم العائد منها.

الأسلوب البحثي

إعتمد البحث في تحقيق أهدافه على دراسة معايير الكفاءة التسويقية وعلى تطبيق بعض مؤشرات ومعايير القدرة التنافسية لصادرات مصر من البرتقال مثل:

(١) الميزة النسبية الظاهرية: ويتم حسابه لأي سلعة من خلال المعادلة التالية:

$$RCA_j = \frac{X_e^j}{X_e^a} \div \frac{X_w^j}{X_w^a}$$

حيث:

RCA_j = الميزة النسبية الظاهرة لصادرات الدولة لسلعة ما بالمقارنة بالدول المنافسة

X_e^- = قيمة صادرات الدولة من السلعة إلى العالم الخارجي.

(٦) معدل النمو السنوي في كمية الصادرات: ويتم تقديره من خلال تقدير دالة النمو (الدالة الآسية)، أو من خلال قسمة معامل الانحدار في الدالة الخطية على المتوسط السنوي باستخدام بيانات كمية صادرات السلعة خلال فترة الدراسة (١٩٩٨-٢٠١٣)، واعتماداً على المعنوية الإحصائية في التقدير.

(٧) **النصيب السوقي**: وهو عبارة عن النسبة المئوية لصادرات الدولة المصدرة للسلعة من إجمالي واردات الدولة المستوردة لتلك السلعة، ويعكس حجم تواجد الدولة المصدرة في الأسواق الخارجية، فكلما زادت قيمة المؤشر لمصر مقارنة بأي دولة منافسة كلما دل على كبر حجم التواجد لمصر في الأسواق الخارجية والعكس صحيح.

(٨) **الكفاءة التسويقية** = ١٠٠ - (التكاليف التسويقية / (التكاليف التسويقية + متوسط تكلفة إنتاج الوحدة)) × ١٠٠

كما تم استخدام أسلوب البرمجة الخطية لتكوين نموذج توجيه اقتصادي لتعظيم حصيلة الصادرات من البرتقال ولصياغة هذه الدالة تم استخدام متوسط أسعار تصدير الطن من البرتقال خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٣) كما تم استخدام الكمية التي يمكن تصديرها إلى مختلف الدول.

لقيود الاستيرادية: وتمثلها الطاقات الاستيرادية بالطن للدول المستوردة وكذلك الطاقة التصديرية لمصر من محصول البرتقال. وهذه القيود تعنى أنه في ظل البدائل المقترحة يجب ألا تزيد كمية الصادرات المصرية من البرتقال إلى الدول المشار إليها سابقاً عن إجمالي الطاقات الاستيرادية لها، كما يجب ألا يقل عن متوسط إجمالي كمية الصادرات عن الكمية الراهنة وذلك خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٣).

مصادر البيانات:

اعتمدت الدراسة في تحقيق أهدافها على البيانات المنشورة وغير المنشورة من مختلف الجهات والهيئات مثل

(٤) **معدل اختراق السوق**: وهو عبارة عن النسبة بين صادرات الدولة من السلعة واستهلاكها الظاهري في الدولة المستوردة، ويحسب باستخدام المعادلة التالية:

$$MPR_{ij} = \frac{EX_{ij}}{Q_{ij} + M_{ij} - X_{ij}}$$

حيث:

MPR_{ij} = معدل اختراق الدولة لأهم الأسواق من السلعة *j*.

EX_{ij} = صادرات الدولة المصدرة من السلعة *j*.

Q_{ij} = إنتاج الدولة المستوردة من السلعة *j*.

M_{ij} = واردات الدولة المستوردة من السلعة *j*.

X_{ij} = صادرات الدولة المستوردة من السلعة *j*.

وكلما زادت قيمة المؤشر مقارنة بأي دولة منافسة كلما أشار إلى ارتفاع قدرتها التنافسية في السوق العالمي والعكس صحيح.

(٥) **الأهمية النسبية للصادرات**: أي النسبة بين صادرات الدولة المصدرة لأهم الأسواق إلى إجمالي صادرات الدول المصدرة للسلعة. ويتم حسابه من المعادلة التالية:

$$EXMP = \frac{EXMP_{ij}}{EX_j}$$

حيث:

$EXMP$ = نسبة صادرات الدولة من السلعة لأهم الأسواق إلى إجمالي صادرات السلعة.

$EXMP_{ij}$ = صادرات الدولة إلى أعلى دول في العامل من حيث معدلات الاستيعاب.

EX_j = إجمالي صادرات الدولة من السلعة.

وكلما زادت قيمة المؤشر مقارنة بأي دولة منافسة كلما أشار إلى ارتفاع قدرتها التنافسية في السوق العالمي والعكس صحيح.

بمتوسط سنوي بلغ حوالي ٢٠٩١ جنيهاً ومن تقدير دالة النمو لسعر التجزئة للطن خلال فترة الدراسة، تبين أن هذا السعر يتزايد بمعدل نمو سنوي بلغ حوالي ١٤,٧ %، بالمعادلة التالية:

$$P_3 = e^{6.37 + 0.147 X} \\ (22.1)** (10.6)**$$

$$F = 202.3** \quad R^2 = 0.94$$

ثانياً: توزيع جنيته المستهلك لمحصول البرتقال في مصر

خلال الفترة من عام ٢٠٠٠ - ٢٠١٣

من خلال البيانات الواردة بجدول (٢) إتضح:

بدراسة تطور نصيب المنتج من جنيته المستهلك تبين إنه تراوح بين حد أدنى بلغ في عام ٢٠١٣ نحو ٣٤,١ % بينما بلغ حده الأعلى في عام ٢٠٠١ نحو ٧٦,٨ % وبمتوسط هندسي بلغ نحو ٤٨,٩ % خلال الفترة المذكورة، أما نصيب تاجر الجملة من جنيته المستهلك فقد بلغ حده الأدنى في عام ٢٠٠٣، نحو ٥,٩ %، بينما بلغ حده الأعلى في عام ٢٠٠٥ نحو ٤٤,٨ %، وبمتوسط هندسي بلغ نحو ٢١,٨ % خلال فترة الدراسة، كما أن نصيب تاجر التجزئة من جنيته المستهلك بلغ حده الأدنى في عام ٢٠٠١ نحو ١٢,٣ %، بينما بلغ حده الأعلى في عام ٢٠٠٧ نحو ٢٧,٩ % وبمتوسط هندسي بلغ نحو ٢١,٢ % خلال فترة الدراسة، وأخيراً بلغ نصيب جملة الوسطاء من جنيته المستهلك حده الأدنى في عام ٢٠٠١ نحو ٢٣,٢ % بينما بلغ حده الأعلى في عام ٢٠١٣ نحو ٦٥,٩ % وبمتوسط هندسي بلغ نحو ٤٥ % خلال فترة الدراسة. ويعنى هذا إنخفاض نصيب المنتج الذي أنتج المحصول وتحمل تكاليف الإنتاج وتحمل عنصر المخاطرة واللايقين خلال فترة مكث المحصول في الأرض وذلك نوع من الإجحاف والغبن للمنتجين (الزراع) ويؤثر هذا الوضع سلباً على الحالة الاقتصادية والمعيشية للمنتجين.

الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ووزارة الزراعة واستصلاح الأراضي ممثلة في الإدارة العامة للإحصاءات الزراعية والإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي، وبيانات منظمة الأغذية والزراعة العالمية (الفاو)

النتائج البحثية

أولاً: أسعار كل من المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة لمحصول البرتقال:

من خلال البيانات الواردة بجدول (١) إتضح:

بدراسة تطور سعر المنتج للطن (P_1) من محصول البرتقال خلال الفترة من عام ٢٠٠٠ - ٢٠١٣، تبين أنه يتراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ٤٩٠ جنيهاً للطن عام ٢٠٠٥ وحد أقصى بلغ حوالي ١٢٦٢ جنيهاً للطن عام ٢٠١٣، بمتوسط سنوي بلغ ٩١١ جنيهاً ويشير تقدير دالة النمو لسعر المنتج للطن خلال فترة الدراسة، أن هذا السعر يتزايد بمعدل نمو سنوي بلغ حوالي ٧,٥ %، بالمعادلة التالية:

$$P_1 = e^{8.3 + 0.075 X} \\ (142.1)** (14.6)**$$

$$F = 44.3** \quad R^2 = 0.79$$

وبدراسة تطور سعر الجملة للطن (P_2) من محصول البرتقال خلال فترة الدراسة تبين أنه تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ٦٢٨ جنيهاً للطن عام ٢٠٠١ وحد أقصى بلغ حوالي ٢٦٧٨ جنيهاً للطن عام ٢٠١٣، بمتوسط سنوي بلغ حوالي ١٦٠٢ جنيهاً وتقدير دالة النمو لسعر الجملة للطن خلال فترة الدراسة، تبين أن هذا السعر يتزايد بمعدل نمو سنوي بلغ حوالي ١٣,٦ %، بالمعادلة التالية:

$$P_2 = e^{6.2 + 0.136 X} \\ (14.3)** (9.7)**$$

$$F = 137.8** \quad R^2 = 0.92$$

كما تبين بدراسة تطور سعر التجزئة للطن (P_3) من محصول البرتقال خلال الفترة من عام ٢٠٠٠ - ٢٠١٣ أنه تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ٧١٦ جنيهاً للطن عام ٢٠٠١ وحد أقصى بلغ حوالي ٣٦٩٨ جنيهاً للطن عام ٢٠١٣،

جدول ١. تطور أسعار كل من المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة لمحصول البرتقال خلال الفترة من عام ٢٠٠٠ - ٢٠١٣ (الوحدة: جنيه/طن)

السنوات	سعر المنتج	سعر الجملة	سعر التجزئة
٢٠٠٠	٥٦٠	٦٤٤	٧٦٢
٢٠٠١	٥٥٠	٦٢٨	٧١٦
٢٠٠٢	٥٩٠	٦٨٨	٧٨٨
٢٠٠٣	٦٥٠	٧٠٦	٩٤٦
٢٠٠٤	٧٩٠	٩٤٢	١٢٧٧
٢٠٠٥	٤٩٠	١١٣٠	١٤٣٠
٢٠٠٦	٩٠٥	١١٠٠	١٣٩٠
٢٠٠٧	١١٢٥	١٥٥٠	٢١٥٠
٢٠٠٨	١١٧٩	٢٣٠٠	٢٩٠٠
٢٠٠٩	١١٢٣	٢٤٠٠	٣١٠٠
٢٠١٠	١١٣٦	٢٤٩٨	٣٢٦٩
٢٠١١	١١٨٩	٢٥٦٧	٣٣٨٧
٢٠١٢	١٢١٤	٢٥٩٩	٣٤٦٩
٢٠١٣	١٢٦٢	٢٦٧٨	٣٦٩٨
المتوسط الحسابي	٩١١,٦	١٦٠٢,١	٢٠٩١,٦

المصدر: جُمعت وحُسبت من:

١- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشئون الاقتصادية، الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعي، نشرة الإقتصاد الزراعي، أعداد متفرقة.

٢- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات (جملة-مستهلك)، أعداد متفرقة.

جدول ٢. تطور كل من نصيب المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة من جنيه المستهلك لمحصول البرتقال خلال الفترة من عام ٢٠٠٠ - ٢٠١٣

السنوات	نصيب المنتج (%)	نصيب تاجر الجملة (%)	نصيب تاجر التجزئة (%)	جملة نصيب الوسطاء
٢٠٠٠	٧٣,٥	١١,٠	١٥,٥	٢٦,٥
٢٠٠١	٧٦,٨	١٠,٩	١٢,٣	٢٣,٢
٢٠٠٢	٧٤,٩	١٢,٤	١٢,٧	٢٥,١
٢٠٠٣	٦٨,٧	٥,٩	٢٥,٤	٣١,٣
٢٠٠٤	٦١,٩	١١,٩	٢٦,٢	٣٨,١
٢٠٠٥	٣٤,٣	٤٤,٨	٢١,٠	٦٥,٧
٢٠٠٦	٦٥,١	١٤,٠	٢٠,٩	٣٤,٩
٢٠٠٧	٥٢,٣	١٩,٨	٢٧,٩	٤٧,٧
٢٠٠٨	٤٠,٧	٣٨,٧	٢٠,٧	٥٩,٣
٢٠٠٩	٣٦,٢	٤١,٢	٢٢,٦	٦٣,٨
٢٠١٠	٣٤,٨	٤١,٧	٢٣,٦	٦٥,٣
٢٠١١	٣٥,١	٤٠,٧	٢٤,٢	٦٤,٩
٢٠١٢	٣٥,٠	٣٩,٩	٢٥,١	٦٥,٠
٢٠١٣	٣٤,١	٣٨,٣	٢٧,٦	٦٥,٩
المتوسط الهندسي	٤٨,٩	٢١,٨	٢١,٢	٤٥

المصدر: حُسبت من البيانات الواردة بالجدول (١)

ارتفاع الهوامش التسويقية للوسطاء نظراً لأن البرتقال من محاصيل الفاكهة الهامة والتي يمكن تخزينها في الثلاجات لفترات طويلة نسبياً بالمقارنة بباقي محاصيل الفاكهة، الأمر الذي يجعل الوسطاء يتحكمون في المعروض منها في الأسواق وممارسة الأوضاع الاحتكارية في الأسعار سواء بالنسبة للمنتج أو المستهلك.

رابعاً: مؤشرات القدرة التنافسية لصادرات البرتقال

تم تقدير مؤشرات القدرة التنافسية لصادرات البرتقال لمصر وأهم الدول المنافسة لها في الأسواق الخارجية وهي كالتالي:

١. الميزة النسبية الظاهرة:

يتضح من بيانات الجدول (٤) ارتفاع الميزة النسبية الظاهرة لمصر في إنتاج البرتقال مقارنة بجميع الدول المنافسة باستثناء المغرب، جنوب أفريقيا حيث بلغت الميزة النسبية الظاهرة لمصر حوالي ٢١,٥

ثالثاً: التكاليف التسويقية والكفاءة التسويقية لمحصول البرتقال في مصر خلال الفترة من عام ٢٠٠٠ -

٢٠١٣

من خلال البيانات الواردة بجدول (٣) إتضح:

إنخفاض الكفاءة التسويقية لمحصول البرتقال خلال الفترة من عام ٢٠٠٠ - ٢٠١٣ حيث بلغت حدها الأدنى نحو ٢١,٩% في عام ٢٠١١، بينما بلغت حدها الأعلى نحو ٧٣,٢% عام ٢٠٠٠، وكان متوسط الكفاءة خلال فترة الدراسة نحو ٤٢%. وعلى عكس ذلك كانت التكاليف التسويقية (الهوامش التسويقية للوسطاء) مرتفعة لمحصول البرتقال خلال فترة الدراسة، حيث بلغت حدها الأدنى حوالي ١٦٦ جنيهاً للطن في عام ٢٠٠١، بينما بلغت حدها الأعلى حوالي ٢٤٣٦ جنيهاً للطن في عام ٢٠١٣، وبمتوسط سنوي بلغ حوالي ١١٨٠ جنيهاً للطن خلال فترة الدراسة، ويعزى انخفاض الكفاءة التسويقية لمحصول البرتقال إلى

جدول ٣. التكاليف الإنتاجية الكلية والكفاءة التسويقية لمحصول البرتقال خلال الفترة من عام ٢٠٠٠ - ٢٠١٣

السنوات	التكاليف الإنتاجية (جنيه / فدان)	متوسط الإنتاجية (طن / فدان)	متوسط تكلفة إنتاج الوحدة (جنيه / طن)	التكاليف التسويقية (جنيه / طن)	الكفاءة التسويقية (%)
٢٠٠٠	٤٢٥١	٧,٧١٦	٥٥٠,٩٥	٢٠٢	٧٣,١٧
٢٠٠١	٤٣٦٩	٨,٠٩٤	٥٣٩,٧٧	١٦٦	٣٤,٩
٢٠٠٢	٤٧٨٩	٨,٥٩٩	٣٥٦,٦	١٩٨	٣٢,١
٢٠٠٣	٤٨٦٩	٨,٢٣	٣٩٨,٦	٢٩٦	٣٣,٨
٢٠٠٤	٤٩٩٦	٨,٤٠٥	٤٨٢,٤	٤٨٧	٣٤,٨
٢٠٠٥	٥١٤٧	٨,٦٤٧	٤٨٦,٧	٩٤٠	٤٦,٧
٢٠٠٦	٥٢٦٩	٨,٩٦٧	٥٤٠,٩	٤٨٥	٣٥,٨
٢٠٠٧	٥٩٨٧	٨,٢٦٧	٦٣٩,٤	١٠٢٥	٣٧,٦
٢٠٠٨	٦١٢٣	٨,١٦٧	٧٢٩,١	١٧٢١	٣٩,٢
٢٠٠٩	٦٣٢٦	٨,٠٠٤	٧٥٥,٦	١٩٧٧	٣٥,١
٢٠١٠	٦٤٩٧	١٢,١٣	٧٧٧,٦	٢١٣٣	٣٠,٢
٢٠١١	٦٩٩٨	٨,٧٠٣	٨٣٤,١	٢١٩٨	٢١,٩
٢٠١٢	٧١٥٨	٨,٨١٤	٨١٢,١	٢٢٥٥	٢٦,٥
٢٠١٣	٧٥٦٨	٨,٦٦٢	٨٧٣,٧	٢٤٣٦	٢٦,٤
المتوسط الحسابي	٥٧٣٩	٨,٧	٦٩٤,١	١١٨٠	٤٢

* الكفاءة التسويقية = ١٠٠ - (التكاليف التسويقية / (التكاليف التسويقية + متوسط تكلفة إنتاج الوحدة)) × ١٠٠

المصدر: جُمعت وحُسبت من وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي، نشرة الاقتصاد الزراعي، أعداد متفرقة

الإنتاج العالمي للبرتقال، بينما حققت اسبانيا إنتاج نسبي أعلى من مصر بنسبة بلغت حوالي ٠,٠٤ على في حين حققت كل من إسرائيل، المغرب، تركيا، جنوب أفريقيا إنتاج نسبي أقل من مصر حيث بلغ في كل منها حوالي ٠,٠٢، ٠,٠١، ٠,٠٢، ٠,٠٢ على الترتيب.

٤. معدل اختراق السوق:

يتضح من بيانات الجدول (٤) ضعف معدل اختراق الأسواق للبرتقال المصري مقارنة ببعض الدول المنافسة مثل المغرب، اليونان، أسبانيا حيث بلغ في مصر حوالي ٠,٠٤ بينما بلغ في تلك حوالي ٠,٠٥، ٠,٠٥، ٠,٢٢ وقد يرجع ذلك إلى زيادة إنتاج بعض الدول المستوردة أو انخفاض الطاقة الاستيعابية لها من البرتقال المصري لتعدد مصادرها الاستيرادية ويؤكد ذلك ضعف معدل اختراق الأسواق للبرتقال لكل من إسرائيل، إيطاليا مقارنة بمصر نظراً لانخفاض إنتاج البرتقال في تلك الدول حيث بلغ معدل الاختراق في كل منها حوالي ٠,٠٢، ٠,٠٢، ٠,٠٣ على التوالي.

٥. الأهمية النسبية لصادرات البرتقال:

يتضح من بيانات الجدول (٤) تفوقت مصر على كل الدول المنافسة لها في الأهمية النسبية لصادرات البرتقال

بينما بلغت في كل من إسرائيل، اليونان، اسبانيا، إيطاليا حوالي ١٢,٩٩، ٨,٣٦، ٢,٤٩، ٩,٧٦، ٠,٧٩ على التوالي، وبلغت في كل من المغرب، جنوب أفريقيا حوالي ٢٩,٢٠، ٢٤,٨٨ على التوالي. وتشير نتائج تلك المؤشر إلى ارتفاع القدرة التنافسية لمصر في السوق العالمي للبرتقال مقارنة بالدول المنافسة لها استناداً لمؤشر الميزة النسبية، باستثناء كل من المغرب، جنوب أفريقيا.

٢. السعر النسبي للبرتقال:

يتضح من بيانات الجدول (٤) تمتع مصر بميزة نسبية سعرية تنافسية مقارنة بأهم الدول المنافسة له في تصدير البرتقال فيما عدا أسبانيا حيث بلغ السعر النسبي بين إسرائيل/مصر، المغرب/مصر، اليونان/مصر، تركيا/مصر، جنوب أفريقيا/مصر، إيطاليا/مصر حوالي ١,٧٣، ١,٣٠، ١,٢٤، ١,٢٥، ١,٠٧، ١,٧٢ على الترتيب، في حين تفوقت أسبانيا على مصر في الميزة النسبية السعرية حيث بلغ السعر النسبي في كل منها بالنسبة إلى مصر حوالي ٠,٨٤ ووفقاً لبيانات هذا المؤشر يتضح وجود ميزة نسبية سعرية تنافسية لمصر في السوق العالمي للبرتقال مقارنة بالدول المنافسة لها باستثناء أسبانيا.

٣. الإنتاج النسبي للبرتقال:

يتضح من بيانات الجدول (٤) تساوي الإنتاج النسبي للبرتقال لمصر وبعض الدول المنافسة مثل اليونان، إيطاليا عند ٠,٠٣ من

جدول ٤. مؤشرات القدرة التنافسية لصادرات البرتقال لمصر وأهم الدول المنافسة خلال الفترة (١٩٩٨ - ٢٠١٣)

الدولة	المؤشر	الميزة النسبية الظاهرة	السعر النسبي	الإنتاج النسبي	معدل اختراق السوق	الأهمية النسبية للصادرات	معدل النمو السنوي في كمية الصادرات
مصر	٢١,٥	١,٠٠	٠,٠٣	٠,٠٤	٠,٤٢	١٢,١	
إسرائيل	١٢,٩٩	١,٧٣	٠,٠٢	٠,٠٢	٠,٠٦	(١٢,٣٢)	
المغرب	٢٩,٢٠	١,٣٠	٠,٠١	٠,٠٥	٠,٤١	(٣,٤٢)	
اليونان	٨,٣٦	١,٢٤	٠,٠٣	٠,٠٥	٠,١٤	(٠,١٦)	
تركيا	٢,٤٩	١,٢٥	٠,٠٢	٠,٠٢	٠,٢٦	٨,٠٠	
جنوب إفريقيا	٢٤,٨٨	١,٠٧	٠,٠٢	٠,١٠	٠,٢٥	٦,٥٠	
اسبانيا	٩,٧٦	٠,٨٤	٠,٠٤	٠,٢٢	٠,١١	٠,٦٢	
إيطاليا	٠,٧٩	١,٧٢	٠,٠٣	٠,٠٣	٠,٠٢	٢,٧٩	

() يشير إلى الأرقام السالبة

العماني حوالي ٣٣,٦% يمثل المرتبة الأولى مقارنة بأهم الدول المنافسة له والمصدرة لعمان، وبلغ النصيب السوقي لصادرات مصر من البرتقال للسوق الكويتي حوالي ٢٣,٧% يمثل المرتبة الثانية مقارنة بأهم الدول المنافسة له والمصدرة للكويت.

خامسا: الهيكل الأمثل لصادرات مصر من البرتقال:

يشير التوزيع الجغرافي لصادرات مصر من البرتقال في الأسواق العالمية المختلفة في الفترة (١٩٩٨-٢٠١٣) والموضح بجدول (٦) إلى أن كمية الصادرات المصرية بلغت حوالي ٢١٧ ألف طن، وتقدر قيمتها الإجمالية بحوالي ١١٤,٩ مليون دولار، ويتم تصدير هذه الكمية إلى ١٧ دولة مختلفة شكلت ٨ دول منها حوالي ٩٨,٩٤% من إجمالي الكمية المصدرة وباقي الدول حوالي ١,٠٦% من الكمية المصدرة ويبلغ نصيب مصر من التجارة العالمية للبرتقال حوالي ٥%.

وتشير بيانات الجدول (٦) إلى أن سوق دولة الامارات العربية المتحدة قد حقق أقل سعر تصديري للطن حيث بلغ نحو ٥١٠,٣ دولار/طن، والذي مثلت صادرات مصر من البرتقال إلى هذه الدولة نحو ١٤ الف طن أي ٦% من طاقتها الاستيرادية، في حين حققت دولة أوكرانيا أعلى سعر تصديري للطن حيث بلغ نحو ٥٣٦,٩ دولار/طن، والذي مثلت صادرات مصر من البرتقال إلى هذه الدولة نحو ٣٧,٨ ألف طن أي ١٧,٦٦% من طاقتها الاستيرادية.

جدول ٥. النصيب السوقي للبرتقال في أهم الأسواق الخارجية خلال الفترة (١٩٩٨ - ٢٠١٤)

النصيب السوقي الدولة المصدرة	روسيا (%)	السعودية (%)	هولندا (%)	عمان (%)	الكويت (%)
مصر	١١,٤٦	٢٢,٨	٤,٢١	٣٣,٦	٢٣,٧
إسرائيل	٠,٣٧	٠,٠٠	٠,٣٩	٠,٠٠	٠,٠٠
المغرب	١٨,٣٥	٠,٨١	١٤,٧١	٠,٠٠	٠,٠١
اليونان	٩,٩٨	٠,٠١	٤,١٩	٠,٠٠	٠,٠٠
تركيا	٨,٠٧	٧,٢٧	٠,٦٨	٠,٣٠	٨,٤٠
جنوب أفريقيا	١٤,٦٦	٢٠,٠٧	٣١,٨٢	٢١,٨٦	٢٥,٧٢
اسبانيا	١,٣٧	٠,٢٢	٥,٣٠	٠,٠٦	٠,٠٧
إيطاليا	٠,٢١	٠,٠٠	٠,٤٣	٠,٠٠	٠,٠٠

حيث بلغت لمصر حوالي ٠,٤٢، في حين بلغت لكل من إسرائيل، المغرب، اليونان، تركيا، جنوب أفريقيا، أسبانيا، إيطاليا حوالي ٠,٠٦، ٠,٤١، ٠,١٤، ٠,٢٦، ٠,٢٥، ٠,١١، ٠,٠٢.

٦. معدل النمو السنوي في كمية الصادرات من البرتقال:

يتضح من بيانات الجدول (٤) تفوق مصر في معدل النمو السنوي في كمية صادرات البرتقال مقارنة بجميع الدول المنافسة حيث بلغ لمصر حوالي ١٢,١%، بينما بلغ حوالي -١٢,٣٢%، -٣,٤٢%، -١,٦٦%، ٠,٠٠%، ٨,٠٠%، ٦,٥٠%، ٠,٦٢%، ٢,٧٩% لكل من إسرائيل، المغرب، اليونان، تركيا، جنوب أفريقيا، اسبانيا، إيطاليا على الترتيب.

٧. النصيب السوقي لصادرات البرتقال في أهم الأسواق الخارجية:

يتضح من بيانات الجدول (٥) أن النصيب السوقي لصادرات مصر من البرتقال للسوق الروسي بلغ حوالي ١١,٤٦% يمثل المرتبة الثالثة مقارنة بأهم الدول المنافسة له والمصدرة لروسيا، أيضاً بلغ النصيب السوقي لصادرات مصر من البرتقال للسوق السعودي حوالي ٢٢,٨٠% يمثل المرتبة الأولى مقارنة بأهم الدول المنافسة له والمصدرة للسعودية، كما بلغ النصيب السوقي لصادرات مصر من البرتقال للسوق الهولندي حوالي ٤,٢١% يمثل المرتبة الرابعة مقارنة بأهم الدول المنافسة له والمصدرة لهولندا، وبلغ النصيب السوقي لصادرات مصر من البرتقال للسوق

Source: Food and agriculture organization (FAO), *Production year book*, United nations, Rome, Different volumes.

جدول ٦. متوسط التوزيع الجغرافي للصادرات المصرية من محصول البرتقال خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠١٣)

الدولة	الرمز	الكمية المصدرة (ألف طن)	%	القيمة التصديرية (ألف دولار)	%	سعر التصدير دولار/طن	الطاقة الاستيرادية (ألف طن)	نسبة الصادرات المصرية للطاقة الاستيرادية %
المملكة المتحدة	x1	٤٢,٣	١٩,٤٩	٢٢٤٨٦,٦٨	١٩,٥٧	٥٣١,٦	٣١٠	١٣,٦
هولندا	x2	١٧	٧,٨٣	٨٧٩٩,٢	٧,٦٦	٥١٧,٦	٢٩٨	٥,٧
السعودية	x3	٢٨	١٢,٩٠	١٤٥٩٦,٤	١٢,٧٠	٥٢١,٣	٢٦٠	١٠,٨
الإمارات	x4	١٤	٦,٤٥	٧١٤٤,٢	٦,٢٢	٥١٠,٣	٢٣٥	6.0
عمان	x5	١١	٥,٠٧	٥٨٢٥,٦	٥,٠٧	٥٢٩,٦	٣٦,٥	٣٠,١
الكويت	x6	١٠	٤,٦١	٥٣٢٦	٤,٦٤	٥٣٢,٦	٤٢,٤	٢٣,٦
روسيا الاتحادية	x7	٥٤,٦	٢٥,١٦	٢٩١٨٩,١٦	٢٥,٤٠	٥٣٤,٦	٤٠٥	١٣,٥
أوكرانيا	x8	٣٧,٨	١٧,٤٢	٢٠٢٩٤,٨٢	١٧,٦٦	٥٣٦,٩	٣٠٢	١٢,٥
بقية الدول	x9	٢,٣	٠,٠٦	١١٩٨,٣	١,٠٨	٥٢١	٢٤٦٧	٠,١
الإجمالي		٢١٧	١٠٠	١١٤,٩	١٠٠	-----	٤٣٥٦	٥,٠

المصدر: جمعت وحسبت من منظمة الزراعة والأغذية الدولية www.fao.org

وفي ظل تلك القيود تم عمل نموذج للوضع الراهن وعمل بدائل مختلفة لهذا التوزيع الراهن كما هو موضح فيما يلي:

التوزيع الراهن:

عبارة عن التوزيع الراهن للكميات المصدرة من البرتقال من مختلف دول العالم كل دولة على حسب الكمية المصدرة إليها وسعر تصدير الطن إليها.

البديل الأول:

وفيه تترك الكميات المصدرة من البرتقال تتوزع بطريقة حرة على مختلف الدول حسب أعلاها سعرا وفي ظل قيد طاقة تلك الدول الاستيرادية، مع مراعاة توزيع الكميات بالتساوي على الدول في حالة تساوى السعر وذلك بغرض تنويع مصادر التصدير.

البديل الثاني:

وفيه يتم مضاعفة صادرات مصر من البرتقال من بعض دول العالم في حدود الطاقة التصديرية لمصر وذلك وفقا لأعلى الدول سعرا وفي ظل قيد طاقتها الاستيرادية.

مما سبق يتضح وجود فجوة بين الكميات المصدرة من البرتقال والطاقات الاستيرادية لأهم الدول المستورده للبرتقال مما يدل على وجود إمكانية لزيادة صادراتنا وبخاصة في الأسواق ذات القوة الاستيرادية المرتفعة والأسعار العالية وكذلك ضرورة فتح أسواق جديدة للصادرات المصرية من محصول البرتقال. وهذا يشجع للاستفادة من تلك الأوضاع عن طريق إعداد خطة لإعادة التوزيع الجغرافي لتلك الصادرات بالشكل الذي يكون في صالح ميزان المدفوعات في مصر.

وبناء على ما سبق يتبين ضرورة العمل على إعادة توزيع الصادرات المصرية من البرتقال من الأسواق العالمية بما يتناسب مع الطاقة الاستيرادية لتلك الدول، ولتحقيق هذا الهدف فقد تم استخدام أسلوب البرمجة الخطية للتوصل إلى أفضل توزيع للصادرات المصرية من البرتقال والذي يتحقق عن طريق تعظيم فاتورة الصادرات في ظل قيود تتمثل في الطاقة الاستيرادية للدول المستورده بالإضافة إلى القيد الخاص بحجم الطاقة التصديرية في مصر من البرتقال وسعر طن الاستيراد من كل دولة.

البديل الثالث:

البديل الأول: توزعت صادرات مصر من البرتقال على دولة واحدة ولقد حقق هذا النموذج إيراد تصديري قدر بحوالي ١١٦,٥ مليون دولار أي بزيادة قدرها ١,٦ مليون دولار تمثل حوالي ١,٤% عن النموذج الراهن.

البديل الثاني: تبين من هذا البديل أن الكميات المصدرة من صادرات مصر من البرتقال توزعت على ٧ دول ولقد حقق هذا النموذج إيراد تصديري قدر بحوالي ١١٦,١ مليون دولار أي بزيادة قدرها ١,٢ مليون دولار تمثل حوالي ١,٠٤% عن النموذج الراهن.

أما بالنسبة للبديل الثالث: وجد أن الكميات المصدرة من صادرات مصر من البرتقال توزعت على دولتين ولقد حقق هذا النموذج إيراد تصديري قدر بحوالي ١٠٨,١ مليون دولار أي بنقص قدره ٦,٨ مليون دولار تمثل حوالي ٥,٩% عن النموذج الراهن.

وفيه يقتصر تصدير البرتقال على الدول الأعلى سعرا وفي حدود ٣٠% من طاقتها الاستيرادية كحد أقصى.

ووفقا لهذه البدائل المقترحة تم إعادة توجيه الصادرات المصرية من البرتقال باستخدام نموذج البرمجة الخطية وذلك بهدف تحديد أوفق الأسواق التي يمكن لمصر التصدير إليها والتي تحقق تعظيم حصيلة الصادرات أي ما يعنى تحقيق وفر في ميزان المدفوعات.

وقد دلت نتائج البدائل المقترحة والموضحة بالجدول (٧) ما يلي:

بالنسبة للنموذج الراهن: توزعت صادرات مصر من البرتقال على ١٧ دولة منها ٨ دول شكلت حوالي ٩٨,٩٤% من إجمالي الكمية المصدرة وباقي الدول حوالي ١,٠٦% من الكمية المصدرة ولقد حقق هذا النموذج إيراد تصديري تقدر بحوالي ١١٤,٩ مليون دولار.

جدول ٧. متوسط التوزيع الجغرافي الراهن والأوفق للصادرات المصرية من محصول البرتقال

الدولة	النموذج الأول (الراهن)	البديل الأول	البديل الثاني	البديل الثالث
	الكمية (طن) %	الكمية (طن) %	الكمية (طن) %	الكمية (طن) %
المملكة المتحدة	٤٢,٣	١٩,٤٩	١١,٢	٥,٢
هولندا	١٧	٧,٨٣		
السعودية	٢٨	١٢,٩٠		
الإمارات	١٤	٦,٤٥		
عمان	١١	٥,٠٧		
الكويت	١٠	٤,٦١	٢٠	٩,٢
روسيا الاتحادية	٥٤,٦	٢٥,١٦	١٠٩,٢	٥٣,٦
أوكرانيا	٣٧,٨	١٧,٤٢	٧٦,٦	١٠٠
باقي الدول	٢,٣	١,٠٦	٥٣,٣	١٠٠,٧
الإجمالي	٢١٧	١٠٠	٢١٧	٢١٧

المصدر: جمعت وحسبت من منظمة الزراعة والأغذية الدولية www.fao.org

جدول ٨. إيرادات صادرات مصر من البرتقال في الوضع الراهن وفي ظل مختلف البدائل المقترحة

النموذج الراهن والبدائل المقترحة	إيرادات الصادرات (مليون دولار)	الفائض (العائد) المتحقق عن الوضع الراهن (مليون دولار)
النموذج الراهن	١١٤,٩	-
البديل الأول	١١٦,٥	١,٦
البديل الثاني	١١٦,١	١,٢
البديل الثالث	١٠٨,١	- ٦,٨

المصدر: جمعت وحسبت من تحليل البرمجة الخطية لبيانات البحث

التوصيات

يوصى البحث بضرورة وضع سياسة سعرية وتصديرية تحقق ميزة تنافسية عالية في أسواق التصدير ولها قدرة على مواجهة الدول المنافسة مع ضرورة إتباع سياسة تسعيرية محلية تعمل على تخفيض الهوامش التسويقية المرتفعة والتي تجعل الوسطاء هم المتحكمون في سعر البرتقال مع ضرورة إنشاء قاعدة بيانات عن المصدرين والمنتجين واحتياجات السوق الخارجي وأدواقه وتفضيلاته ومد المنتجين والمصدرين بها بما يساعدهم في توجيه إنتاجهم وصادراتهم على النحو المرغوب أو المستهدف.

المراجع

رجب حسن احمد ٢٠٠١، دراسة اقتصادية لإمكانيات تطوير نظم التسويق المحلي للتصدير لبعض الحاصلات البستانية، رسالة دكتوراه، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة عين شمس.

حسن عبد الغفار العباسي، وآخرون ٢٠٠٥، تنافسية بعض الصادرات الزراعية المصرية، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الخامس عشر، العدد الثالث.

رشدي رمزي جرجس ١٩٩٩، تحليل اقتصادي للميزة النسبية والقدرة التنافسية لبعض الزروع المصرية في السوق العالمي، ندوة التجارة الخارجية الزراعية المصرية في ظل المتغيرات الدولية المعاصرة، الجمعية المصرية للاقتصاد الزراعي وجامعة أسيوط .

سوسن حسين عثمان ١٩٩٧، الإمكانيات الاقتصادية لتصدير بعض حاصلات الفاكهة المصرية - (رسالة دكتوراه) - كلية الزراعة جامعة عين شمس.

سهير محمد القاضي (دكتور) وآخرون ٢٠٠٥، القدرة التنافسية لصادرات البطاطس المصرية في الأسواق الخارجية، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الخامس عشر، العدد الثاني.

عزة إبراهيم عمارة ٢٠٠٣، التحليل الاقتصادي لتنافسية الصادرات الزراعية المصرية، محاضرة أقيمت بدورة تدريبية بمعهد بحوث الاقتصاد الزراعي.

محمود سعد الدين الريدي ٢٠٠٣، تحليل اقتصادي للمركز التنافسي للصادرات المصرية من البرتقال، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الثالث عشر، العدد الرابع.

هدايت محمد محي الدين ١٩٩٩، رؤية نحو تدعيم المزايا النسبية التنافسية لأهم المحاصيل التصديرية، المؤتمر السادس للاقتصاديين الزراعيين، الجمعية المصرية للاقتصاد الزراعي

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

الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لأسعار المواد والمنتجات الغذائية والخدمات (جملة-مستهلك)، أعداد متفرقة.

الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، نشرة التجارة الخارجية، أعداد متفرقة

Food and agriculture organization (FAO), Production year book, United nations, Rome, Different volumes.

World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2013-2014, 2012-2013

ABSTRACT**Economic Analysis for Marketing Efficiency and Competitive Advantage for Egyptian Orange Exports**

Abd elnabe B. Ebaid, Mounira T.El-Hazek, Nena N. Basyony, Eman A.Rabie

Exports increase in general, agricultural exports in particular is considered one of the methods of achieving prosperity as well as raising the standard of living for community's individuals.

Accordingly, the country aims at supporting its competitive capabilities in global markets, especially for its competitive advantage crops.

The purpose of this research is to identify marketing costs and efficiency of orange crop marketing.

Conclusion shows an increment in both traders and brokers share comparing with producers, which negatively affects the economic situation of producers. Results also show low efficiency in orange crop marketing process, because of the high profit marketing margin that brokers get as a result of their monopolistic practices such as controlling the supply by storing the crop in refrigerators the matter that affects the prices for both producer and customer bearing in mind that orange is storable longer than other fruits.

While studying the competitive advantage indicators of orange exports from Egypt, results show a clear competitive advantage in favor of Egypt compared with other countries except for Morocco and South Africa.

Also, Egypt enjoys a competitive advantage in price compared with its most important competitors in the field of orange export excluding Spain. Egypt achieves a higher proportional production than its competitors excluding Spain.

Market penetration rate weakness for Egyptian orange was recorded compared with some competing countries such as Morocco, Greece, America, South Africa and Spain.

Egypt surpassed all the competing countries in the relative importance of its orange exports, Egypt's annual rate of orange exports is higher than all the competing countries.

Egypt's market share of orange exports to the Saudi and Oman market represents the first rank comparing with its most important competitors. As for the Russian and Kuwait market it occupies the second place and it occupies the forth place for the Dutch market.

While preparing an economic orientation model for Egyptian orange exports the model works to maximize exports return, the model shows that there are several alternatives that introduce a higher return than the current export model.