J. Product. & Dev., 24(3): 537 –553(2019)

أهم المسالك التسويقية للمانجوفى محافظة الشرقية

نورهان السيد طنطاوى - احمد محمود ابو الروس - ابراهيم يوسف اسماعيل فكرى سعد الدسوقى شلبى

مقدمة:-

تحتوى المانجو على قيمة غذائية كبيرة جدا، حيث تحتوى على مجموعة من العناصر المعدنية الضرورية لجسم الإنسان، كالفيتامينات، والأملاح، والماء، ومضادات الأكسدة وغيرها، حيث تفيد الصحة العامة لجسم الإنسان، وتساهم في علاج الكثير من الأمراض والوقاية منها، ولقد بلغت المساحة المنزرعة بالمانجوعام ٢٠١٦ بالجمهورية٢٣٤ الف فدان والشرقية٣٣الف فدان حيث تمثل الشرقية١٤% من المساحات المنزرعة بالجمهورية،ويتكون البنيان الاقتصادى الزراعى من البنيان الانتاجى والبنيان التسويقى والبنيان الاستهلاكى ويعتبر البنيان التسويقى من اضعفهم واقلهم كفاءة ولذلك يجب العمل على رفع كفاءة النظام التسويقى ورفع مستوى الخدمات التسويقية التى تؤدى على السلع ولذلك تتم دراسة النظام التسويقى للمانجو للتعرف على التكاليف والكفاءة التسويقية والمسالك والوسطاء التسويقين واهم المشاكل التى تواجه تسويق المانجو بمحافظة الشرقية والمقترحات للارتقاء بالنظام التسويقى.

مشكلة البحث:-

محافظة الشرقية من المحافظات الرئيسية والهامة فى انتاج المانجو سواء للتصدير او الاستهلاك المحلى حيث تسهم بنحو٢٦% من حجم انتاج الجمهورية ونظرا للتقلبات فى انتاج واسعار المانجو خلال المسالك التسويقية والمتعاملين بها بمحافظة الشرقية سواء فى السوق المحلى او المسلك التصديرى مما يعوق عمليات التسويق ويرفع التكاليف التسويقية بها مما يؤدى الى خفض الكفاءة التسويقية.

أهداف البحث:-

تهتم الدراسة بتتبع اهم المسالك التسويقية للمانجو بمحافظة الشرقية من خلال :

١) أهم المسالك التسويقية والمتعاملين فى المانجو داخل السوق المحلى حتى المستهلك النهائى.
٢) التعرف على الفروق التسويقية الخاصة بكل عملية والمتعاملين فيها .
٣) دراسة الكفاءة التسويقية للمانحو فى السوق الداخلى.
٤) أنصبة الزراع والمتعاملين ونسبة كل منها فى نصيب المستهلك.

الطريقة البحثية ومصادر البيانات:-

اعتمد البحث على الطريقة البحثية التاريخية فى البيانات والطرق التحليلية والاحصائية والرياضية ، بالاضافة الى الاتجاه العام لقياس معدلات التطور والنمو وقياس شكل وحركة كل من مؤشرات الانتاج والمساحات والتسويق ، وايضا المؤشرات الاحصائية والاقتصادية لقياس صحة ودقة وتفسير النتائج وتحليل عينة الدراسة،اعتمد البحث على الدراسات والابحاث السابقة ومصادر البيانات من الوزارات والجهات الحكومية والرسمية والكتب والبيانات المنشورة ومن عينة الدراسة التى تم تجميعها من محافظة الشرقية.

نتائج الدراسة:-

اولا: الاهمية النسبية لتطور مساحة المانجو وانتاجيتها بالجمهورية ومحافظة الشرقية

تطورالمساحة الكلية للمانجو بالجمهورية خلال الفترة (٢٠٠١-٢٠١٦):

يتضح من الجدول(١) ان المتوسط السنوى للمساحة الكلية للمانجو فى جمهورية مصر العربية قد بلغ نحو١٩٥الف فدان وانه تراوح بين حد أدنى بلغ نحو١٠٢ألف فدان عام ٢٠٠١وحد أقصى بلغ ٢٨٣ألف فدان عام ٢٠١٦ بزيادة قدرها ١٨١ الف فدان وبنسبة زيادة قدرها١٧٧% .

وتشيردراسة الاتجاه الزمنى للمساحة الكلية للمانجو بالجمهورية خلال فترة الدراسة (٢٠٠١-٢٠١٦) انها تاخذالاتجاه الزمنى المتزايد فى الجدول(2) معادلة رقم (١)وهى توضح ارتفاع مساحة المانجو الكلية بمعدل متزايدمعنوى احصائياعند مستوى معنوية ٠١، بلغ مقداره ١٢،٧٦٣الف فدان سنويا ومعدل التغير السنوى يصل الى نحو 6,5%من المتوسط السنوى لنفس الفترة كما تبين ان حوالى٩٧%من التغيرات الحادثة للمساحة الكلية للمانجو بالجمهورية يرجع الى عنصرالزمن ومايمثله من عوامل والباقى ٣% يرجع الى عوامل آخرى غير مدروسة.

❖ **تطورالمساحةالمثمرة للمانجو بالجمهوريةخلال الفترة(٢٠٠١-٢٠١٦):**

يتضح من الجدول (١) ان المتوسط السنوى للمساحة المزروعة مانجو فى جمهورية مصر العربية قد بلغ نحو١٤١الف فدان وانه تراوح بين حد أدنى بلغ نحو٦٦ ألف فدان عام ٢٠٠١وحد أقصى بلغ ٢٣٤ألف فدان عام بزيادة قدرها ١٦٨ الف فدان وبنسبة زيادة قدرها ٢٥٤% . وتشيردراسة الاتجاه الزمنى العام للمساحة المثمرة للمانجو بالجمهورية خلال فترة الدراسة (٢٠٠١-٢٠١٦) انها تاخذالاتجاه الزمنى المتزايد فى الجدول(٢) معادلة رقم (٢) وهى توضح ارتفاع المساحة المثمرة للمانجو بمعدل متزايد

جدول (١): تطور مساحةالمانجو بالجمهورية ومحافظة الشرقية خلال الفترة(٢٠٠١-٢٠١٦).
المساحة(الف فدان) الانتاج(الف طن) الانتاجية الفدانية(طن/فدان)

السنة	لمساحةالكلية			لمساحةالمثمرة			% للمساحة المثمرة بالنسبةالكلية للجمهورية	% للمساحة المثمرة بالنسبةالكلية الشرقية	الانتاج			الانتاجيةالفدانية		
	جمهورية	شرقية	% من الجمهورية	جمهورية	شرقية	% من الجمهورية			جمهورية	شرقية	% من الجمهورية	جمهورية	شرقية	% من الجمهورية
٢٠٠١	١٠٢	٢٠	٢٠	٦٦	١٦	٢٤	٦٥	٨٠	٢٦٤	٩٧	٣٧	٤	٦٫١	١٥٣
٢٠٠٢	١٠٩	٢٠	١٨	٦٩	١٧	٢٥	٦٣	٨٥	٢٨٧	١٠٣	٣٦	٤٫٢	٦٫١	١٤٥
٢٠٠٣	١٢٣	٢٠	١٦	٧٣	١٨	٢٥	٥٩	٩٠	٣١٩	١٢٣	٣٩	٤٫٤	٦٫٨	١٥٥
٢٠٠٤	١٣٠	٢٠	١٥	٨١	١٩	٢٣	٦٢	٩٥	٣٧٥	١٢٤	٣٣	٤٫٦	٦٫٥	١٤١
٢٠٠٥	١٣٩	٢١	١٥	٩٩	٢٠	٢٠	٧١	٩٥	٤١٧	١٣٥	٣٢	٤٫٢	٦٫٨	١٦٢
٢٠٠٦	١٥٢	٢١	١٤	١١٠	٢٠	١٨	٧٢	٩٥	٥٥٧	١٣٥	٢٤	٥٫١	٦٫٨	١٣٣
٢٠٠٧	١٨٤	٢٢	١٢	١١٦	٢٠	١٧	٦٣	٩١	٥٦٢	١٣٥	٢٤	٤٫٨	٦٫٨	١٤٢
٢٠٠٨	٢٠٤	٢٦	١٣	١٣٢	٢٠	١٥	٦٥	٧٧	٥٦٦	١٣٥	٢٤	٤٫٣	٦٫٨	١٥٨
٢٠٠٩	٢٢٧	٢٩	١٣	١٤٥	٢١	١٤	٦٤	٧٢	٥٧٠	١٣٦	٢٤	٣٫٩	٦٫٥	١٦٧
٢٠١٠	٢٠٩	٣١	١٥	١٥٢	٢٣	١٥	٧٣	٧٤	٥٩٧	١٤٠	٢٣	٣٫٩	٦٫١	١٥٦
٢٠١١	٢٢٣	٣٥	١٦	١٦٩	٢٦	١٥	٧٦	٧٤	٥٩٨	١٤٢	٢٤	٣٫٥	٥٫٥	١٥٧
٢٠١٢	٢٤١	٤٠	١٧	١٨٣	٢٩	١٦	٧٦	٧٣	٧٨٧	١٤٥	١٨	٤٫٣	٥	١١٦
٢٠١٣	٢٤١	٣٤	١٤	٢٠١	٢٩	١٤	٨٣	٨٥	٧١٣	١٤٥	٢٠	٣٫٥	٥	١٤٣
٢٠١٤	٢٦٥	٤٣	١٦	٢١١	٣٠	١٤	٨٠	٧٠	٩٢٧	١٥٠	١٦	٤٫٤	٥	١١٤
٢٠١٥	٢٨١	٤٤	١٦	٢١٢	٣٣	١٦	٧٥	٧٥	٨٨١	١٦٨	١٩	٤٫٢	٥٫١	١٢١
٢٠١٦	٢٨٣	٤٠	١٤	٢٣٤	٣٣	١٤	٨٣	٨٣	٩٦١	١٦٨	١٧	٤٫١	٥٫١	١٢٤
لمتوسط	١٩٥	٢٩	١٥	١٤١	٢٣	١٨	٧١	٨٢	٥٨٦	١٣٦	٢٦	٤٫٢	٦	١٤٣

المصدر: وزارة الزراعة واستصلاح الاراضى،الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعى ،قطاع الشئون الاقتصادية ،نشرة الاحصاءات الزراعية، أعداد متفرقة.

جدول (٢): معادلات الاتجاه الزمنى العام لتطور مساحة المانجو بالجمهورية ومحافظة الشرقية خلال الفترة(٢٠٠١-٢٠١٦).

م	البيان	معادلات الاتجاه الزمنى العام	معدل التغير	R	R^{-2}	F
١	**مساحة المانجو الكلية بالنسبة للجمهورية**	ص^هـ = ٨٦،٠٧٥+١٢،٧٦٣س١هـ (١٥،٧١)** (٢٢،٥٢)**	٦،٥	،٩٨٦	،٩٧١	٥٠٧،٥٠٤**
٢	**مساحة المانجو المثمرة بالنسبة للجمهورية**	ص^هـ = ٤١،٠٥٠+١١،٧٣٧س٢هـ (١٣،٠٦)** (٣٦،١٠)**	٨،٣	،٩٩٥	،٩٨٩	١٣٠٣،٨٩**
٣	**انتاج المانجو بالنسبة للجمهورية**	ص^هـ = ٢٠١،١٧٥+٤٥،٣١٠س٣هـ (٦،٩٨)** (١٥،٢١)**	٧،٧	،٩٧١	،٩٣٩	٢٣١،٤٣٢**
٤	**متوسط انتاج المانجوبالنسبة للجمهورية**	ص^هـ = ٤،٤٤٨ - ٠٢٨،س٤هـ (٢٠،٥٨)** (١،٢٣-)NS	،٧	،٣١٤	،٠٣٤	١،٥٣٠NS
٥	**مساحة المانجو الكلية بالنسبة الشرقية**	ص^هـ = ١٣،٨٢٥ + ١،٨٠٠ س٥هـ (٨،٤٥)** (١٠،٦٤)**	٦،٢	،٩٤٣	،٨٨٢	١١٣،٢٧٥**
٦	**مساحة المانجو المثمرة بالنسبة الشرقية**	ص^هـ = ١٣،٥٢٥ + ١،١٥٩ س٦هـ (١٥،٨٢)** (١٣،١١)**	٥	،٩٦٢	،٩١٩	١٧١،٩٥٢**
٧	**انتاج المانجو بالنسبة الشرقية**	ص^هـ = ١٠٤،٨٥ + ٣،٧٠١ س٧هـ (٢٧،٧٨)** (٩،٤٨)**	٢،٧	،٩٣٠	،٨٥٦	٨٩،٩٣٦**
٨	**متوسط انتاج المانجو بالنسبة الشرقية**	ص^هـ = ٧،٠٣٥ - ١١٢،س٨هـ (٢٦،٦٠)** (٤،٤٥-)**	١،٩	،٧٦٦	،٥٥٧	١٩،٨٣٠**

المصدر:حسبت من بيانات جدول (١) .

(**) :التقدير معنوى إحصايا عند مستوى معنوية٠،٠١ - (NS) :التقديرغير معنوى إحصايا

علما بانFالجدولية عند 0.01 =٨،٥٣

علما بانFالجدولية عند 0.05 =٤،٥٤

علما بان قيمة Tعند 0.01=٢،٦٠٢

علما بان قيمة Tعند 0.05=١،٧٥٣

معدل التغير(%)=(ميل الدالة/ المتوسط الحسابى)×١٠٠

معنوى احصائياعند مستوى معنوية ٠١، بلغ مقداره ١١،٧٣٧الف فدان سنويا ومعدل التغير السنوى يصل الى نحو ٨،٣%من المتوسط السنوى لنفس الفترة كما تبين ان حوالى٩٨%من التغيرات الحادثة للمساحة المثمرة للمانجو بالجمهورية يرجع الى عنصرالزمن ومايمثله من عوامل والباقى ٢%يرجع الى عوامل آخرى غير مدروسة.

ومن العلاقات السابقة تبين أن معدل تطور المساحات الكلية للمانجو بالجمهورية أعلى من معدل تطور المساحات المثمرة للمانجو بالجمهورية ومعدل التغير فى المساحات المثمرة أعلى من معدل التغيرفى المساحات الكلية .

❖ **تطورانتاج المانجو بالجمهوريةخلال الفترة(٢٠٠١-٢٠١٦):**

يتضح من الجدول (١) ان المتوسط السنوى لانتاج المانجو فى جمهورية مصر العربية قد بلغ نحو٥٨٦ألف طن وانه تراوح بين حد أدنى بلغ نحو٢٦٤ألف طن عام ٢٠٠١وحد أقصى بلغ نحو٩٦١ألف طن عام ٢٠١٦ بزيادة قدرها٦٩٧ألف طن وبنسبة زيادة قدرها ٢٦٤% .

وتشيردراسة الاتجاه الزمنى لانتاج المانجو بالجمهورية خلال فترة الدراسة (٢٠٠١-٢٠١٦) انها تاخذالاتجاه الزمنى المتزايد فى الجدول(2)معادلة رقم (٣)وهى توضح ارتفاع انتاج المانجو بمعدل متزايد معنوى احصائياعند مستوى معنوية ٠١، بلغ مقداره ٤٥،٣١٠ الف طن سنويا ومعدل التغير السنوى يصل الى نحو٧،٧%من المتوسط السنوى لنفس الفترة كما تبين ان حوالى٩٣%من التغيرات الحادثة لانتاج المانجو بالجمهورية يرجع الى عنصرالزمن ومايمثله من عوامل والباقى ٧%يرجع الى عوامل آخرى غير مدروسة.

ومن العلاقات السابقة تبين أن معدل إنتاج المانجو بالجمهورية أعلى من معدل تطور المساحةالمثمرة للمانجو بالجمهورية حيث تمثل نسبة الزيادة فى الانتاج٢٦٤%خلال فترة الدراسة بينما تمثل نسبة الزيادة فى المساحة المثمرة ٢٥٤% خلال فترة الدراسة.

❖ **تطورالانتاجية الفدانية للمانجو بالجمهورية خلال الفترة (٢٠٠١-٢٠١٦)**:

يتضح من الجدول(١) ان المتوسط السنوى للانتاجية الفدانية للمانجو فى جمهورية مصر العربية قد بلغ نحو٤،٢ طن/ فدان وانه تراوح بين حد أدنى بلغ نحو٣،٥طن/فدان عام ٢٠١١،٢٠١٣وحد أقصى بلغ نحو٥،١طن/فدان عام بزيادة مقداره١،طن/ فدان ونسبة زيادة قدرها ٢،٥% .

وتشيردراسة الاتجاه الزمنى للانتاجية الفدانية للمانجو بالجمهورية خلال فترة الدراسة (٢٠٠١-٢٠١٦) انها تاخذالاتجاه الزمنى المتناقص فى الجدول(٢) معادلة رقم (٤) وهى توضح تناقص متوسط انتاج المانجو بمعدل سنوى غيرمعنوى احصائيا بلغ مقداره ٠٢٨،طن/فدان سنويا ومعدل التغير السنوى يصل الى نحو ٧،%من المتوسط السنوى لنفس الفترة كما تبين ان حوالى٣،٤%من التغيرات الحادثة لمتوسط انتاج المانجو بالجمهورية يرجع الى عنصرالزمن ومايمثله من عوامل والباقى ٩٦،٦%يرجع الى عوامل آخرى غير مدروسة.

❖ **تطورالمساحة الكلية للمانجو بالشرقية خلال الفترة (٢٠٠١-٢٠١٦):**

يتضح من الجدول (١) ان المتوسط السنوى للمساحة الكلية للمانجو فى محافظة الشرقية قد بلغ نحو٢٩الف فدان وانه تراوح بين حد أدنى بلغ نحو٢٠ألف فدان عام ٢٠٠١وحد أقصى بلغ ٤٠ألف فدان عام ٢٠١٦ بزيادة قدرها ٢٠ الف فدان وبنسبة زيادة قدرها١٠٠%.

وتشيردراسة الاتجاه الزمنى العام للمساحة الكلية للمانجوبالشرقية خلال فترة الدراسة (٢٠٠١-٢٠١٦) انها تاخذالاتجاه الزمنى المتزايد فى الجدول(٢) معادلة رقم (٥) وهى توضح ارتفاع مساحة المانجو الكلية بمعدل متزايد معنوى احصائياعند مستوى معنوية ٠١، بلغ مقداره ١،٨٠٠الف فدان سنويا ومعدل التغير السنوى يصل الى نحو ٦،٢%من المتوسط السنوى لنفس الفترة كما تبين ان حوالى٨٨%من التغيرات الحادثة للمساحة الكلية للمانجو بالشرقية يرجع الى عنصرالزمن ومايمثله من عوامل والباقى ١٢%يرجع الى عوامل آخرى غير مدروسة.

❖ **تطورالمساحة المثمرة للمانجو بالشرقية خلال الفترة (٢٠٠١-٢٠١٦):**

يتضح من الجدول(١) ان المتوسط السنوى للمساحة المنزرعة بالمانجو فى محافظة الشرقية قد بلغ نحو٢٣الف فدان وانه تراوح بين حد أدنى بلغ نحو١٦ألف فدان عام ٢٠٠١وحد أقصى بلغ ٣٣ألف فدان عام ٢٠١٦ بزيادة قدرها ١٧ الف فدان وبنسبة زيادة قدرها١٠٦%.

وتشيردراسة الاتجاه الزمنى العام للمساحة المثمرة للمانجوبالشرقية خلال فترة الدراسة (٢٠٠١-٢٠١٦) انها تاخذالاتجاه الزمنى المتزايد فى الجدول(2) معادلة رقم (٦) وهى توضح ارتفاع مساحة المانجوالمثمرة بمعدل متزايد معنوى احصائياعند مستوى معنوية ٠١، بلغ مقداره ١،١٥٩الف فدان سنويا ومعدل التغير السنوى يصل الى نحو ٥%من المتوسط السنوى لنفس الفترة كما تبين ان حوالى٩١%من التغيرات الحادثة للمساحة المثمرة للمانجو بالشرقية يرجع الى عنصرالزمن ومايمثله من عوامل والباقى ٩%يرجع الى عوامل آخرى غير مدروسة.

ومن العلاقات السابقة تبين أن معدل تطور المساحات الكلية للمانجو بالشرقية أعلى من معدل تطور المساحات المثمرة للمانجو بالشرقية ومعدل التغير فى المساحات الكلية أعلى من معدل التغيرفى المساحات المثمرة .

❖ **تطورانتاج المانجو بالشرقية خلال الفترة (٢٠٠١-٢٠١٦):**

يتضح من الجدول (١) ان المتوسط السنوى للمساحة المنزرعة بالمانجو فى محافظة الشرقية قد بلغ نحو١٣٦الف طن وانه تراوح بين حد أدنى بلغ نحو٩٧الف طن

عام ٢٠٠١وحد أقصى بلغ ١٦٨الف طن عام ٢٠١٦ بزيادة قدرها ٧١الف طن وبنسبة زيادة قدرها ٧٣% .

وتشيردراسة الاتجاه الزمنى العام لانتاج المانجو بالشرقية خلال فترة الدراسة (٢٠٠١-٢٠١٦) انها تاخذالاتجاه الزمنى المتزايد فى الجدول(2)معادلة رقم (٧) وهى توضح ارتفاع انتاج المانجو بمعدل متزايد معنوى احصائياعند مستوى معنوية ٠١، بلغ مقداره ٣،٧٠١الف طن سنويا ومعدل التغير السنوى يصل الى نحو ٢،٧%من المتوسط السنوى لنفس الفترة كما تبين ان حوالى٨٥%من التغيرات الحادثة لانتاج المانجو بالشرقية يرجع الى عنصرالزمن ومايمثله من عوامل والباقى ١٥%يرجع الى عوامل آخرى غير مدروسة،

ومن العلاقات السابقة تبين أن معدل تطور المساحةالمثمرة للمانجو بالشرقية أعلى من معدل تطور إنتاج المانجو بالشرقية حيث تمثل نسبة الزيادة فى المساحةالمثمرة ١٠٦% خلال فترة الدراسة بينما تمثل نسبة الزيادة فى إنتاج المانجو ٧٣% خلال فترة الدراسة ويتضح من ذلك انخفاض متوسط انتاج فدان المانجو بالشرقية.

❖ **تطورالانتاجية الفدانية للمانجو بالشرقية خلال الفترة (٢٠٠١-٢٠١٦):**

يتضح من الجدول (١) ان المتوسط السنوى لمتوسط انتاج المانجو فى محافظة الشرقية قد بلغ نحو٦طن/فدان وانه تراوح بين حد أدنى بلغ نحو٥طن/فدان عام ٢٠١٢،٢٠١٣،٢٠١٤وحد أقصى بلغ ٦،٨طن/فدان عام ٢٠٠٣ وان متوسط انتاج المانجو يتناقص من نحو٦،١طن/ فدان عام٢٠٠١الى نحو٥،١طن/ فدان عام٢٠١٦بمقدار١طن/ فدان .

وتشيردراسة الاتجاه الزمنى للانتاجية الفدانية للمانجو بالشرقية خلال فترة الدراسة (٢٠٠١-٢٠١٦) انها تاخذالاتجاه الزمنى المتناقص فى الجدول(٢) معادلة رقم (٨) وهى توضح تناقص متوسط انتاج المانجو بمعدل سنوى معنوى احصائيا بلغ مقداره١١٢،طن/فدان سنويا ومعدل التغير السنوى يصل الى نحو ١،٩%من المتوسط السنوى لنفس الفترة كما تبين ان حوالى٥٥%من التغيرات الحادثة لمتوسط انتاج المانجو بالشرقية يرجع الى عنصرالزمن ومايمثله من عوامل والباقى ٤٥%يرجع الى عوامل آخرى غير مدروسة .

عينة الوسطاء المتعاملين مع محصول المانجو :-

يعتبر التجار(الوسطاء) على اختلاف انواعهم بمثابة الهيئات التسويقية ،فيقوم عملهم على اداء مختلف العمليات التسويقية اللازمة لانتقال السلع والمنتجات الزراعية من منتجها الاول الى مستهلكها النهائى ، ولكى تتم دراسة أنواع الوسطاء الذين يقومون بمعظم العمليات التسويقية للمانجو تم عمل عينة ميدانية بلغت٤٢٠ مشاهدة لمجموعة من

الوسطاء بحيث تشتمل هذه العينة على كافة أنواع الوسطاء(تجار الجملة ، القمسيونجية ،تجار التجزئة) من مراكزالصالحية الجديدة ،ابوحماد ،فاقوس ،الزقازيق كما هو موضح بجدول (٣) حيث تبين من الجدول ان اجمالى عينة التجار بمنطقة الصالحية الجديدة بلغ ٥٠مشاهدة وتمثل نحو ١٢% من اجمالى العينة موزعة كالاتى ٧ ، ٣ ، ٤٠ لتجار الجملة والقمسيونجية ،تجار التجزئة على الترتيب،كما اوضح ان اجمالى عينة التجار بمنطقة ابوحماد بلغ ٩٠مشاهدة وتمثل نحو ٢١،٤% من اجمالى العينة موزعة كالاتى ٢٠ ، ١٠ ، ٦٠ لتجار الجملة والقمسيونجية ،تجار التجزئة على الترتيب، كما بلغ اجمالى عينة التجار بمنطقة فاقوس ١٣٠مشاهدة وتمثل نحو ٣٠،٩% من اجمالى العينة موزعة كالاتى ٣٥ ، ٢٥ ، ٧٠ لتجار الجملة والقمسيونجية ،تجار التجزئة على الترتيب ، اما فيما يتعلق بمركز الزقازيق فبلغت اجمالى عينة التجار ١٥٠مشاهدة وتمثل نحو ٣٥،٧% من اجمالى العينة موزعة كالاتى ٢٠ ، ١٥ ، ١١٥ لتجار الجملة والقمسيونجية ،تجار التجزئة على الترتيب،واوضح الجدول ان اجمالى عينة تجار الجملة بمراكزالدراسة بلغ نحو٨٢ مشاهدة بينما بلغ اجمالى تجار العمولة (القمسيونجية) وتجار التجزئة ٥٣ ، ٢٨٥ على الترتيب.

جدول(٣): توزيع اعداد التجار المبحوثين فى عينة الدراسة الميدانية بمحافظة الشرقية.

المركزالادارى	التجار (الوسطاء)			اجمالى المركز	%
	تجار الجملة	تجار عمولة (قمسيونجية)	تجار تجزئة		
الصالحية الجديدة	٧	٣	٤٠	٥٠	١٢
ابوحماد	٢٠	١٠	٦٠	٩٠	٢١،٤
فاقوس	٣٥	٢٥	٧٠	١٣٠	٣٠،٩
الزقازيق	٢٠	١٥	١١٥	١٥٠	٣٥،٧
اجمالى العينة	**٨٢**	**٥٣**	**٢٨٥**	**٤٢٠**	**١٠٠**

المصدر:جمعت وحسبت من عينة الدراسة الميدانية للموسم الزراعى ٢٠١٨/٢٠١٩.

ثانيا:- انواع الوسطاء الذين يتعاملون فى تسويق المانجو بعينة الدراسة.

١. **الوسـطاء التجـار:** وهم الذين تنتقل اليهم ملكية السلع والمنتجات الزراعية أثناء ممارستهم لأنشطتهم ومن ثم يتحملون المخاطر أثناء حوزتها وقبل بيعها إلى غيرهم، أي أنهم يشترون السلعة ثم يبيعونها من أجل الحصول على الربح ويوجد العديد من الوسطاء التجار مثل تجار الجملة وتجار نصف الجملة وتجار التجزئة والمصدرين والمستوردين.

١،١. **تجار الجملة:** وهم الذين عادة ما يشترون من المنتجين ويبيعون إلى تجار التجزئة او إلى المصنعين وغالبا ما يقومون بنشاطهم في اسواق الجملة او فى وكالات

لتجار الجملة منتشرة فى مراكز محافظة الشرقية ويقوم هؤلاء التجار بتصريف المانجو وذلك عن طريق شراء المحصول من المنتجين وبيعها الى تجار التجزئة.

١-٢. **تجارنصف الجملة** وعادة ما يشترون من تجار الجملة ويبيعون إلى تجار التجزئة أو المطاعم أو المستشفيات وما شابهها ونجد هذه الفئة تكاد تكون منعدمة فى مركزى فاقوس وابوحماد وذلك بسبب قرب مناطق الانتاج من الاسواق المحلية للمانجو.

١-٣ . **تجار التجزئة** وهم الذين يبيعون إلى المستهلك النهائي ويلاحظ أن تجار التجزئة ينتشرون أينما يوجد المستهلك ولذلك يكون عددهم كبيراً جداً لانهم يبيعون بالتجزئة (بالمفرد) فعادة تبقى السلعة في حوزتهم مدة طويلة نسبياً حتى يتم تصريفها ومن ثم تكون مخاطرهم عالية وتزداد لديهم نسبة الفاقد والتالف من محصول المانجو.

١-٤. **المصدرون والمستوردون :**هم التجارالذين يتعاملون مع الأسواق الخارجية من خلال التصدير والاستيراد فيحصلون على معظم احتياجهم من المزارعين مباشرة بدون اى وسيط.

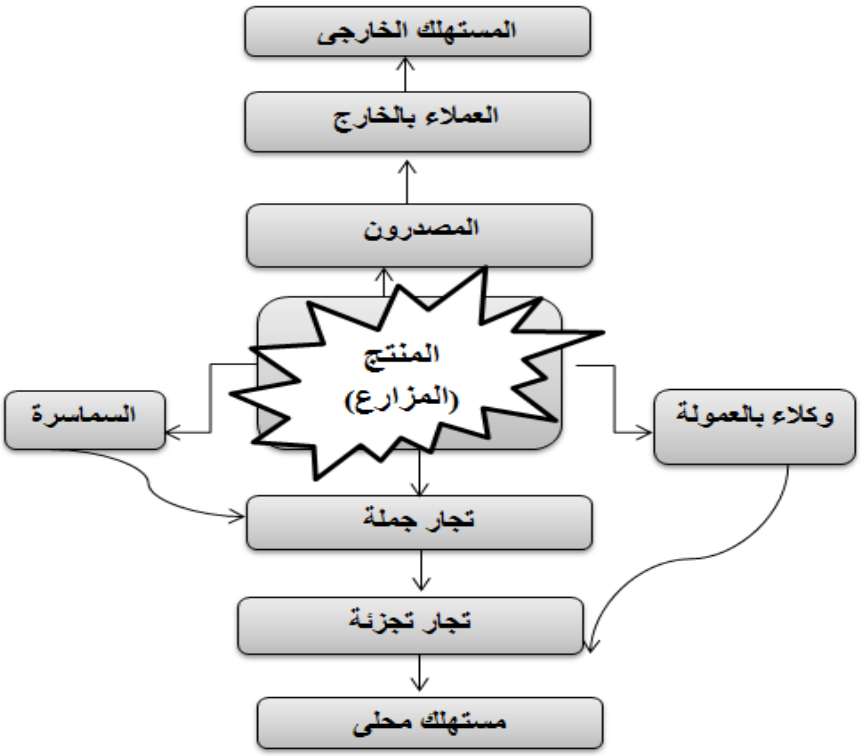
٢- **الوسطاء الوكلاء** :وهم يختلفون عن الوسطاء التجار من حيث تملك السلعة وتحمل المخاطرة فنجد الوسطاء الوكلاء على اختلاف انواعهم لاتنتقل اليهم ملكية السلعة المسوقة، وبذلك فهم لايتحملون أي مخاطر تسويقية ومن ثم يحصلوا على أجورهم في شكل عمولة نظير قيامهم بنشاطهم حيث يعملون كممثلين أو وكلاء لعملائهم في اتمام الصفقات، ويمكن تقسيمهم إلى نوعين رئيسيين وكلاء عمولة وسماسرة.

٢-١. **وكلاء العمولة (القمسيونجية):** وهم الذين يقومون بعمليات الشراء والبيع والتحصيل واتمام الصفقات نيابة عن موكليهم بحرية تامة فمثلاً حينما يرسل المنتج المحصول إلى وكيل العمولة فان هذا الوكيل يقوم ببيع هذاالمحصول ويعطي القيمة لصاحبها بعد خصم عمولته من الثمن بنسبة معينه متعارف عليها حوالى (١٠-١٥%)في معظم الحالات.

٢-٢. **السماسرة :**وهم الذين ينحصر نشاطهم في التقريب بين وجهتي نظرالبائع والمشتري إلى ان تتم الصفقة، ومن ثم فهم ليست لهم حرية التصرف في السلعة مثل وكلاء العمولة كما أنهم ليست لهم حرية كبيرة في مناقشة الأسعار ويحصلون على أجور يتفق عليها مع البائع أو المشتري، فمنهم من يركز نشاطه في عمليات البيع ويسمون سماسرة بيع ومنهم من يركز نشاطه في عمليات الشراء ويسمون سماسرة شراء ومنهم من يجمع بين العمليتين في آن واحد.

ثالثا:- مسار تدفق المانجو عبر الوسطاء.

يتضح من الشكل (١) ان مسار الرحلة التى تسلكها السلعة من المزرعة حتى تصل الى المستهلك النهائى تمر بعدد من الوسطاء (التجار المسوقون للسلعة) لذلك اهتم البحث بمعرفة مراحل تدرج السلعة ، حيث اوضح البحث ان المنتج الزراعى للمانجو يقوم بتصريف انتاجه عبر اربعه منافذ وهى تاجر الجملة، وكلاء بالعمولة (القمسيونجيه) ،السماسرة،محطات التصدير(المصدرون)، حيث يقوم بعض المنتجين بالاتفاق مع تاجر



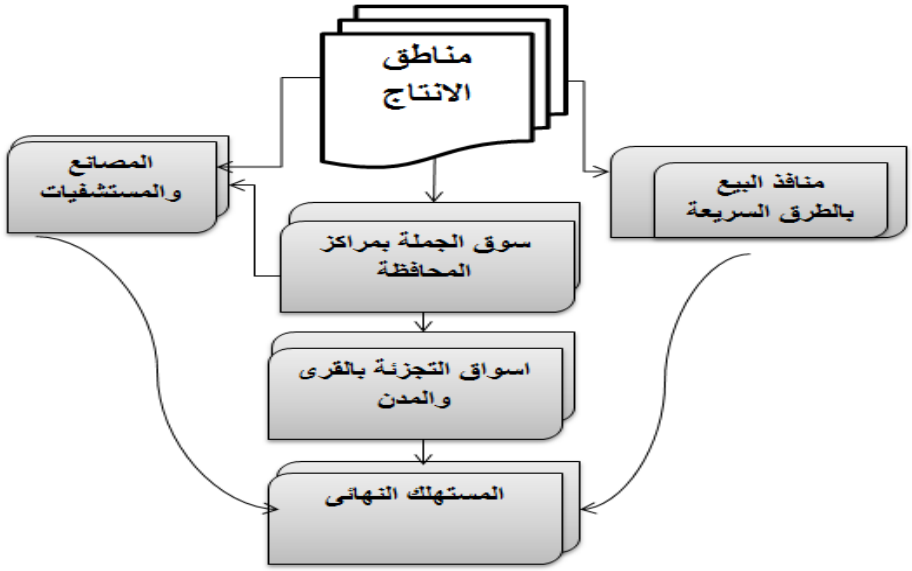
شكل (١): رسم توضيحى لمسار تدفق المانجو من المنتج الى المستهلك النهائى مرورا بالوسطاء

الجملة على اسلوب البيع سواء اكان بالكلاله او بالتعاقد وسعر الشراء وذلك بعد معاينة المزرعة ،ويقوم تاجر الجملة بتحمل نفقات التعبئة والعبوات والنقل ومن ثم يقوم تاجر الجملة ببيع المحصول الى تجار التجزئة الذى بدوره يقوم بتوصيل وبيع السلعة الى المستهلك النهائى،اما عن المنفذ الثانى فيقوم بعض المنتجين ببيع انتاجهم الى القمسيونجية مقابل عمولة متفق عليها ويتحمل المنتج فى هذه الحالة نفقات التعبئة والعبوات والنقل

،ويتمركز دور القمسيونجية فى بيع السلعة الى تجار التجزئة حتى تصل الى المستهلك النهائى،اما عن المنفذ الثالث وهم السماسرة فيلجأ اليها المنتجين للحصول على مشترين لبيع انتاجهم مقابل اجر يتفق عليه مع البائع والمشترى ،اما المنفذ الرابع فهو يتمركز حول محطات التصدير حيث تقوم المحطات بالاتفاق مع المنتجين بعد معاينة المزرعة والتاكد من مطابقتها للمواصفات المطلوبة وتقوم المحطة بتحمل تكاليف الجمع والتعبئة والعبوات والنقل الى ان يصل الانتاج الى المحطة وتقوم عليها ببعض الوظائف التسويقية حتى تكون جاهزه لتسليمها الى العملاء بالخارج (المستوردين)حتى ان تصل الى المستهلك الخارجى.

رابعا :- مسارات المانجوداخل الاسواق بمحافظة الشرقية .

تتعدد اماكن تواجد السلع ومنافذ بيعها بمحافظة الشرقية حيث اوضح الشكل (٢) مسار تدفق المانجو داخل الاسواق ،فكانت للسلعة ثلاث منافذ للتواجد بها بعد الانتهاء من مرحلة الانتاج وهم كالاتى سوق الجملة بالمركز، المصانع والمستشفيات ،منافذ البيع



شكل (٢): رسم توضيحى لمسار تدفق المانجو داخل الاسواق

بالطرق السريعة ،حيث نجد انتشار لأسواق الجملة بالمحافظة حيث تشكل حلقة وصل بين مراكز الانتاج واسواق التجزئة بالقرى والمدن بالمحافظة التى بدورها تقوم بتوصيل السلعة الى المستهلك النهائى،اما بالنسبة الى المنفذ الثانى الذى يتمثل فى المصانع والمستشفيات فتقوم بالحصول على السلعة من اماكن انتاجها او من خلال اسواق الجملة

بالمراكز حتى تصل الى المنتج أو المستهلك النهائى،ونلاحظ ايضا تواجد أعداد كبيرة من منافذ البيع بالطرق السريعة داخل المحافظة وتكون قريبة من أماكن الانتاج وتقوم بتوصيل السلعة من أماكن انتاجها الى المستهلك النهائى.

متوسط اسعار البيع والشراء لوسطاء المانجو بعينة الدراسة الميدانية.

يتضح من الجدول رقم (٤) ان متوسط سعر شراء تاجر الجملة للمانجو من المنتجين بمنطقة الصالحية الجديدة بلغ ١٩٩٠٠ جنيه/طن ، اما فيما يتعلق بمركز ابوحماد وفاقوس والزقازيق فبلغ سعر الشراء ١٦٥٠٠ ، ١٣٥٢٠، ١٥٨٠٠ جنيه/طن على الترتيب.

كما يتضح من الجدول سالف الذكر ان متوسط سعر بيع تاجر الجملة للمانجو الى تجار التجزئة بمنطقة الصالحية الجديدة بلغ ٢١٩٠٠ جنيه/ طن ، اما فيما يتعلق بمركز ابوحماد وفاقوس والزقازيق فبلغ سعر البيع ١٨٤٠٠ ، ١٥٥٦٠ ، ١٧٦٩٠ جنيه/طن على الترتيب.

كما اوضح الجدول سالف الذكر ان تجار العمولة (القمسيونجية) هم الذين يقومون بعمليات الشراء والبيع والتحصيل واتمام الصفقات نيابة عن موكليهم بحرية تامة حيث يقوم الوكيل ببيع المحصول ويعطي القيمة لصاحبها بعد خصم عمولته من الثمن بنسبة معينه متعارف عليها وتختلف النسبة من مركز لاخر تبعا لسهولة عمليات البيع والشراءفبلغت قيمة العمولة بمركز الصالحية الجديدة ١٥% ،١٢% لمركز ابوحماد ،اما فيما يتعلق بمركز فاقوس والزقازيق فبلغت١٥% ، ١٤% على الترتيب.

كما بين الجدول سالف الذكر ان متوسط سعر بيع تاجر التجزئة للمانجو الى المستهلك النهائى بمنطقة الصالحية الجديدة بلغ ٢٤٨٠٠ جنيه/طن، اما فيما يتعلق بمركز ابوحماد وفاقوس والزقازيق فبلغ سعر البيع ٢١٢٩٩ ، ١٨٤٦٠ ، ٢٠٦٩٠ جنيه/طن على الترتيب.

الهوامش التسويقية للمانجوللموسم الزراعى٢٠١٨/٢٠١٩.

حيث يتضمن الجدول رقم (٥) الهوامش التسويقية للمانجو ونصيب كلا من المزارع والوسطاء وتجار الجملة والتجزئة فى كلا من مراكز عينة الدراسة حيث بلغت الهوامش التسويقية للمانجو بمنطقة الصالحية الجديدة٤٩٠٠ جنيه/طن ،بينما بلغت الهوامش التسويقية بمنطقة ابوحماد وفاقوس ،الزقازيق٤٧٩٩ ، ٤٩٤٠ ،٤٨٩٠ جنيه/طن على الترتيب،كما تبين من الجدول سالف الذكر ان نصيب المزارع بمنطقة

جدول(٤): متوسط اسعار البيع والشراء لوسطاء المانجو بعينة الدراسة الميدانية (جنيه/طن).

المركز	الصنف	تاجر الجملة		تاجر العمولة (القمسيونجية)	تاجر التجزئة	
		سعر الشراء	سعر البيع		سعر الشراء	سعر البيع
الصالحية الجديدة	المانجو	١٩٩٠٠	٢١٩٠٠	يتم بيع المحصول مقابل ١٥% عمولة	٢١٩٠٠	٢٤٨٠٠
ابوحماد	المانجو	١٦٥٠٠	١٨٤٠٠	يتم بيع المحصول مقابل ١٢% عمولة	١٨٤٠٠	٢١٢٩٩
فاقوس	المانجو	١٣٥٢٠	١٥٥٦٠	يتم بيع المحصول مقابل ١٥% عمولة	١٥٥٦٠	١٨٤٦٠
الزقازيق	المانجو	١٥٨٠٠	١٧٦٩٠	يتم بيع المحصول مقابل ١٤% عمولة	١٧٦٩٠	٢٠٦٩٠

المصدر:جمعت وحسبت من بيانات استمارات الاستبيان للوسطاء للموسم الزراعى٢٠١٨/٢٠١٩.

الصالحية الجديدة لصنف المانجو بلغ ٨٠،٢٤% بينما بلغ نصيب المزارع بمنطقة ابوحماد وفاقوس والزقازيق٧٧،٤٧ ، ٧٣،٢٤% ،٧٦،٣٧% على الترتيب، واشارالجدول سالف الذكرالى ان نصيب الوسطاء بمنطقة الصالحية الجديدة لصنف المانجو بلغ ١٩،٧٦% ،بينما بلغ نصيب الوسطاء بمنطقة ابوحماد وفاقوس والزقازيق ٢٢،٥٣% ، ٢٦،٧٦% ،٢٣،٦٣% على الترتيب ، كما اوضح الجدول سالف الذكر ان نصيب تاجر الجملة بمنطقة الصالحية الجديدة لصنف المانجو بلغ ٨،٠٦% بينما بلغ نصيب تاجر الجملة بمنطقة ابوحماد وفاقوس والزقازيق ٨،٩٢% ، ١١،٠٥% ، ٩،١٣% على الترتيب ، واشارالجدول سالف الذكرالى ان نصيب تاجر التجزئة بمنطقة الصالحية الجديدة لصنف المانجو بلغ ١١،٦٩% ،بينما بلغ نصيب تاجر التجزئة بمنطقة ابوحماد وفاقوس والزقازيق ١٣،٦١% ، ١٤،٥٠،٧١،١٥% على الترتيب.

الكفاءة التسويقية للمانجو فى حالة البيع بالكلالة.

حيث يتضح من الجدول رقم (٦) ان الكفاءة التسويقية للمانجو فى حالة البيع بنظام الكلالة بمنطقة الصالحية الجديدة بلغت ٧٥% ،بينما بلغت الكفاءة التسويقية للمانجو بمركز فاقوس ٧٠%،اما فيما يتعلق بالكفاءة العملية فبلغت المانجو بمنطقة الصالحية الجديدة ٢٤،٩% اما فيما يخص منطقة فاقوس فبلغت الكفاءة العملية للمانجو٢٩% ، واخيرا بلغت الكفاءة السعرية للمانجو بمنطقة الصالحية الجديدة٧٩% اما فيما يخص منطقة فاقوس فبلغت الكفاءة السعرية ٧٠،٥%.

جدول (٥):الهوامش التسويقية للمانجو عينة الدراسة للموسم الزراعى٢٠١٨/٢٠١٩ (جنيه / طن).

المركز	(١)الهوامش التسويقية	(٢)نصيب المزارع %	(٣)نصيب الوسطاء %	(٤)نصيب تاجر الجملة %	(٥)نصيب تاجر التجزئة %
الصالحية الجديدة	٤٩٠٠	٨٠,٢٤	١٩,٧٦	٨,٠٦	١١,٦٩
ابوحماد	٤٧٩٩	٧٧,٤٧	٢٢,٥٣	٨,٩٢	١٣,٦١
فاقوس	٤٩٤٠	٧٣,٢٤	٢٦,٧٦	١١,٠٥	١٥,٧١
الزقازيق	٤٨٩٠	٧٦,٣٧	٢٣,٦٣	٩,١٣	١٤,٥٠

المصدر:جمعت وحسبت من بيانات استمارة الاستبيان للموسم الزراعى ٢٠١٨/ ٢٠١٩.

(١)الهوامش التسويقية =سعر المستهلك – سعر المزرعة (٢)نصيب المزارع% = $\frac{\text{سعر المزرعة}}{\text{سعر المستهلك}} \times ١٠٠$

(٣)نصيب الوسطاء% = $\frac{\text{سعر المستهلك – سعر المزرعة}}{\text{سعر المستهلك}} \times ١٠٠$

(٤)نصيب تاجر الجملة% = $\frac{\text{سعر شراءتاجر التجزئة –سعر شراءتاجرالجملة}}{\text{سعر المستهلك}} \times ١٠٠$

(٥)نصيب تاجر التجزئة% = $\frac{\text{سعر المستهلك –سعر شراءتاجرالتجزئة}}{\text{سعر المستهلك}} \times ١٠٠$

جدول(٦): الكفاءة التسويقية للمانجو فى حالة البيع بالكلالة. (جنيه/طن)

المركز	الصنف	(١)التكاليف الانتاجية للطن	(٢)تكاليف التسويقية للطن	(٣)الكفاءة التسويقية %	(٤)الكفاءة العملية %	(٥)الكفاءة السعرية %
الصالحية الجديدة	المانجو	٣٧٢٤	١٢٣٧	٧٥	٢٤،٩	٧٩
فاقوس	المانجو	٣٨٤٥	١٥٨٥،٢	٧٠	٢٩	٧٠،٥

المصدر:جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية.

(١)تكاليف انتاجية للطن= التكاليف الكلية للفدان ÷ متوسط انتاج الفدان

(٢)تكاليف التسويقية الكلية = اجمالى التكاليف الثابتة + اجمالى التكاليف المتغيرة

(٣)الكفاءة التسويقية [١] = $١٠٠ - \frac{\text{التكاليف التسويقية}}{\text{التكاليف التسويقية+التكاليف الانتاجية}} \times ١٠٠$

(٤)الكفاءة العملية= $\frac{\text{التكاليف التسويقية}}{\text{التكاليف التسويقية+التكاليف الانتاجية}} \times ١٠٠$

(٥)الكفاءة السعرية= $١٠٠ - \frac{\text{التكاليف الكلية}}{\text{سعربيع المستهلك}} \times ١٠٠$

[١] فكرى سعد الدسوقى (دكتور)، **"أساسيات التسويق الزراعى"** ، كتاب ، جامعة الزقازيق(٢٠٠١) .

الملخص

يهدف البحث إلي تتبع اهم المسالك التسويقية لمحصول المانجو بمحافظة الشرقية من خلال أهم المسالك التسويقية والمتعاملين فى المانجو داخل السوق المحلى حتى المستهلك النهائى،كما اوضحت الدراسة اهم النتائج التى توصلت اليها وتتمثل فى زيادة المساحة المثمرة والانتاج للمانجو بالجمهورية ومحافظة الشرقية ، كما بينت الدراسة استخدام اغلب المنتجين لاسلوب الكلاله فى البيع بنسبة٦٦% والباقى لاسلوب العمولة بنسبة٤٤% كما يتم تحديد سعر المحصول بناء على العرض والطلب فى المقام الاول يليه عدد الثمار بالشجرة.

كما بينت الدراسة مسار تدفق المانجو عبر المسالك التسويقية، حيث نجد ان اماكن الانتاج بمحافظة الشرقية تتضمن المنتجين الذين بدورهم يقومون بتصريف انتاجهم الى تجار الجملة، وكلاء بالعمولة(القمسيونجية)،سماسرة،وكلاء المصانع،المصدرين،تجار التجزئه،لتنتقل السلعة من اماكن انتاجها الى اسواق الجملة بالمراكز،المصانع،الميناء ،منافذ البيع بالطرق السريعة،حيث توجد فى اسواق الجملة حركة من البيع والشراء بين تجار الجملة ،القمسيونجية ،السماسرة وبين تجار التجزئة الذين بدورهم يقومون بإيصال السلعة الى اسواق التجزئة بالقرى والمدن حتى تصل الى المستهلك النهائى،اما بالنسبة الى المصدرين والتصدير الخارجى فيقوم المصدرين بارسال السلعة الى العملاء بالخارج(المستوردين)حتى تصل السلعة الى المستهلك الخارجى ، وفى ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج فإنها توصى بالآتي إنشاء وتنمية وحدات تنظيمية إرشادية تكون مهمتها تعريف الزراع بالتوقعات السعرية ومسالك التسويق ذات الربحية العالية ومساعدة الزراع على اتخاذ القرارات المزرعية المتعلقة بالإنتاج والتسويق ابتداء من اختيار المحصول وحتى البيع والتخزين والاستهلاك.

المراجع:

١. عادل محمد مصطفى(دكتور) ،محمود أبوزيد صالح(دكتور) ،شعبان عبد الجيد عبد المؤمن(دكتور) ،محمد محمود عبد المحسن(دكتور)"**تحليل التركيب السوقى بسوق العبور و ٦ أكتوبر و التغيرات الشهرية للكميات الواردة إليها والاسعار من الخضر والفاكهة** "،المجلة المصرية للاقتصاد الزراعى ،المجلد١٩ ،العدد الثانى ،يونيو(٢٠٠٩).

٢. عادل محمد مصطفى(دكتور) ،وأخرون" **المشكلات والمعوقات التى تتعلق بالخدمات التسويقية لأهم المحاصيل البستانية التصديرية المصرية ووسائل التغلب عليها** "،المجلة المصرية للاقتصاد الزراعى،المجلد العشرون، العدد الأول،مارس(٢٠١٠).
٣. عاصم كريم عبد الحميد(دكتور) **"دراسة اقتصادية لواقع انتاج وتسويق أهم محاصيل الفاكهة فى جمهورية مصر العربية"** المجلة المصرية للإقتصاد الزراعى ، المجلد الرابع عشر ،العدد الثالث،ستمبر(٢٠٠٤).
٤. فكرى سعد الدسوقى (دكتور)، **"أساسيات التسويق الزراعى"** ، كتاب ، جامعة الزقازيق(٢٠٠١) .
٥. محمد حسام ابراهيم**"واقع التجارة الداخلية المصرية للحاصلات البستانية دراسة عن اسواق الجملة"**، الجمعية المصرية للاقتصاديين الزراعين،المؤتمر التاسع للاقتصاديين الزراعيين ،٢٦،٢٧سبتمبر(٢٠٠١).
٦. محمد كامل ريحان(دكتور)**"نماذج استجابات العرض لأهم محاصيل الخضر والفاكهة المصرية"** ،الندوة القومية للسياسات الزراعية وإستصلاح الأراضى ،منظمة الأغذية الزراعية ،للأمم المتحدة ،قاعة المؤتمرات بمبنى العلآقات الزراعية الخارجية ،يناير (١٩٩٢).
٧. مديرية الزراعة بالشرقية،الإدارة العامة للشئون الزراعية ،إدارةالإحصاء،قسم البساتين،سجلات رسمية،بيانات ثانويةغير منشورة.
٨. وزارة الزراعة واستصلاح الاراضى،قطاع الشئون الاقتصادية،الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعى،النشرة السنوية للإقتصاد الزراعى، أعداد متفرقة.

THE MOST IMPORTANT MARKETING ROUTES FOR MANGO IN SHARKIA GOVERNORATE

Nourhan S. Tantawy ; A.M. Abou Rous ; I.Y. Ismail and F.S. EI Desoky
Department of Agric. Economics, Faculty of Tech.& Develop., Zagazig Univer., Egypt

ABSTRACT

The research aims to trace the most important marketing pathways for mango crop in Sharkia Governorate through the most important marketing channels and the mango dealers within the local market to the

end consumer, The study also showed the most important results which were reached by increasing the productive area and production of Mango in the Republic and Sharkia Governorate.

Producers of the sales method by 66% and the rest of the commission method by 44% and the price of the crop is determined based on supply and demand in the first place followed by the number of fruits in the tree, and the study showed the flow of mango through marketing channels, where We find that the production places in Sharkia Governorate include producers who in turn manage their production to wholesalers, commission agents, brokers, factory agents, exporters, retailers, to move the goods from their production places to wholesale markets in factories.

In the wholesale markets there is a movement of buying and selling among wholesalers, Qamsiongia, brokers and retailers, who in turn deliver the commodity to the retail markets of villages and cities until they reach the final consumer, As for the exporters and exporters.

The commodity is sent to the overseas customers (importers) so that the commodity reaches the external consumer.

In the light of the results of the study, it recommends the establishment and development of organizational units that will identify farmers with high price expectations and marketing channels and help farmers to make agricultural decisions related to production, Marketing from crop selection to sales, storage and consumption,

Key words: Marketing Path, Sharkia Governorate, Mango