

اقتصاديات أهم النباتات الطبية والعطرية فى مصر

د/ ليلى مصطفى الشريف
المركز القومي للبحوث

د/ هيثم بيومي علي حسن
المركز القومي للبحوث

د/ شعبان السيد محمد خليل
المركز القومي للبحوث

د/ عبده عمران محمد ابراهيم
المركز القومي للبحوث

1- المقدمة :

تعتبر النباتات الطبية و العطرية من المحاصيل غير التقليدية متعددة الاستخدام إما في صورتها المباشرة أو في صورتها غير المباشرة عن طريق استخلاص المواد الفعالة واستخدامها في صناعة الدواء والصناعات الغذائية وصناعة العطور ومستحضرات التجميل و الصابون وهي اما في صورة حبوب او نباتات او اعشاب طبية و عطرية .

النباتات الطبية هي النباتات التي تحتوي كلها أو جزء منها علي مادة أو مواد من شأنها إذا استخدمت بواسطة الإنسان أو الحيوان أن تحدث تأثيرات فسيولوجية معينة (إما مقاومة المرض , إعطاء مناعة ضد المرض , معالجة المرض)

النباتات العطرية هي تلك النباتات التي تحتوي كلها أو جزء منها علي مادة فعالة لها خواص عطرية تستخدم في صناعة العطور مع ملاحظة أن كل النباتات العطرية طبية تقريبا والعكس غير صحيح .

مصر ليست غائبة عن أسواق النباتات الطبية و العطرية العالمية التي يبلغ حجم تجارة تداولاتها سنويا نحو 60 مليار دولار, حيث تشارك كدولة مصدرة رئيسية بنحو 45 مليون دولار, تمثل نسبة 2% من جملة الصادرات المصرية الزراعية والممثلة في صادرات الكمون والكرأوية والبردقوش والشمر والبابونج والريحان. وتعد مصر الأولى عالميا في صادرات زيت العطر الفاخر, ذلك أن 40% من حجم تداولاته العالمية ينتجها تحديدًا 62 مصنعا في محافظة بني سويف تليها الصين وإندونيسيا ثم أمريكا! , أن هذه النوعية من النباتات لا تتجاوز مساحتها المزروعة في مصر والعالم 65 ألف فدان بنسبة 0,8% وتزيد سنويا بمعدل بطيء لا يتجاوز 2,7% رغم الاقبال الهائل لدول الاتحاد الأوروبي وأمريكا واليابان علي النباتات الطبية و العطرية المصرية, نظرا لعوامل الجودة والسعر والانضباط في مواعيد التصدير وأن المغرب هي المنافس الأول لمصر في إفريقيا ثم اليابان عالميا. إن 42% من الصادرات المصرية التي تزيد بنسبة 12% سنويا توجه الي أوروبا الغربية و 33% للقارة الأمريكية الشمالية والوسطى و 17% للدول العربية و 3% للأسبوية و 2.7% لأمريكا الجنوبية و 1,3% لاستراليا و 0,5% فقط للدول الافريقية غير العربية.

و النباتات الطبية و العطرية من الزروع غير الرئيسية في مصر إذ انتشرت زراعتها منذ قديم الزمن ونظرا للمشاكل العديدة التي تقابل إنتاج وتصدير هذه الحاصلات فقد تذبذبت المساحة المنزرعة ما بين زيادة ونقص من عام الي آخر حيث بلغت المساحة المنزرعة من النباتات الطبية و العطرية في مصر حوالي⁽¹⁾ 64.668 ألف فدان عام 2007 تمثل حوالي 0.76% من

اجمالي المساحة المنزرعة في مصر عام 2007 والتي تقدر بنحو 8.4 مليون فدان 0 هذا و قد تناولت الدراسة بعض من هذه النباتات الطبية و العطرية و التوزيع الجغرافي لها حيث بلغت المساحة المنزرعة في وجه بحري نحو 6332 فدان و جملة المساحة المنزرعة بمصر

العليا نحو 13352 فدان و جملة المساحة المنزرعة بمصر الوسطى نحو 34560 فدان 0 هذا و قد بلغت مساحة النباتات الطبية و العطرية بمحافظة المنيا نحو 18.797 الف فدان تمثل نحو 29.1% من اجمالي المساحة المنزرعة بالنباتات الطبية بجمهورية مصر العربية وقد بلغت جملة الإنتاج الشتوي نحو 19.471 ألف طن و جملة الإنتاج الصيفي نحو 17.150 ألف طن عام 2007 . كما بلغت مساحة النباتات الطبية و العطرية بمحافظة الفيوم نحو 12.3374 ألف فدان تمثل نحو 19.1% من اجمالي المساحة المنزرعة بالنباتات الطبية وقد بلغ جملة الإنتاج الشتوي نحو 18.865 ألف طن و جملة الإنتاج الصيفي نحو 8.474 ألف طن عام 2007 . كما بلغت

مساحة النباتات الطبية و العطرية بمحافظة اسيوط نحو 10.801 ألف فدان تمثل نحو 16.7 % من اجمالي المساحة المنزرعة بالنباتات الطبية في مصر وقد بلغ جملة الإنتاج الشتوي نحو 104.996 ألف طن و جملة الإنتاج الصيفي نحو 73.298 ألف طن عام 2007 .

و قدرت مساحة النباتات الطبية و العطرية بمحافظة بني سويف بنحو 6.593 ألف فدان تمثل نحو 10.2 % من اجمالي المساحة المنزرعة بالنباتات الطبية في مصر وقد بلغ جملة الإنتاج الشتوي نحو 12.583 ألف طن و جملة الإنتاج الصيفي نحو 9.569 ألف طن عام 2007 . وتمثل باقي المحافظات نحو 6.332 ألف فدان تقدر بحوالي 9.7 % من اجمالي المساحة المنزرعة بالنباتات الطبية و العطرية بالجمهورية عام 2007 . هذا وقد بلغت مساحة¹ الكمون و الكسبرة و البردقوش و اليانسون و الكراوية نحو 2648، 14136، 1369، 2425، 1899 وذلك علي الترتيب في محافظة المنيا عام 2007 ، كما بلغت مساحة الكمون و الشمر و شيح البابونج و الينسون و الريحان نحو 1053 ، 2417 ، 2907، 269، 163 فدان علي التوالي في محافظة اسيوط ، كما بلغت مساحة شيح البابونج ، النعناع البلدي و النعناع الفلفلي و العتر و الريحان و الكسبرة نحو 207، 2484، 3759، 161، 451، 2224 فدان في محافظة بني سويف بينما بلغت مساحة شيح البابونج ، النعناع البلدي و النعناع الفلفلي و الشمر و الريحان و البردقوش و الأقحوان نحو 6278 ، 212 ، 140 ، 384 ، 128 ، 913 ، 278 فدان علي التوالي بمحافظة الفيوم عام 2007 .

الباب الاول إنتاج أهم النباتات الطبية و العطرية في جمهورية مصر العربية

إن دراسة الوضع الإنتاجي الحالي للنباتات الطبية و العطرية و دراسة أهم العوامل المؤثرة علي إنتاج هذه المحاصيل هو من الخطوات الأولية و الضرورية والتي تسبق تحليل و دراسة الوضع التسويقي الراهن لهذه النباتات ونظرا للعلاقة التكاملية بين النشاطين التسويقي و الإنتاجي . وسيتناول هذا الجزء دراسة إنتاج أهم بعض النباتات الطبية و العطرية علي المستوي القومي و من ثم أهم المحافظات المنتجة لهذه المحاصيل في مصر خلال الفترة (2000 – 2007) و كانت هذه المحاصيل هي الكمون و الكسبرة و اليانسون و الشمر و الكراوية و الريحان و العنبر و البردقوش و شيح البابونج. و قدر متوسط المساحة لهذه المحاصيل المختارة بنحو 5.8 ، 8.7 ، 16.7 ، 1.9 ، 3.7 ، 5 ، 3.3 ، 4.3 ، 8.3 ألف فدان تمثل نحو 9% ، 13.4 % ، 2.6 % ، 3 ، 5.7 % ، 7.8 % ، 5 % ، 6.6 % ، 12.9 % من متوسط مساحة النباتات الطبية و العطرية علي مستوي الجمهورية والتي قدرت بنحو 64.668 ألف فدان لنفس الفترة كما يتضح من الجدول رقم (1).

جدول رقم (1) يبين متوسط مساحة أهم النباتات الطبية و العطرية في مصر خلال الفترة (2000 – 2007)

الرقم	المحصول	متوسط المساحة (فدان)	%
1	الكمون	5794.8	9
2	الكسبرة	8650.6	13.4
3	اليانسون	1667.8	2.6
4	الشمر	1945.2	3
5	الكراوية	3695	5.7
6	الريحان	5050.6	7.8
7	العنبر	3285.6	5
8	البردقوش	4268.2	6.6
9	شيح البابونج	8351	12.9
10	محاصيل اخري	21960	33.9
	أجمالي النباتات الطبية	64668.8	100

1- إنتاج محصول شيح البابونج على المستوى القومي :

للتعرف على الملامح الرئيسية لإنتاج محصول شيح البابونج على المستوى القومي سوف نتناول الدراسة تطور كل من المساحة المنزرعة و الإنتاجية الفدانية والإنتاج الكلي لشيخ البابونج .

المساحة المنزرعة :-

يتبين من الجدول رقم (2) أن متوسط المساحة المنزرعة بمحصول شيح البابونج على مستوى جمهورية مصر العربية خلال فترة الدراسة (1990 – 2007) قد بلغ حوالي 8.301 ألف فدان تمثل نحو 12.83 % من متوسط إجمالي المساحة المنزرعة بمحاصيل النباتات الطبية و العطرية على مستوى الجمهورية و التي قدرت بنحو 64.668 ألف فدان خلال فترة الدراسة ولم تثبت معنوية الاتجاه العام للمساحة المنزرعة لمحصول شيح البابونج كما يتبين من الجدول رقم (3) هذا و يتبين من الشكل رقم (1) المساحة المنزرعة لمحصول الشيخ خلال سنوات الدراسة على المستوى القومي .

الإنتاجية الفدانية :-

كما يتبين من الجدول رقم (2) أن الإنتاجية الفدانية لمحصول شيح البابونج خلال الفترة (1990 – 2007) قد بلغ حوالي 0.83 طن للفدان خلال فترة الدراسة ولم تثبت معنوية الاتجاه العام للإنتاجية الفدانية لمحصول شيح البابونج .

الإنتاج الكلي :-

يوضح الجدول رقم (2) تطور الإنتاج الكلي لمحصول شيح البابونج خلال الفترة (1990 – 2007) قد بلغ نحو 6949.3 طن خلال فترة الدراسة كما يتبين من الشكل رقم (1) الإنتاج الكلي لمحصول شيح البابونج خلال سنوات الدراسة.

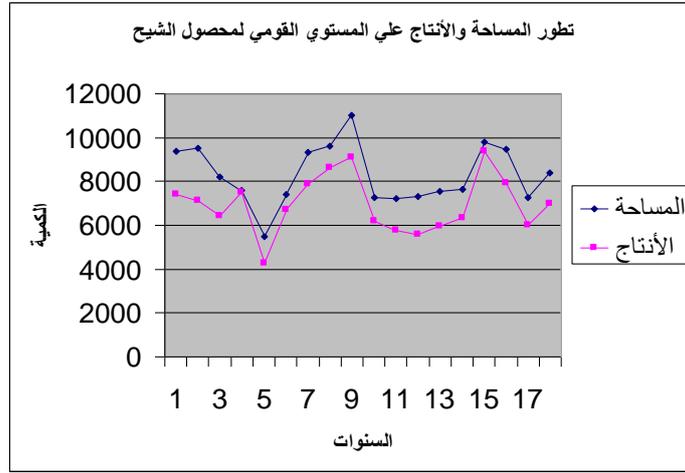
2- إنتاج محصول شيح البابونج على مستوى أهم المحافظات الرئيسية المنتجة له

يوضح الجدول رقم (4) أن أهم المحافظات المنتجة لمحصول شيح البابونج هي بني سويف و الفيوم حيث بلغت المساحة المنزرعة عام 2007 بها نحو 2224 ، 6278 فدان تمثل نحو 20.5 % ، 79.4 % من إجمالي مساحة الشيخ على مستوى الجمهورية ولم تثبت معنوية الاتجاه العام للمساحة المنزرعة بمحصول شيح البابونج في كل من محافظتي بني سويف و الفيوم كما يتبين من الشكل رقم (3.2) تطور المساحة والإنتاج لمحصول شيح البابونج في محافظتي الدراسة خلال السنوات الأخيرة له .

- الإنتاجية الفدانية :-

يوضح الجدول رقم (4) أن متوسط الإنتاجية الفدانية لمحصول شيح البابونج على مستوى أهم المحافظات المنتجة قد بلغت نحو 0.83 ، 0.84 طن للفدان علي التوالي ولم تثبت معنوية الاتجاه العام للإنتاجية الفدانية من محصول شيح البابونج في كل من محافظتي بني سويف و الفيوم .

الشكل رقم (1)



جدول رقم (2) تعداد زراع العينة لأهم محاصيل النباتات الطبية والعطرية في محافظات الدراسة

العدد	القرية	المركز	محافظة	المحصول
20	شكشوك	إبشواى	الفيوم	شيخ البابونج
20	جيلانى	إبشواى		
20	أبوكساه	إبشواى		
20	جويدى	إبشواى		
20	أبوجنشو	إبشواى		
100				الإجمالى
40	أبوكساه	أبشواى	الفيوم	بردقوش
30	طامية	طامية		
70				الإجمالى
20	فابريقة ببا	ببا	بنى سويف	شيخ البابونج
15	قزازة	ببا		
25	منشأة أبو مليج	سمسطا		
60				الإجمالى
20	بندر ببا	ببا	بنى سويف	ريحان
15	بدهل	سمسطا		

35				
35	متشأة أبو مليح	سمسطا	بنى سويف	نعناع
20	متشأة أبو صير	الواسطى	بنى سويف	عتر
15	الملق	ناصر		
35				الإجمالى

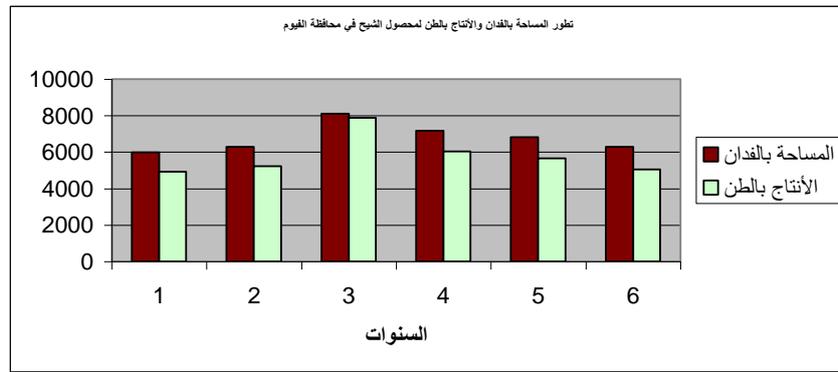
تابع جدول رقم (2) تعداد زراع العينة لأهم محاصيل النباتات الطبية والعطرية فى محافظات الدراسة

العدد	القرية	المركز	محافظة	المحصول
30	ساقولا	بنى مزار	المنيا	كزبرة
55	أشروبة			
30	أعطو الوقف			
30	قلعة	المنيا		
145				الإجمالى
20	ثلقام	بنى مزار	المنيا	بردقوش
18	طوه	المنيا		
38				الإجمالى
38	طوخ	المنيا	المنيا	كراوية
38	قلعة	المنيا	المنيا	يانسون
20	حفظ غربية	المنيا	المنيا	كمون
18	قلعة			
38				الإجمالى
25	موشا- حوض دنيف شرقية	أسيوط	أسيوط	كمون
25	موشا- حوض دنيف غربية			
50				الإجمالى
25	بنى قرة- حوض بخيت	القوصية	أسيوط	يانسون
25	الصبيحة- حوض العمدة- القبلى			
25	عرب القدايم- خارج الزمام	أبنوب	أسيوط	ريحان
25	بنى محمد المراونة- حوض حسن بك			
50				الإجمالى
15	بنى مجد- حوض عبد الرضا عياط	منفلوط	أسيوط	شمر

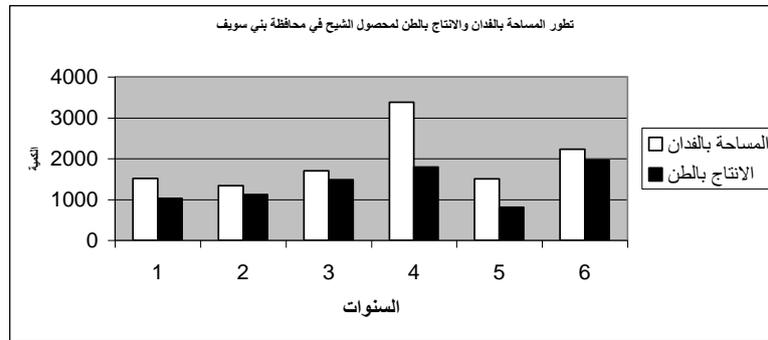
15	بنى مجد – حوض جرن سيلة بنى رافع- حوض القنطرة			
30				الإجمالي

المصدر: جمعت وحسبت من إستمارة الدراسة الميدانية

الشكل رقم (2)



الشكل رقم (3)



جدول رقم (3) يبين معدلات الإتجاه العام لكل من المساحة و الإنتاجية و الإنتاج الكلي لمحصول شيح البابونج علي المستوي القومي و علي مستوي أهم المحافظات المنتجة له في مصر والتي ثبتت افضليتهما احصائيا خلال الفترة (1990 - 2007)

المستوي	البيان	المعادلات	F	R ²	معدل التغير
القومي	المساحة (فدان)	$Y=3457.48-16.18 (0.17) X$	0.031	0.003	-0.17
	الإنتاجية (طن/فدان)	$Y=0.9 - 0.004 (0.55)X$	0.3	0.02	- 0.45
	الإنتاج (طن)	$Y=7367.44-26.4X$	0.13	0.01	- 0.36
محافظة بني سويف	المساحة (فدان)	$Y=3257.13- 107.5 (2.28)*X$	5.3	0.29	- 4.78
	الإنتاجية (طن/فدان)	$Y=0.34- 0.005(0.83)X$	0.68	0.05	-2.38
	الإنتاج	$Y= 2335.09-110.19 X$	6.38	0.33	- 5.5

				(طن)	
2.9	0.25	4.45	$Y=4238.15+163.56(2.108)*X$	المساحة (فدان)	محافظة الفيوم
2.35	0.17	2.72	$Y=0.65 + 0.02(1.65) X$	الإنتاجية (طن/فدان)	
3.1	0.29	5.42	$Y=3552.25+146.74(2.38)*X$	الإنتاج (طن)	

* معنوية علي مستوي 5% ** معنوية علي مستوي 1%

المصدر: حسبت وجمعت من الجدول رقم (4.2) بالدراسة

جدول رقم (4) تطور المساحة والإنتاجية والإنتاج الكلي من محصول الشيش بأهم

المحافظات المنتجة له خلال (1990-2007) المساحة بالفدان- إنتاجية طن/فدان- الإنتاج طن

الفيوم			بني سويف			السنوات
الإنتاج طن	الإنتاجية طن/فدان	المساحة فدان	الإنتاج طن	الإنتاجية طن/فدان	المساحة فدان	
4858	0.76	6397	2061	0.82	2528	1990
4261	0.16	5627	2543	0.74	2442	1991
3669	0.19	2614	2503	0.75	3336	1992
4521	1.06	4268	2850	0.88	3225	1993
2896	0.74	3927	1269	0.86	1475	1994
3516	0.8	4381	2452	0.89	2743	1995
4246	0.81	5222	3372	0.89	3786	1996
5312	0.81	6546	3227	0.85	3802	1997
6498	0.82	7965	3521	0.85	2972	1998
4245	0.83	5116	1887	0.58	2132	1999
4388	0.82	5343	651	0.61	1067	2000
4468	0.82	5425	1093	0.58	1896	2001
4928	0.82	5993	1021	0.67	1514	2002
5218	0.83	6277	1122	0.84	1339	2003
7869	0.97	8099	1482	0.87	1700	2004
6028.6	0.84	7177	1792	0.53	3382	2005
5649.8	0.83	6807	810	0.54	1500	2006
5063	0.81	6278	1961	0.88	2224	2007
4868.6	0.80	5747.8	1923,23	0.76	2392.38	المتوسط

المصدر:

حسبت وجمعت من وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضى , قطاع الشؤون الإقتصادية , الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعى الإحصاءات الزراعية- ومديريات الزراعة بمحافظات الدراسة

3- أثر الموقع على إنتاجية محصول شيح البابونج :

يوضح الجدول رقم (5) معنوية أثر الإختلاف في المناطق الإنتاجية لمحصول شيح البابونج خلال الفترة (1990 – 2007) حيث بلغ معامل F نحو 3.05 وقد ثبت معنويتها علي مستوي 0.05 واحتلت محافظة الفيوم المرتبة الأولى من حيث متوسط الإنتاجية حيث بلغ نحو 0.85 طن/ فدان يليها محافظة بني سويف حيث بلغ نحو 0.74 طن/فدان خلال نفس الفترة.

جدول رقم (5) يبين نتائج تطبيق اسلوب تحليل التباين لاختبار معنوية أثر الموقع علي إنتاجية محصول شيح البابونج في جمهورية مصر العربية

F	متوسط مربعات الإنحراف M.S	المجموع الكلي لمربعات الإنحراف S.S	درجة الحرية D.F	مصدر التباين S.V
3.05	0.03	0.034	1	أثر الموقع
	0.1	0.117	10	الخطأ
		0.145	11	المجموع الكلي

4- إنتاج محصول البردقوش علي المستوي القومي :

المساحة المنزرعة :-

يتبين من الجدول رقم (6) أن متوسط المساحة المنزرعة بمحصول البردقوش علي مستوي جمهورية مصر العربية خلال فترة الدراسة (1990 – 2007) قد بلغ حوالي 3.3 ألف فدان تمثل نحو 5.1 % من متوسط اجمالي المساحة المنزرعة بمحاصيل النباتات الطبية و العطرية علي مستوي الجمهورية و التي قدرت بنحو 64.668 ألف فدان خلال فترة الدراسة و بتقدير معادلة الاتجاه العام للمساحة المنزرعة بمحصول البردقوش ثبت معنويتها و انها تتزايد بمعدل تزايد سنوي معنوي احصائيا بلغ 327 فدان كما يتبين من الجدول رقم (7) و كما يتبين من الشكل رقم (4) المساحة المنزرعة للمحصول خلال سنوات الدراسة علي المستوي القومي .

الإنتاجية الفدانبة :-

كما يتبين من الجدول رقم (6) تطور الإنتاجية الفدانبة لمحصول البردقوش خلال الفترة (1990 – 2007) قد بلغ حوالي 1.6 طن للفدان خلال فترة الدراسة و بتقدير معادلة الاتجاه العام للإنتاجية الفدانبة لمحصول البردقوش ثبت معنويتها و تبين انها تتزايد بمعدل تزايد سنوي معنوي احصائيا بلغ حوالي 1.67 طن / فدان كما يتبين من الجدول رقم (7)

الإنتاج الكلي :-

يوضح الجدول رقم (6) تطور الإنتاج الكلي لمحصول البردقوش خلال الفترة (1990 – 2007) قد بلغ نحو 6.38 طن للفدان خلال فترة الدراسة . وبتقدير معادلة الاتجاه العام للإنتاج الكلي لمحصول البردقوش ثبت معنويته و تبين انه يتزايد بمعدل تزايد سنوي معنوي احصائيا بلغ حوالي 693.07 طن للفدان كما يتبين من الجدول رقم (7) و كما تبين من الشكل رقم (4) تطور الإنتاج الكلي لمحصول البردقوش خلال فترة الدراسة .

5- إنتاج محصول البردقوش علي مستوى أهم المحافظات الرئيسية المنتجة له

يوضح الجدول رقم (8) أن أهم المحافظات المنتجة لمحصول البردقوش هي الفيوم و المنيا حيث بلغ متوسط المساحة المنزرعة بها نحو 1826.9 ، 846.7 فدان علي الترتيب و بتقدير معادلة الإتجاه العام تبين أن المساحة المنزرعة تتزايد تزايدا معنويا بلغ نحو 192 فدان في محافظة الفيوم وايضا تزايد معنوي بلغ نحو 84.2 فدان في محافظة المنيا كما يتبين من الجدول رقم (7) و كما يتبين من الشكل رقم (6.5) تطور المساحة والإنتاج لمحافظة الدراسة.

- الإنتاجية الفدانية :-

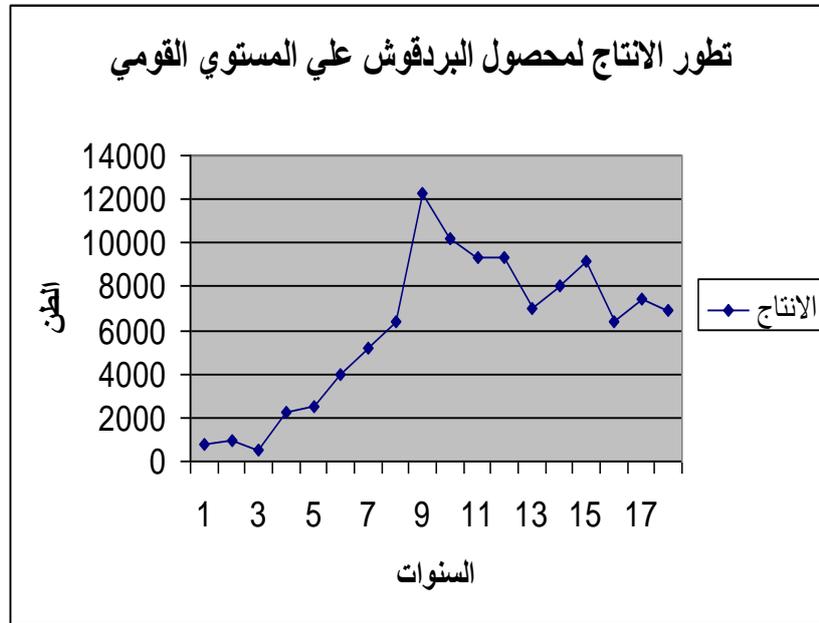
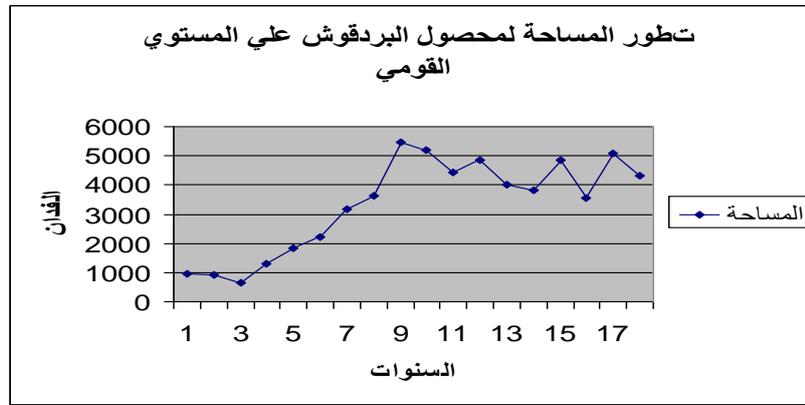
يوضح الجدول رقم (8) أن متوسط الإنتاجية الفدانية لمحصول البردقوش علي مستوي اهم المحافظات المنتجة (الفيوم و المنيا) خلال فترة الدراسة (1990- 2007) قد بلغت نحو 2.1 ، 0.90 طن للفدان علي التوالي و بتقدير معادلة الإتجاه العام للإنتاجية الفدانية تبين أن الإنتاجية الفدانية تتزايد تزايدا معنويا بلغ نحو 0.103 طن للفدان في محافظة الفيوم ، وعدم المعنوية في محافظة المنيا كما يتبين من الجدول رقم (7)

جدول رقم (6) تطور المساحة والإنتاجية والإنتاج الكلي من محصول العتر والبردقوش خلال الفترة (1990-2007)

البردقوش			العتر			السنوات
الإنتاج	الإنتاجية	المساحة	الإنتاج	الإنتاجية	المساحة	
طن	طن/فدان	فدان	طن	طن/فدان	فدان	
772	0.82	946	37916	8.53	4445	1990
941	1.01	929	40205	8.3	4844	1991
520	0.82	632	26384	7.9	3336	1992
2205	1.69	1308	18083	7.63	2370	1993
2468	1.36	1817	21267	7.9	2692	1994
3976	1.36	2227	72133	8.17	8829	1995
5180	1.64	3157	59315	8.94	6635	1996
6435	1.78	3616	17267	9.38	1855	1997
12309	2.25	5461	35824	8.63	4151	1998
10222	1.97	5196	36278	11.9	3049	1999
9300	2.11	4421	25244	12.28	2056	2000
9372	1.93	4853	24794	10.45	2372	2001
6993	1.75	4005	12848	8.26	1556	2002
8080	1.84	3806	59683	17.93	3328	2003

9170	1.88	4870	97125	17.56	5531	2004
6360	1.78	3570	69982	21.1	3321	2005
7470	1.47	5090	64128	24.7	2692	2006
6915	1.62	4330	67055	22.9	3006.5	2007
6038.17	1.6	3346.3	43640.6	12.36	3670.5	المتوسط

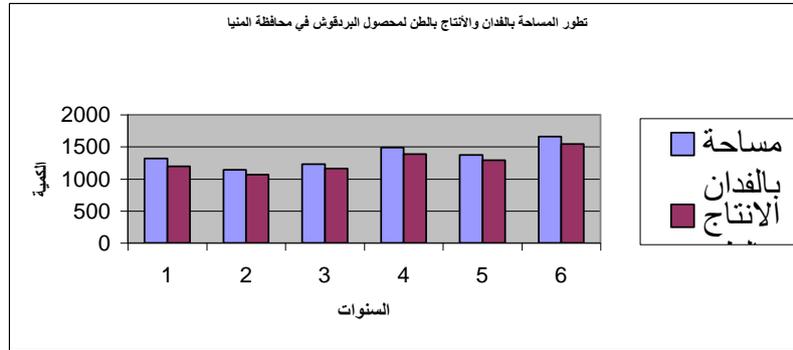
المصدر: حسبت وجمعت من وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضى , قطاع الشؤون الإقتصادية , الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعى الإحصاءات الزراعى
شكل رقم (4)



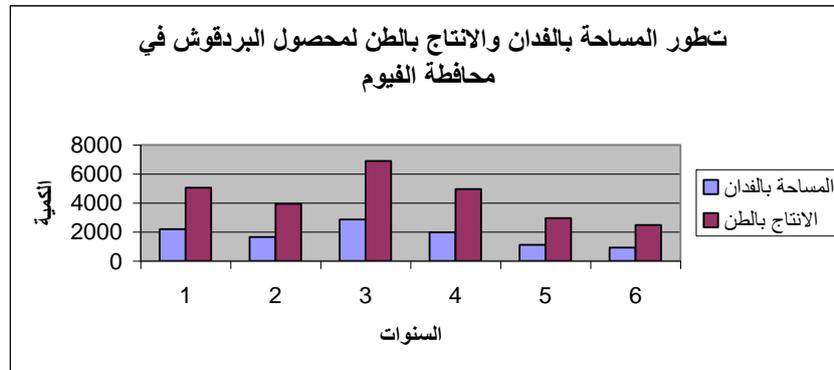
الإنتاج الكلى :- . يوضح الجدول رقم (8) أن متوسط الإنتاج الكلى لمحصول البردقوش خلال فترة الدراسة (1990 – 2007) علي مستوي اهم المحافظات الفيوم والمنيا قد بلغ نحو 4.3-0,73 الف طن علي الترتيب وبتقدير معادلة الإتجاه العام تبين أن الإنتاج الكلى يتزايد تزايداً

معنويي بلغ 5.197 طن في محافظة الفيوم وايضا تزايد معنوي بلغ نحو 82.5 طن في محافظة المنيا

الشكل رقم (5)



الشكل رقم (6)



6- أثر الموقع على إنتاجية محصول البردقوش :

يوضح الجدول رقم (9) معنوية أثر الاختلاف في المناطق الإنتاجية لمحصول البردقوش خلال الفترة (1990 – 2007) حيث بلغ معامل F نحو 156 وقد ثبت معنويتها علي مستوى 0.05 واحتلت محافظة الفيوم المرتبة الأولى من حيث متوسط الإنتاجية حيث بلغ نحو 2.3 طن/ فدان يليها محافظة المنيا حيث بلغ نحو 0.91 طن/فدان خلال نفس الفترة.

جدول رقم (7) معدلات الإتجاه العام لكل من المساحة و الإنتاجية و الإنتاج الكلي لمحصول البردقوش علي المستوي القومي و علي مستوي أهم المحافظات المنتجة له في مصر والتي ثبتت افضليتهما احصائيا خلال الفترة (1990 - 2007)

المستوي	البيان	المعادلات	F	R ²	معدل التغير
القومي	المساحة (فدان)	$Y=525.91+327.96 (6.13)** X$	37.59	0.74	10.41
	الإنتاجية (طن/فدان)	$Y=1.05 + 1.67 (4.05)**X$	16.45	0.56	3.8
	الإنتاج (طن)	$Y=221.5+-693.07(4.97)** X$	24.7	0.65	12.01
محافظة الفيوم	المساحة (فدان)	$Y=518.36 + 192.72 (5.73)**X$	13.7	0.51	9.35
	الإنتاجية	$Y=1.12 + 0.103(5.73)**X$	32.87	0.71	4.72

				(طن/فدان)	
115.4	0.55	16.01	$Y=343.97+5197X$	الإنتاج (طن)	
11.5	0.87	87.63	$Y=57.89+84.2(9.36)**X$	المساحة (فدان)	محافظة المنيا
2.1	0.08	1.21	$Y=0.78+0.02(1.1)X$	الإنتاجية (طن/فدان)	
11.87	0.67	26.96	$Y=35.47+82.5(5.19)**X$	الإنتاج (طن)	

* معنوية علي مستوى 5% ** معنوية علي مستوى 1%

المصدر: حسبت وجمعت من الجدول رقم (8.6) بالدراسة

جدول رقم (8) تطور المساحة والإنتاجية والإنتاج الكلي من محصول البردقوش بأهم المحافظات المنتجة له خلال

(2007-1990) المساحة بالفدان- إنتاجية طن/فدان- الأنتاج طن

المنيا			الفيوم			السنوات
الإنتاج	الإنتاجية	المساحة	الإنتاج طن	الإنتاجية	المساحة	
طن	طن/فدان	فدان		طن/فدان	فدان	

160	0.46	250	571	0.93	614	1990
200	0.66	300	715	1.15	622	1991
100	0.5	200	405	0.97	417	1992
450	1.28.200	350	1697	1.99	850	1993
550	1.06 9	520	1851	1.52	1217	1994
420	0.93	450	3459	2.01	1714	1995
505	0.75	674	3846	2.02	1900	1996
504	0.78	643	5058	2.13	2372	1997
1561	1.44	1080	9716	2.64	3684	1998
866	0.94	924	8895	2.19	4051	1999
599	0.88	678	7422	2.3	3220	2000
846	0.88	959	8021	2.26	3549	2001
1195	0.91	1316	5048	2.3	2194	2002
1066	0.93	1143	3930	2.39	1642	2003
1158.1	0.94	1232	6896	2.41	2856	2004
1386.6	0.93	1491	4941.2	2.5	1976.5	2005
1286.8	0.94	1369	2961.9	2.7	1097	2006
1545.66	0.93	1662	2463	2.7	913	2007
730.6	0.90	846.72	4327.56	2.1	1826.9	المتوسط

المصدر: حسبت وجمعت من وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضى , قطاع الشؤون الإقتصادية , الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعى الإحصاءات الزراعية- ومديريات الزراعة بمحافظات الدراسة

جدول رقم (9) يبين نتائج تطبيق اسلوب تحليل التباين لاختبار معنوية أثر الموقع علي إنتاجية محصول اليردقوش في جمهورية مصر العربية

F	متوسط مربعات الإنحراف M.S	المجموع الكلي لمربعات الإنحراف S.S	درجة الحرية D.F	مصدر التباين S.V
156	5.83	5.83	1	أثر الموقع
	0.007	0.037	10	الخطأ

		5.87	11	المجموع الكلي
--	--	------	----	---------------

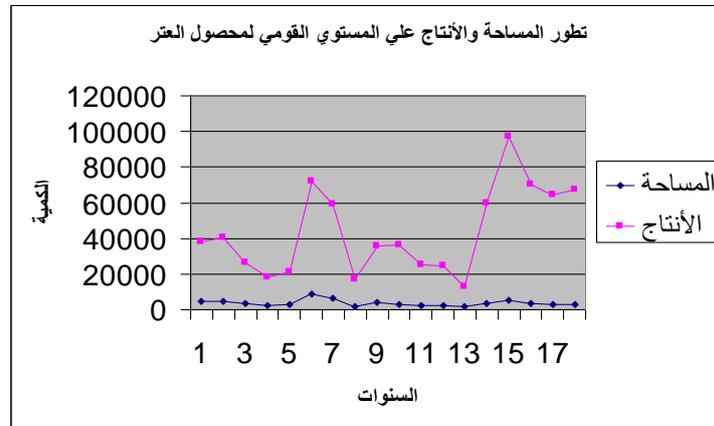
المصدر: حسبت وجمعت من الجدول رقم (8) بالدراسة

7- إنتاج محصول العتر على المستوى القومي :

المساحة المنزرعة :-

يتبين من الجدول رقم (6) أن متوسط المساحة المنزرعة بمحصول العتر على مستوى جمهورية مصر العربية خلال فترة الدراسة (1990 – 2007) قد بلغ حوالي 3.67 ألف فدان تمثل نحو 5.6 % من متوسط إجمالي المساحة المنزرعة بمحاصيل النباتات الطبية و العطرية على مستوى الجمهورية و التي قدرت بنحو 64.66 ألف فدان خلال فترة الدراسة ولم تثبت معنوية الاتجاه العام للمساحة المنزرعة لمحصول شيح البابونج كما يتبين من الجدول رقم (10) هذا ويتبين من الشكل رقم (7) المساحة المنزرعة لمحصول العتر خلال سنوات الدراسة على المستوى القومي .

الشكل رقم (7)



الإنتاجية الفدانية :-

كما يتبين من الجدول رقم (6) أن الإنتاجية الفدانية لمحصول العتر خلال الفترة (1990 – 2007) انها قد بلغت نحو 12.36 طن للفدان خلال فترة الدراسة وبتقدير معادلة الاتجاه العام للإنتاجية الفدانية بمحصول العتر ثبت معنويتها احصائيا وتبين انها تتزايد بمعدل سنوي معنوي احصائيا بلغ نحو 0.55 طن للفدان كما يتبين من الجدول رقم (10)

الإنتاج الكلي :-

يوضح الجدول رقم (6) تطور الإنتاج الكلي لمحصول العتر خلال الفترة 1990 – 2007 (قد بلغ نحو 43640 طن خلال فترة الدراسة . ولم تثبت معنوية الاتجاه العام للإنتاج الكلي من محصول العتر . كما تبين من الشكل رقم (7) الإنتاج الكلي لمحصول العتر خلال فترة الدراسة.

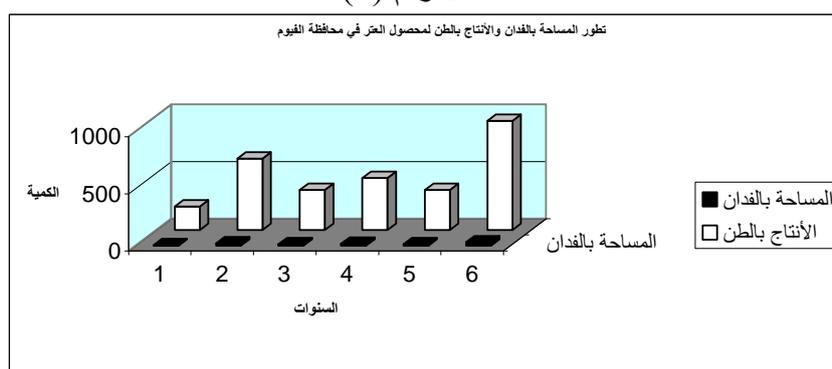
8- إنتاج محصول العتر على مستوى أهم المحافظات الرئيسية المنتجة له

يوضح الجدول رقم (11) أن أهم المحافظات المنتجة لمحصول العتر هي بني سويف و الفيوم حيث بلغ متوسط المساحة المنزرعة بها نحو 3405 ، 325 فدان علي الترتيب ولم تثبت معنوية الاتجاه العام للمساحة المنزرعة بمحصول العتر في كل من محافظتي بني سويف و الفيوم كما يتبين من الجدول رقم (10) ويتبين من الشكلين رقم (9، 8) تطور المساحة والإنتاج لمحصول العتر في محافظتي الدراسة خلال السنوات الأخيرة له .

الشكل رقم (8)



الشكل رقم (9)



- الإنتاجية الفدانوية :-

يوضح الجدول رقم (11) أن متوسط الإنتاجية الفدانوية لمحصول العتر علي مستوي اهم المحافظات المنتجة وهي بني سويف و الفيوم قد بلغت نحو 10.8 ، 22.4 طن للفدان علي التوالي وبتقدير معادلة الإتجاه العام فقد ثبت المعنوية الإحصائية للإنتاجية الفدانوية في محافظة بني سويف تزايدا معنويا احصائيا بلغ حوالي 0.49 طن للفدان وعدم المعنوية في محافظة الفيوم. **الإنتاج الكلي :-** يوضح الجدول رقم (11) ان متوسط الإنتاج الكلي لمحصول العتر خلال فترة الدراسة (1990 – 2007) علي مستوي اهم المحافظات بني سويف و الفيوم قد بلغ نحو 3,79 ، 6,41 الف طن علي الترتيب ولم تثبت معنوية الإتجاه العام للإنتاج الكلي لمحصول العتر في المحافظتين. كما تبين من الشكل رقم (9.8) تطور الإنتاج لمحصول العتر خلال نفس الفترة لمحافظتي الدراسة.

جدول رقم (10) معدلات الإتجاه العام لكل من المساحة و الإنتاجية و الإنتاج الكلي لمحصول العتر علي المستوي القومي و علي مستوي أهم المحافظات المنتجة له في مصر والتي ثبتت افضليتهما احصائيا خلال الفترة (1990 - 2007)

المستوي	البيان	المعادلات	F	R ²	معدل التغير
القومي	المساحة (فدان)	$Y= 455.78-94.08(0.77)X$	0.6	0.04	-2.24

5.37	0.54	15.31	$Y=5.84 - 0.55 (3.91)**X$	الإنتاجية (طن/فدان)	محافظة بني سويف
3.73	0.08	1.07	$Y=27322.73-1454.38 (1.03) X$	الإنتاج (طن)	
-1.71	0.02	0.28	$Y=3805.46+57.46 (0.53) X$	المساحة (فدان)	
5.43	0.39	8.46	$Y=5.08+ 0.49(2.91)**X$	الإنتاجية (طن/فدان)	محافظة الفيوم
6.19	0.14	2.04	$Y= 15224.41+1870.48(1.43) X$	الإنتاج (طن)	
0,98	0.28	8.16	$Y=691.79-38.12(2.27)*X$	المساحة (فدان)	
23.23	0.017	0.23	$Y=37.59 + 23.4(0.48) X$	الإنتاجية (طن/فدان)	
-4	0.05	0.64	$Y=10009.41+303.64(0.8) X$	الإنتاج (طن)	

** معنوية علي مستوي 1 %

* معنوية علي مستوي 5 %

المصدر: حسبت وجمعت من الجدول رقم (11.6) بالدراسة

9- أثر الموقع على إنتاجية محصول العتر :

يوضح الجدول رقم (12) معنوية أثر الاختلاف في المناطق الإنتاجية لمحصول العتر خلال الفترة (1990 – 2007) حيث بلغ معامل F نحو 71.76 وقد ثبت معنويتها علي مستوي 0.05 واحتلت محافظة الفيوم المرتبة الأولى من حيث متوسط الإنتاجية حيث بلغ نحو 29.6 طن/ فدان يليها محافظة بني سويف حيث بلغ نحو 10.98 طن/فدان خلال نفس الفترة.

جدول رقم (11) تطور المساحة والإنتاجية والإنتاج الكلي من محصول العتر بأهم المحافظات المنتجة له خلال (1990-2007) المساحة بالفدان- إنتاجية طن/فدان- الأنتاج طن

الفيوم			بني سويف			السنوات
الإنتاج طن	الإنتاجية طن/فدان	المساحة فدان	الإنتاج طن	الإنتاجية طن/فدان	المساحة فدان	

11228	14	802	571	0.93	3578	1990
10995	14.9	725	715	1.15	4019	1991
4118	13.5	305	405	0.97	2787	1992
3016	13	232	1697	1.99	2632	1993
396	8.08	46	1851	1.52	2507	1994
3891	8	486	3459	2.01	7475	1995
18059	16.33	1106	3846	2.02	5868	1996
14960	29.51	507	5058	2.13	1455	1997
8656	25.31	342	9716	2.64	3776	1998
16550	30.82	537	8895	2.19	2443	1999
12365	30.53	405	7422	2.3	1541	2000
8294	30.72	270	8021	2.26	2016	2001
203	29	7	5048	2.3	1401	2002
624	29.71	21	3930	2.39	3233	2003
349	26.85	13	6896	2.41	5446	2004
455.6	26.8	17	4941.2	2.5	4828	2005
349	26.85	13	2961.9	2.7	2533	2006
954	30	32	2463	2.7	3759	2007
6414.58	22.45	325.88	37992	10.87	3405.4	المتوسط

المصدر:

حسبت وجمعت من وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضى , قطاع الشؤون الاقتصادية , الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعى الإحصاءات الزراعية- ومديريات الزراعة بمحافظات الدراسة

جدول رقم (12) نتائج تطبيق اسلوب تحليل التباين لاختبار معنوية أثر الموقع علي إنتاجية محصول العنبر في جمهورية مصر العربية

F	متوسط مربعات الإنحراف M.S	المجموع الكلي لمربعات الإنحراف S.S	درجة الحرية D.F	مصدر التباين S.V
71.76	667	1334	2	أثر الموقع

	9.29	129	15	الخطأ
		1473	17	المجموع الكلي

حسبت من الجدول رقم (11)

10- إنتاج محصول الريحان على المستوى القومي : **المساحة المنزرعة :-**

يتبين من الجدول رقم (13) أن متوسط المساحة المنزرعة بمحصول الريحان علي مستوي جمهورية مصر العربية خلال فترة الدراسة (1990 – 2007) قد بلغ حوالي 4.052 ألف فدان تمثل نحو 6.26 % من متوسط اجمالي المساحة المنزرعة بمحاصيل النباتات الطبية و العطرية علي مستوي الجمهورية و التي قدرت بنحو 64.66 ألف فدان خلال فترة الدراسة وبتقدير معادلة الاتجاه العام للمساحة المنزرعة بمحصول الريحان فقد وجد انها تزايد بمعدل سنوي معنوي احصائيا قد بلغ نحو 229.19 فدان كما يتبين من الجدول رقم (14) و كما يتبين من الشكل رقم (10) المساحة المنزرعة لمحصول الريحان خلال سنوات الدراسة علي المستوى القومي .

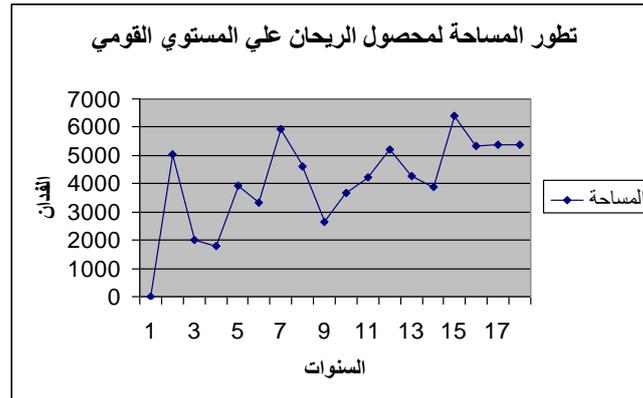
الإنتاجية الفدانية :-

كما يتبين من الجدول رقم (13) أن الإنتاجية الفدانية لمحصول الريحان خلال الفترة (1990 – 2007) ومنه يتبين انها قد تذبذبت بين حد أدني 2.34 طن للفدان عام 2004 و حد أقصى بلغ نحو 16.24 طن للفدان عام 1992 وذلك بمتوسط عام بلغ نحو 9.8 طن للفدان خلال فترة الدراسة وبتقدير معادلة الاتجاه العام للإنتاجية الفدانية بمحصول العتر ثبت معنويتها احصائيا كما يتبين من الجدول رقم (14)

الإنتاج الكلي :-

يوضح الجدول رقم (13) بالدراسة تطور الإنتاج الكلي لمحصول الريحان خلال الفترة (1990 – 2007) ومنه يتبين تذبذب الانتاج ما بين حد ادني بلغ حوالي 43 طن عام 1990 و حد اقصي بلغ نحو 83,8 الف طن عام 1996 وذلك بمتوسط عام بلغ نحو 34,42 الف طن خلال فترة الدراسة . ولم تثبت معنوية الاتجاه العام للإنتاج الكلي من محصول الريحان . كما يتبين من الشكل رقم (11) تطور الإنتاج الكلي لمحصول الريحان خلال فترة الدراسة علي المستوى القومي.

الشكل رقم (10)



جدول رقم (13) تطور المساحة والإنتاجية والإنتاج الكلي لمحصول الكراوية والريحان خلال الفترة من (1990-2007)

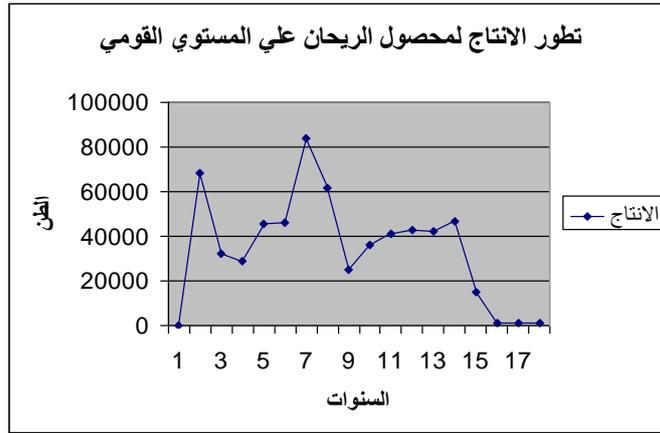
الريحان			الكراوية			السنوات
الإنتاج	الإنتاجية	المساحة	الإنتاج	الإنتاجية	المساحة	
طن	طن/فدان	فدان	طن	طن/فدان	فدان	

43	6.14	7	2861	0.98	2908	1990
68232	13.57	5029	2305	1.03	2229	1991
32326	16.24	1990	871	0.83	1048	1992
28885	16.16	1787	3699	1.12	2305	1993
45380	15.46	3935	3052	0.97	3160	1994
46190	13.92	3319	5290	1.07	4949	1995
83885	14.16	5922	4471	0.88	5075	1996
61396	13.37	4591	1196	0.84	1417	1997
25240	9.57	2637	1194	0.82	1462	1998
36044	9.82	3670	898	0.71	1267	1999
41242	9.74	4233	1355	0.91	1496	2000
42836	8.22	5211	2221	0.91	2455	2001
42334	9.95	4254	3085	0.92	3348	2002
46612	11.98	3891	3396	0.91	3732	2003
14948	2.34	6389	3975	0.87	4546	2004
1363	2.56	5322	3544	0.87	3566	2005
1346	2.51	5397	2202	0.76	2917	2006
1354.5	2.53	5359	2873	0.81	3241.5	2007
34425.3	9.8	4052.3	2693.7	0.90	2840.1	المتوسط

المصدر:

حسبت وجمعت من وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضى , قطاع الشؤون الإقتصادية , الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعى الإحصاءات الزراعية

الشكل رقم (11)



11- إنتاج محصول الريحان علي مستوى أهم المحافظات الرئيسية المنتجة له

يوضح الجدول رقم (15) بالدراسة أن أهم المحافظات المنتجة لمحصول الريحان هي بني سويف و اسيوط حيث بلغت المساحة المنزرعة بها نحو 2484 ، 2907 فدان عام 2007 علي الترتيب ولم تثبت معنوية الاتجاه العام للمساحة المنزرعة لمحصول الريحان في محافظة بني سويف وقد تزايدت المساحة تزايدا معنويا بلغ نحو 170 فدان ، 23 فدان في محافظة اسيوط و محافظة بني سويف علي الترتيب كما يتبين من الجدول رقم (14) وكما يتبين من الشكل رقم (12.11) تطور المساحة والإنتاج لمحصول الريحان في محافظتي الدراسة.

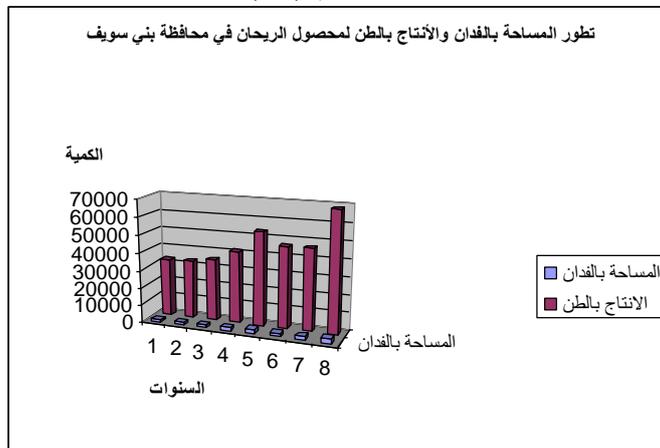
- الإنتاجية الفدانية :-

يوضح الجدول رقم (15) أن متوسط الإنتاجية الفدانية لمحصول الريحان علي مستوي اهم المحافظات المنتجة وهي بني سويف و اسيوط قد بلغت نحو 24,35 ، 2,43 طن للفدان علي التوالي وبتقدير معادلة الاتجاه العام فقد لم ثبت المعنوية الإحصائية للإنتاجية الفدانية في محافظتي بني سويف وأسيوط.

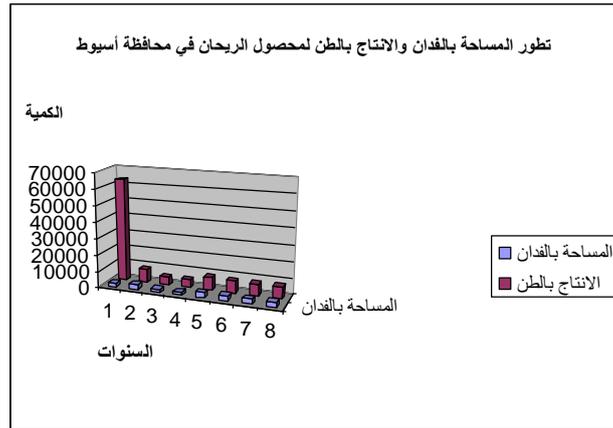
- الإنتاج الكلي :-

يوضح الجدول رقم (15) ان متوسط الإنتاج الكلي لمحصول الريحان خلال فترة الدراسة (1990 – 2007) علي مستوي اهم المحافظات بني سويف و اسيوط قد بلغ نحو 41,433 ، 4,732 الف طن علي الترتيب ولم تثبت معنوية الاتجاه العام للإنتاج الكلي لمحصول الريحان في محافظة بني سويف. وثبتت معنوية التغير في محافظة اسيوط بمعدل تزايد معنوي احصائيا بلغ نحو 434.22 طن كما تبين من الشكل رقم (13.12) تطور الإنتاج لمحصول الريحان خلال نفس الفترة لمحافظة الدراسة.

الشكل رقم (12)



الشكل رقم (13)



جدول رقم (14) معادلات الاتجاه العام لكل من المساحة و الإنتاجية و الإنتاج الكلي لمحصول الريحان علي المستوي القومي و علي مستوي أهم المحافظات المنتجة له في مصر والتي ثبتت افضليتهما احصائيا خلال الفترة (1990 - 2007)

المستوي	البيان	المعادلات	F	R ²	معدل التغير
القومي	المساحة (فدان)	$Y=1890.81+229.19(2.77)**X$	7.65	0.37	6.15
	الإنتاجية (طن/فدان)	$Y=15.07 - 0.46(2.23)**X$	4.96	0.28	-4.17
	الإنتاج (طن)	$Y=41350.73-38.9(0.03) X$	0.09	0.07	-0.09
محافظة بني سويف	المساحة (فدان)	$Y=1487.105+23.9(0.48) X$	0.23	0.017	1.42
	الإنتاجية (طن/فدان)	$Y=22.25- 0.14(0.37) X$	0.14	0.01	-0.66
	الإنتاج (طن)	$Y=40246.61-559.92(0.45) X$	0.2	0.2	-1.66
محافظة اسيوط	المساحة (فدان)	$Y=380.62+170.44(4.5)**X$	20.3	0.61	9.77
	الإنتاجية (طن/فدان)	$Y=2.22 + 0.02(0.62) X$	0.38	0.03	0.82
	الإنتاج (طن)	$Y=749.92+434.22(5.68)** X$	32.2	0.71	10.28

* معنوية علي مستوي 5% ** معنوية علي مستوي 1%

المصدر: حسبت وجمعت من الجدول رقم (15013) بالدراسة

12- أثر الموقع علي إنتاجية محصول الريحان :

يوضح الجدول رقم (16) معنوية أثر الاختلاف في المناطق الإنتاجية لمحصول الريحان خلال الفترة (1990 – 2007) حيث بلغ معامل F نحو 24.71 وقد ثبتت معنويتها علي مستوي 0.05 واحتلت محافظة بني سويف المرتبة الأولى من حيث متوسط الإنتاجية حيث بلغت نحو

20.21 طن/ فدان يليها محافظة اسيوط حيث بلغت متوسط الانتاجية نحو 2.44 طن/فدان خلال نفس الفترة.

جدول رقم (15) تطور المساحة والإنتاجية والإنتاج الكلي من محصول الريحان بأهم المحافظات المنتجة له خلال (1990-2007) المساحة بالفدان- إنتاجية طن/فدان- الأنتاج طن

أسيوط			بني سويف			السنوات
الإنتاج طن	(2)الإنتاجية طن/فدان	المساحة فدان	الإنتاج طن	(1)الإنتاجية طن/فدان	المساحة فدان	
2	1	2	40	10	4	1990
2253	1.15	1956	65004	23.31	2789	1991
1986	3.15	630	29980	24.47	1230	1992
1650	2.75	599	26856	24.13	1113	1993
3450	3.6	966	40699	21.46	1896	1994
3562	3.16	1125	41589	20.65	2014	1995
5505	2.46	2239	77344	23.3	3319	1996
4594	2.51	1829	55977	23.58	2374	1997
2997	1.99	1505	21540	24.42	882	1998
4940	2.38	2078	29420	23.31	1262	1999
63447	2.53	2507	32977	24.04	1372	2000
8334	2.48	3359	33260	23.7	1404	2001
4950	2.5	1983	35292	24.05	1467	2002
4877	2.55	1915	41058	23.82	1724	2003
7908	2.2	3479	53390.4	23.5	2325	2004
7315.2	3.	3180	46353.4	22.7	2042	2005
7229	50.	2882	46555.7	22.90	2033	2006
7289	2.5	2907	68548	27.55	2484	2007
4732.7	2.43	1952.3	41437.9	24.35	1763	المتوسط

المصدر:

حسبت وجمعت من وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي , قطاع الشؤون الاقتصادية , الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعي الإحصاءات الزراعية- ومديريات الزراعة بمحافظات الدراسة (1)إنتاجية عشب أخضر (2) إنتاجية عشب جاف

جدول رقم (16) نتائج تطبيق اسلوب تحليل التباين لاختبار معنوية أثر الموقع علي إنتاجية محصول الريحان في جمهورية مصر العربية

F	متوسط مربعات	المجموع الكلي	درجة الحرية	مصدر التباين
---	--------------	---------------	-------------	--------------

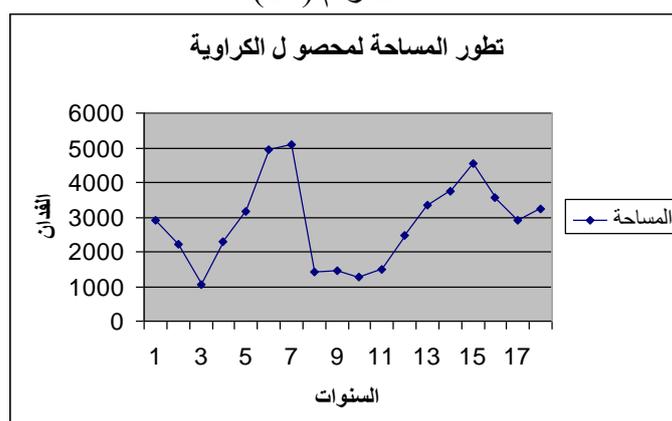
	الإنحراف M.S	لمربعات الإنحراف S.S	D.F	S.V
24.71	632	1264	2	أثر الموقع
	25	383	15	الخطأ
		1648	17	المجموع الكلي

حسبت من الجدول رقم (15) بالدراسة.

13- إنتاج محصول الكراوية على المستوى القومي : **المساحة المنزرعة :-**

يتبين من الجدول رقم (13) ان متوسط المساحة المنزرعة لمحصول الكراوية على مستوى ج.م.ع. خلال فترة الدراسة (2007.1990) قد بلغ حوالى 2.8 الف فدان تمثل حوالى 4.39% من متوسط اجمال المساحة المنزرعة من محاصيل الطيبة والعطرية على مستوى الجمهورية وبتقدير معادلة الاتجاه العام للمساحة المنزرعة لمحصول الكراوية وجد انها تزايدت بمعدل سنوى معنوى احصائياً قد بلغ نحو 70.05 فدان كما يتبين فى الجدول رقم (17) و كما يتبين من الشكل رقم (14) المساحة المنزرعة لمحصول الكراوية خلال سنوات الدراسة على المستوى القومى .

الشكل رقم (14)



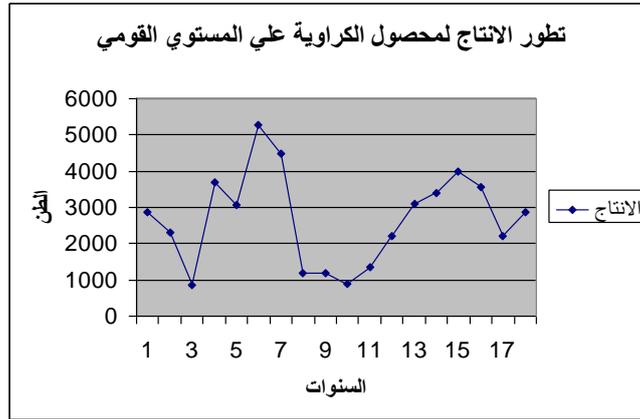
الإنتاجية الفدانىة :-

يتبين من الجدول رقم (13) ان الانتاجية الفدانىة لمحصول الكراوية خلال الفتره (2007.1990) ومنه يتبين انه قد تذبذبت بين حد ادنى نحو 0.71 طن للفدان عام 1999 وحد اقصى بلغ نحو 0.98 طن للفدان عام 1990 وذلك بمتوسط عام بلغ نحو 0.90 طن للفدان خلال فترة الدراسة وبتقدير معادلة الاتجاه العام للانتاجية الفدانىة لمحصول الكراويه فقد ثبتت معنويتها احصائياً لتزايد الانتاجية كما يتبين من الجدول رقم (17) .

الإنتاج الكلى :-

يوضح الجدول رقم (13) تطور الانتاج الكلى لمحصول الكراويه خلال الفتره (2007.1990) ومنه يتبين ان الانتاج يتذبذب بين حد ادنى بلغ حوالى 871 طن عام 1992 وحد اقصى 3975 طن عام 2004 وذلك بمتوسط عام بلغ نحو 2693.7 طن خلال فتره الدراسه وقد ثبتت معنوية الاتجاه العام للانتاج الكلى من الكراويه كما يتبين من الشكل رقم (15) تطور الانتاج الكلى للمحصول خلال فترة الدراسة

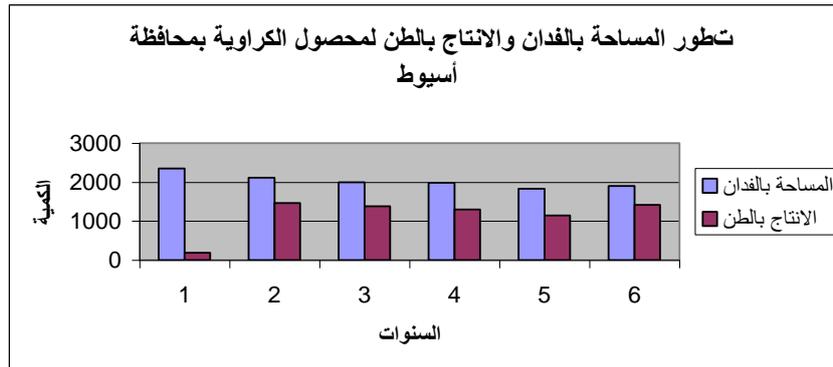
الشكل رقم (15)



14- إنتاج محصول الكراوية علي مستوي أهم المحافظات الرئيسية المنتجة له المساحة المنزرعة :

يوضح الجدول رقم (19) ان اهم المحافظات المنتجة لمحصول الكراوية هي محافظة اسيوط حيث بلغ متوسط المساحة المنزرعه بها نحو 1889 فدان وقد ثبت معنوية الاتجاه العام للمساحة المنزرعه لمحصول الكراوية حيث تزايدت المساحة تزايدا معنويا بلغ نحو 21.8 فدان كما يتبين من الجدول رقم (17) ويتبين من الشكل رقم (16) تطور المساحة والانتاج لمحصول الكراوية في محافظه اسيوط .

الشكل رقم (16)



الإنتاجية الفدانیه :-

يوضح الجدول رقم (19) أن متوسط الإنتاجية الفدانیه لمحصول الكراوية علي مستوي اهم المحافظات المنتجة وهي اسيوط نحو 0.749 طن للفدان عام 2007 ولم تثبت المعنوية الإحصائية للإنتاجية الفدانیه في محافظة اسيوط حيث تناقصت الإنتاجية بنحو 0,015 طن للفدان

الإنتاج الكلي :-

يوضح الجدول رقم (19) ن متوسط الإنتاج الكلي لمحصول الكراوية قد بلغ نحو 1412 طن خلال عام 2007 ولم تثبت معنوية الإتجاه العام للإنتاج الكلي لمحصول الكراوية في محافظة اسيوط 0

15- أثر الموقع علي إنتاجية محصول الكراوية :

يوضح الجدول رقم (18) معنوية أثر الإختلاف في المناطق الإنتاجية لمحصول الكراوية خلال الفترة (1990 – 2007) حيث بلغ معامل F نحو 21.5 وقد ثبت معنويتها علي مستوي 0.05 واحتلت محافظة المنيا المرتبة الأولى من حيث متوسط الإنتاجية حيث بلغ نحو 0.77 طن/ فدان خلال نفس الفترة.

جدول رقم (17) معادلات الاتجاه العام لكل من المساحة و الإنتاجية و الإنتاج الكلي لمحصول الكراوية علي
المستوي القومي و علي مستوي أهم المحافظات المنتجة له في مصر والتي ثبت
افضليتها احصائيا خلال الفترة (1990 - 2007)

المستوي	البيان	المعادلات	F	R ²	معدل التغير
القومي	المساحة (فدان)	$Y = 233.53 + 70.05_{(0.55)} X$	0.4	0.03	-2.24
	الإنتاجية (طن/فدان)	$Y = 5.72 + 0.50_{(3.71)**} X$	13.35	0.52	5.22
	الإنتاج (طن)	$Y = 15311 + 1222.30_{(1.03)} X$	1.01	0.05	2.72
محافظه اسيوط	المساحة (فدان)	$Y = 1355.15 + 21.8_{(3.45)**} X$	0.20	0.011	1.42
	الإنتاجية (طن/فدان)	$Y = 22.25 - 0.15_{(0.37)} X$	0.15	0.05	-0.55
	الإنتاج (طن)	$Y = 20236.51 - 528.82_{(0.25)} X$	0.2	0.6	-1.52

* معنوية علي مستوي 5% ** معنوية علي مستوي 1%

جدول رقم (18) نتائج تطبيق اسلوب تحليل التباين لاختبار معنوية أثر الموقع علي إنتاجية
محصول الكراوية في جمهورية مصر العربية

مصدر التباين S.V	درجة الحرية D.F	المجموع الكلي لمربعات الانحراف S.S	متوسط مربعات الانحراف M.S	F
أثر الموقع	2	1250	522	21.5
الخطأ	13	251	22	
المجموع الكلي	15	1501		

حسبت من الجدول رقم (18) بالدراسة

جدول رقم (19) تطور المساحة والإنتاجية والإنتاج الكلي من محصول الكسبرة والكراوية بأهم المحافظات المنتجة له خلال
(2007-1990) المساحة بالفدان- إنتاجية طن/فدان- الإنتاج طن

السنوات	الكسبرة بالمنيا			الكراوية بأسسيوط		
	المساحة فدان	الإنتاجية طن/فدان	الإنتاج طن	المساحة فدان	الإنتاجية طن/فدان	الإنتاج طن
2002	14457	0.89	12866.7	2345	0.68	194.6
2003	14125	0.885	12500.1	2115	0.69	1459.4
2004	13418	0.985	13216.7	1999	0.69	1379.3
2005	13935	0.890	12402.1	1980	0.655	1296.9
2006	11691	0.908	10615.1	1833	0.628	1151
2007	14136	0.908	12835	1899	0.749	1412
المتوسط	13627	0.911	12405.9	2028.5	0.68	1382.2

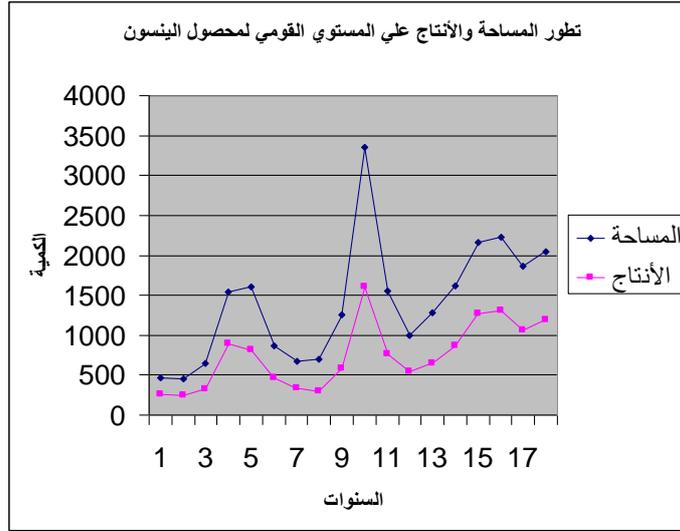
المصدر:

حسبت وجمعت من وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي , قطاع الشؤون الاقتصادية , الإدارة المركزية
للإقتصاد الزراعي الإحصاءات الزراعية- ومديريات الزراعة بمحافظات الدراسة

16- إنتاج محصول اليانسون علي المستوى القومي : المساحة المنزرعة :-

يتبين من الجدول رقم (20) ان متوسط المساحة المنزرعة بمحصول اليانسون علي مستوى جمهورية مصر العربية خلال فترة الدراسة (1990 – 2007) قد بلغ حوالي 1.404 ألف فدان تمثل نحو 2.17 % من متوسط اجمالي المساحة المنزرعة بمحاصيل النباتات الطبية و العطرية علي مستوى الجمهورية و التي قدرت بنحو 64.66 ألف فدان خلال فترة الدراسة وبتقدير معادلة الأتجاه العام للمساحة المنزرعة بمحصول الريحان فقد وجد انها تزايد بمعدل سنوي معنوي احصائيا قد بلغ نحو 145 فدان كما يتبين من الجدول رقم (21) و يتبين من الشكل رقم (17) المساحة المنزرعة لمحصول اليانسون خلال سنوات الدراسة علي المستوى القومي .

الشكل رقم (17)



الإنتاجية الفدانية :-

كما يتبين من الجدول رقم (20) تطور الإنتاجية الفدانية لمحصول اليانسون خلال الفترة (1990 – 2007) حيث بلغت نحو 0.53 طن للفدان ولم تثبت معنوية الإتجاه العام للإنتاجية الفدانية حيث قلت الإنتاجية بنحو 0.41 طن.

الإنتاج الكلي :-

يوضح الجدول رقم (20) تطور الإنتاج الكلي لمحصول اليانسون خلال الفترة (1990 –2007) ومنه يتبين انه قد تذبذب ما بين حد ادني بلغ حوالي 251 طن عام 1991 وحد اقصي بلغ نحو 1599 طن عام 1999 ولم تثبت معنوية الإتجاه العام للإنتاج الكلي من محصول اليانسون كما يتبين من الجدول رقم (21). كما يتبين من الشكل رقم (15) تطور الإنتاج الكلي لمحصول اليانسون خلال فترة الدراسة علي المستوى القومي.

17- إنتاج محصول اليانسون علي مستوى أهم المحافظات الرئيسية المنتجة له المساحة المنزرعة:

يوضح الجدول رقم (22) بالدراسة أن أهم المحافظات المنتجة لمحصول اليانسون هي المنيا و اسيوط حيث بلغ متوسط المساحة المنزرعة بها نحو 2.425 ، 0.269 الف فدان علي الترتيب خلال عام 2007 وقد ثبت معنوية الأتجاه العام للمساحة المنزرعة بمحصول اليانسون حيث تزايدت المساحة بنحو 25,3 فدان في محافظة المنيا ولم تثبت معنوية الأتجاه العام للمساحة في محافظة اسيوط كما يتبين من الجدول رقم (21) 0 كما يتبين من الشكل رقم (19.18) تطور المساحة والإنتاج لمحصول اليانسون في محافظتي الدراسة.

- الإنتاجية الفدانية :-

يوضح الجدول رقم (22) أن متوسط الإنتاجية الفدانية لمحصول اليانسون قد بلغ حوالي 0.600 ، 0.591 طن/فدان علي مستوي اهم المحافظات المنتجة وهي المنيا و اسيوط علي الترتيب عام 2007 وبتقدير معادلة الإتجاه العام لم تثبت المعنوية الإحصائية للإنتاجية الفدانية لمحصول اليانسون في محافظتي المنيا وأسيوط.

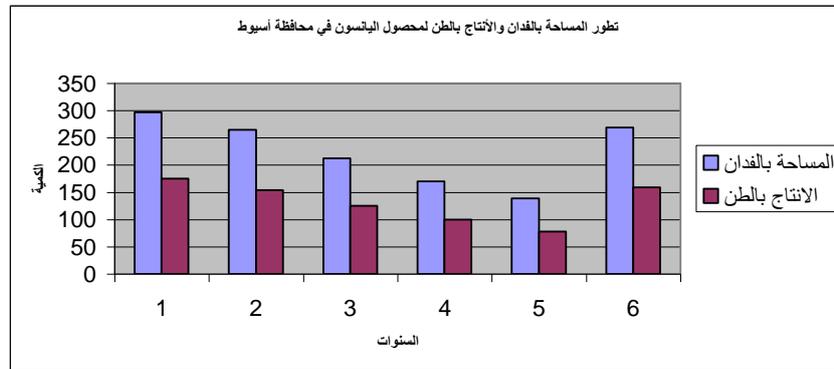
- الإنتاج الكلي :-

يوضح الجدول رقم (22) ان متوسط الإنتاج الكلي لمحصول اليانسون خلال عام 2007 علي مستوي اهم المحافظات المنيا و اسيوط قد بلغ نحو 1455 ، 159 طن علي الترتيب ولم تثبت معنوية الإتجاه العام للإنتاج الكلي لمحصول اليانسون في كل من محافظتي المنيا و اسيوط .

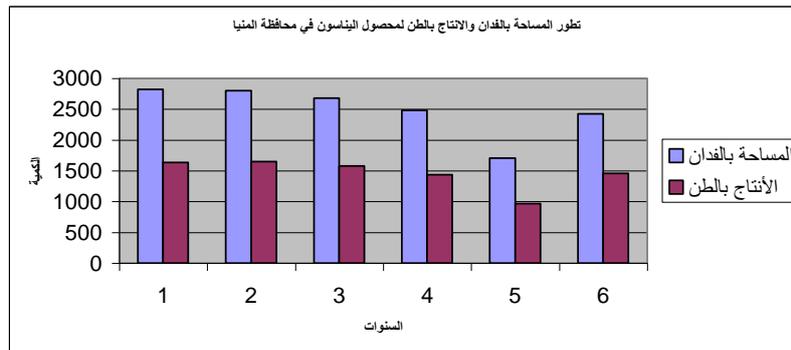
18- أثر الموقع علي إنتاجية محصول اليانسون:

يوضح الجدول رقم (23) معنوية أثر الإختلاف في المناطق الإنتاجية لمحصول اليانسون خلال الفترة (1990 – 2007) حيث بلغ معامل F نحو 23.55 وقد ثبت معنويتها علي مستوي 0.05 واحتلت محافظة المنيا المرتبة الأولى من حيث متوسط الإنتاجية حيث بلغ نحو 0.600طن/فدان يليها محافظة اسيوط حيث بلغ نحو 0.57طن/فدان خلال نفس الفترة.

شكل رقم (18)



شكل رقم (19)



جدول رقم (20) تطور المساحة والإنتاجية والإنتاج الكلى من محصول اليانسون
والشمر للفترة من (1990-2007)

الشمر			اليانسون			السنوات
الإنتاج طن	الإنتاجية طن/فدان	المساحة فدان	الإنتاج طن	الإنتاجية طن/فدان	المساحة فدان	
74	0.9	82	262	0.57	462	1990
1562	1.29	1272	251	0.56	451	1991
659	1.2	551	330	0.51	644	1992
1341	1.2	1101	897	0.58	1540	1993
1840	1.1	1720	815	0.51	1610	1994
3510	1.12	3140	461	0.53	870	1995
2669	1.27	2099	335	0.5	668	1996
2756	1.2	2358	296	0.42	704	1997
3083	1.2	2575	579	0.46	1255	1998
2023	1.17	1742	1599	0.48	3350	1999
3895	1.3	2973	760	0.49	1554	2000
2758	1.23	2243	541	0.54	996	2001
2421	1.4	1729	653	0.51	1277	2002
2251	1.39	1620	869	0.54	1613	2003
2705	1.04	1892	1269	0.59	2159	2004
3391	1.54	2211	1311	0.59	2226	2005
3446	1.56	2209	1056	0.57	1864	2006
3418.5	1.55	2210	1187.5	0.58	2045	2007
2433.4	1.25	1873	748.4	0.53	1404.8	المتوسط

المصدر:

حسبت وجمعت من وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضى , قطاع الشؤون الاقتصادية , الإدارة المركزية
للإقتصاد الزراعى الإحصاءات الزراعية

جدول رقم (21) معدلات الإنتاج العام لكل من المساحة و الإنتاجية و الإنتاج الكلي لمحصول اليانسون علي المستوي القومي و علي مستوي أهم المحافظات المنتجة له في مصر والتي ثبتت افضليتهما احصائيا خلال الفترة (1990 - 2007)

المستوي	البيان	المعادلات	F	R ²	معدل التغير
القومي	المساحة (فدان)	$Y=158.51+145.12(2.5)**X$	5.6	0.27	4.15
	الإنتاجية (طن/فدان)	$Y=10.8 - 0.41 (2.2)* X$	3.95	0.25	-3.15
	الإنتاج (طن)	$Y=1350.52-31.5 (0.23) X$	0.05	0.08	-0.09
محافظة المنيا	المساحة (فدان)	$Y=1285.15+25.3 (3.45) **X$	0.21	0.015	1.29
	الإنتاجية (طن/فدان)	$Y=21.25+ 0.14(0.37) X$	0.14	0.01	-0.45
	الإنتاج (طن)	$Y= 4245.51-541.92(0.42) X$	0.2	0.05	-1.99
محافظة اسيوط	المساحة (فدان)	$Y=2805.56-57.45(0.53) X$	0.28	0.02	-1.71
	الإنتاجية (طن/فدان)	$Y=0.84 - 0.005(0.83) X$	0.65	0.05	-2.28
	الإنتاج (طن)	$Y=885.09+91.11(0.36) X$	6.38	0.33	-5.5

* معنوية علي مستوي 5% ** معنوية علي مستوي 1%

المصدر: حسبت وجمعت من الجدول رقم (22.20) بالدراسة
جدول رقم (22) تطور المساحة والإنتاجية والإنتاج الكلي من محصول اليانسون بأهم المحافظات المنتجة له خلال (1990-2007) المساحة بالفدان- إنتاجية طن/فدان- الإنتاج طن

السنوات	المنيا		أسيوط		المتوسط
	المساحة فدان	الإنتاجية طن/فدان	المساحة فدان	الإنتاجية طن/فدان	
2002	2825	0.58	297	0.59	175.3
2003	2799	0.59	265	0.58	153.7
2004	2681	0.58	212	0.59	125.1
2005	2484	0.577	170	0.59	100
2006	1705	0.569	139	0.56	78
2007	2425	0.600	269	0.59	159
المتوسط	2485.5	0.58	225.3	0.58	131.85

المصدر: حسبت وجمعت من وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي , قطاع الشؤون الإقتصادية , الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعي الإحصاءات الزراعية- ومديريات الزراعة بمحافظات الدراسة جدول رقم (23) نتائج تطبيق أسلوب تحليل التباين لاختبار معنوية أثر الموقع علي إنتاجية محصول اليانسون في جمهورية مصر العربية

F	متوسط مربعات الإنحراف M.S	المجموع الكلي لمربعات الإنحراف S.S	درجة الحرية D.F	مصدر التباين S.V
23.5	5.83	5.52	1	أثر الموقع
	0.005	0.037	10	الخطأ
		5.56	11	المجموع الكلي

حسبت من الجدول رقم (20) بالدراسة

19- إنتاج محصول الشمر علي المستوى القومي :

للتعرف علي الملامح الرئيسية لإنتاج محصول الشمر علي المستوى القومي سوف تتناول الدراسة تطور كل من المساحة المنزرعة و الإنتاجية الفدانية والإنتاج الكلي للمحصول .

المساحة المنزرعة :-

يتبين من الجدول رقم (20) أن متوسط المساحة المنزرعة بمحصول الشمر علي مستوى جمهورية مصر العربية خلال فترة الدراسة (1990 – 2007) قد بلغ حوالي 1.873 ألف فدان تمثل نحو 2.89 % من متوسط اجمالي المساحة المنزرعة بمحاصيل النباتات الطبية و العطرية علي مستوى الجمهورية و التي قدرت بنحو 64.668 ألف فدان خلال فترة الدراسة هذا ولم تثبت معنوية الاتجاه العام للمساحة المنزرعة لمحصول الشمر كما يتبين من الجدول رقم (24) وكما يتبين من الشكل رقم (20) تطور المساحة المنزرعة لمحصول الشمر خلال سنوات الدراسة علي المستوى القومي .

الإنتاجية الفدانية :-

يوضح الجدول رقم (20) تطور الإنتاجية الفدانية لمحصول الشمر حيث يتبين انه قد تذبذب ما بين حد ادني 0.9 طن للفدان عام 1990 وحد أقصى الي نحو 1.55 طن للفدان عام 2007 وذلك بمتوسط عام بلغ حوالي 1.25 طن للفدان خلال فترة الدراسة (1990 – 2007) هذا وقد ثبتت معنوية الاتجاه العام للإنتاجية الفدانية من محصول الشمر حيث تزايدت الإنتاجية بنحو 0.07 طن للفدان كما يتبين من الجدول رقم (24)

الإنتاج الكلي :-

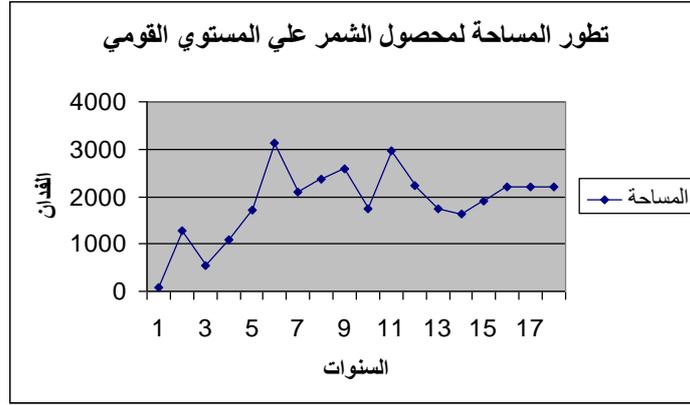
يوضح الجدول رقم (20) تطور الإنتاج الكلي لمحصول الشمر حيث تذبذب الإنتاج ما بين 2023 طن عام 1999 الي نحو 3418.5 طن عام 2007 وقد ثبت معنوية الاتجاه العام لتغير الإنتاج الكلي حيث تزايد بمعنوية بلغت نحو 1.03 طن / فدان خلال فترة الدراسة كما يتبين كم الجدول رقم (24) وكما يتبين من الشكل رقم (20) تطور الإنتاج خلال نفس الفترة لمحصول الشمر علي المستوى القومي.

20- إنتاج محصول الشمر علي مستوى أهم المحافظات الرئيسية المنتجة له

المساحة المنزرعة :

يوضح الجدول رقم (25) أن أهم المحافظات المنتجة لمحصول الشمر هي محافظة اسيوط حيث بلغ متوسط المساحة المنزرعة بها نحو 2022 فدان خلال فترة الدراسة هذا وقد ثبت معنوية الاتجاه العام للمساحة المنزرعة بمحصول الشمر في محافظة اسيوط حيث تزايدت المساحة تزايدت معنويا بلغ نحو 230 فدان كما يتبين من الجدول رقم (24) وكما يتبين من الشكل رقم (19) تطور المساحة والإنتاج لمحصول الشمر في محافظة اسيوط .

الشكل رقم (20)



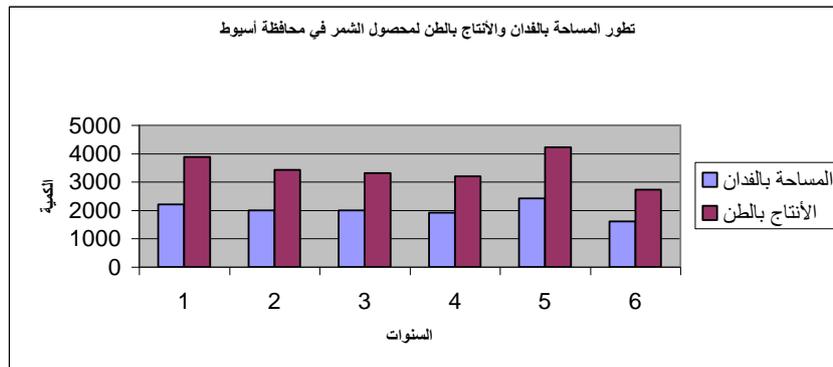
- الإنتاجية الفدانية :-

يوضح الجدول رقم (25) أن متوسط الإنتاجية الفدانية لمحصول الشمر قد بلغت نحو 1.7 طن للفدان خلال فترة الدراسة ولم تثبت معنوية الإتجاه العام للإنتاجية الفدانية من محصول الشمر .

- الإنتاج الكلي :-

يوضح الجدول رقم (25) ان متوسط الإنتاج الكلي لمحصول الشمر خلال فترة الدراسة قد بلغ نحو 3455.6 طن هذا وقد ثبت معنوية الأتجاه العام للإنتاج الكلي في محافظة اسيوط حيث تزايد الإنتاج بمعدل تزايد احصائيا بلغ نحو 342 طن كما يتبين من الجدول رقم (24)

الشكل رقم (21)



جدول رقم (24) معادلات الإتجاه العام لكل من المساحة و الإنتاجية و الإنتاج الكلي لمحصول الشمر علي المستوي القومي و علي مستوي أهم المحافظات المنتجة له في مصر والتي ثبتت افضليتهما احصائيا خلال الفترة (1990 - 2007)

المستوي	البيان	المعادلات	F	R ²	معدل التغير
القومي	المساحة (فدان)	$Y=1987.105+23.9_{(0.48)} X$	0.23	0.017	1.42
	الإنتاجية (طن/فدان)	$Y=1.63 + 0.07_{(3.95)**} X$	15.57	0.55	3.08
	الإنتاج (طن)	$Y=8.39 + 1.03_{(2.7)**} X$	13.2	0.32	9.7
محافظة اسيوط	المساحة (فدان)	$Y=325.52 + 230_{(4.5)**} X$	20.3	0.61	8.7
	الإنتاجية (طن/فدان)	$Y=5.22 + 0.05_{(0.62)} X$	0.58	0.04	1.82
	الإنتاج (طن)	$Y= 635.92 + 342.22_{(5.82)} X$	22.2	0.71	8.28

* معنوية علي مستوي 5% ** معنوية علي مستوي 1%

المصدر: حسبت وجمعت من الجدول رقم (25.20) بالدراسة

جدول رقم (25) تطور المساحة والإنتاجية والإنتاج الكلي من محصول الشمر بأهم المحافظات المنتجة له خلال (1990-2007) المساحة بالفدان- إنتاجية طن/فدان- الإنتاج طن

السنوات	المنيا			أسيوط		
	المساحة فدان	الإنتاجية طن/فدان	الإنتاج طن	المساحة فدان	الإنتاجية طن/فدان	الإنتاج طن
2002				2215	1.75	3876.3
2003				2001	1.71	3421
2004				1995	1.66	3311.7
2005				1908	1.67	3190.17
2006				2417	1.7	4213
2007				1601	1.7	2721.7
المتوسط				2022.8	1.7	3455.6

المصدر:

حسبت وجمعت من وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي , قطاع الشؤون الاقتصادية , الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعي الإحصاءات الزراعية- ومديريات الزراعة بمحافظة الدراسة

21- أثر الموقع علي إنتاجية محصول الشمر :

يوضح الجدول رقم (26) معنوية أثر الإختلاف في المناطق الإنتاجية لمحصول الشمر خلال الفترة (1990 – 2007) حيث بلغ معامل F نحو 20.81 وقد ثبت معنويتها علي مستوي

0.05 واحتلت محافظة اسيوط المرتبة الأولى من حيث متوسط الإنتاجية حيث بلغ نحو 1.7 طن/ فدان خلال نفس الفترة.

جدول رقم (26) نتائج تطبيق اسلوب تحليل التباين لاختبار معنوية أثر الموقع علي إنتاجية محصول الشمر في جمهورية مصر العربية

F	متوسط مربعات الإنحراف M.S	المجموع الكلي لمربعات الإنحراف S.S	درجة الحرية D.F	مصدر التباين S.V
20.81	532	126.4	2	أثر الموقع
	20	383	15	الخطأ
		1648	17	المجموع الكلي

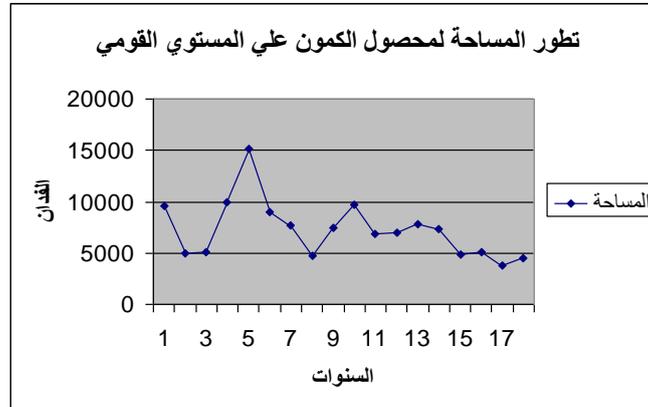
22- إنتاج محصول الكمون علي المستوى القومي :

للتعرف علي الملامح الرئيسية لإنتاج محصول الكمون علي المستوى القومي سوف نتناول الدراسة تطور كل من المساحة المنزرعة و الإنتاجية الفدانية والإنتاج الكلي لمحصول الكمون .

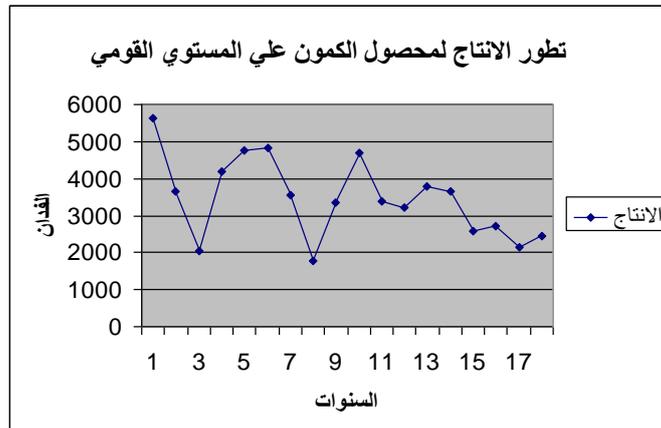
المساحة المنزرعة :-

يتبين من الجدول رقم (27) أن متوسط المساحة المنزرعة بمحصول الكمون علي مستوى جمهورية مصر العربية خلال فترة الدراسة (1990 – 2007) قد بلغ حوالي 7.263 ألف فدان تمثل نحو 11.23 % من متوسط اجمالي المساحة المنزرعة بمحاصيل النباتات الطبية و العطرية علي مستوى الجمهورية و التي قدرت بنحو 64.668 ألف فدان خلال فترة الدراسة ولم تثبت معنوية الأتجاه العام للمساحة المنزرعة لمحصول الكمون كما يتبين من الجدول رقم (28) ويتبين من الشكل رقم (22) تطور المساحة و الإنتاج لمحصول الكمون خلال فترة الدراسة 0

الشكل رقم (22)



الشكل رقم (23)



جدول رقم (27) تطور المساحة والإنتاجية والإنتاج الكلي من محصول الكمون والكزبرة
(2007-1990)

الكسبرة			الكمون			السنوات
الإنتاج طن	الإنتاجية طن/فدان	المساحة فدان	الإنتاج طن	الإنتاجية طن/فدان	المساحة فدان	
7734	0.84	9251	5643	0.59	9563	1990
7751	0.8	9689	3659	0.53	4998	1991
7178	0.8	8816	2049	0.4	5121	1992
11256	0.84	13332	4178	0.42	9951	1993
10484	0.84	12464	4767	0.31	15168	1994
6419	0.9	7113	4825	0.54	8989	1995
9062	0.94	9618	3564	0.47	7731	1996
9514	0.84	10098	1777	0.38	4711	1997
17550	0.95	17686	3363	0.45	7499	1998
16540	0.94	17384	4679	0.48	9674	1999
9402	0.94	10011	3375	0.49	6867	2000
9647	0.94	10263	3230	0.46	7039	2001
10607	0.76	14038	3787	0.48	7817	2002
9707	0.76	12771	3637	0.5	7326	2003
12230	0.79	13720	2585	0.53	4906	2004
1297	0.9	1446	2722	0.53	5144	2005
1130	0.91	1256	2147	0.75	3772	2006
1213	0.90	1351	2434	0.64	4458	2007
7940.4	0.86	10017.1	3467.8	0.48	7263	المتوسط

المصدر:

حسبت وجمعت من وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي , قطاع الشؤون الاقتصادية , الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعي الإحصاءات الزراعية

الإنتاجية الفدانية :-

يوضح الجدول رقم (27) تطور الإنتاجية الفدانية لمحصول الكمون خلال الفترة 1990 - 2007 (ومنها يتبين انها قد تذبذبت ما بين حد ادني 0.31 طن للفدان عام 1994 وحد أقصى الي نحو 0.75 طن للفدان عام 2006 وذلك بمتوسط عام بلغ حوالي 0.48 طن للفدان خلال فترة الدراسة (1990 - 2007) هذا ولم تثبت معنوية الأتجاه العام للإنتاجية الفدانية من محصول الكمون.

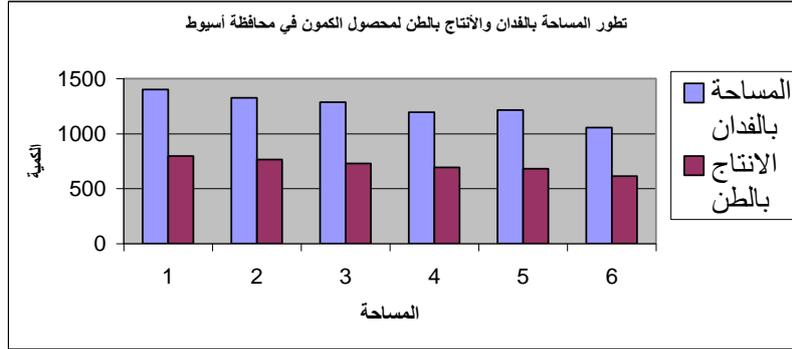
الإنتاج الكلي :-

يوضح الجدول رقم (27) تطور الإنتاج الكلي لمحصول الكمون خلال الفترة (1990 - 2007) حيث تذبذب الإنتاج ما بين حد ادني بلغ نحو 1777 طن عام 1997 و حد اقصى بلغ نحو 3787 طن عام 2002 وذلك بمتوسط بلغ نحو 3467.8 طن خلال فترة الدراسة ولم تثبت معنوية الإتجاه العام لتغير الإنتاج الكلي نتيجة لعدم ثبوت معنوية الأتجاه العام لكل من المساحة و الإنتاجية الفدانية .

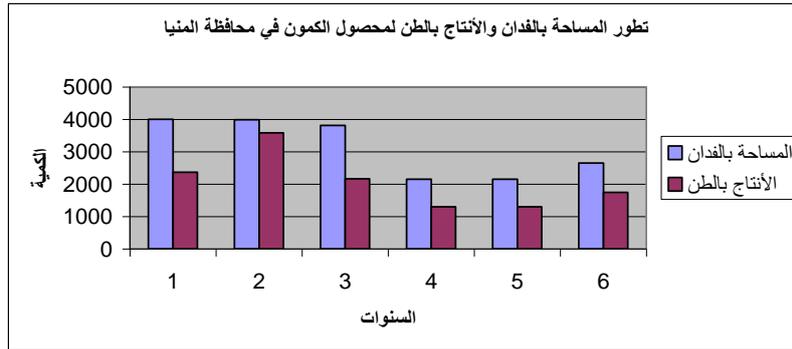
23- إنتاج محصول الكمون على مستوى أهم المحافظات الرئيسية المنتجة له المساحة المنزرعة :-

يوضح الجدول رقم (29) أن أهم المحافظات المنتجة لمحصول الكمون هي المنيا و اسيوط حيث بلغ متوسط المساحة المنزرعة بها نحو 2648 ، 1053 فدان علي الترتيب خلال عام 2007 هذا وقد ثبتت معنوية الاتجاه العام للمساحة المنزرعة في محافظة المنيا حيث تزايدت المساحة بنحو 90 فدان ولم تثبت معنوية الاتجاه العام للمساحة المنزرعة في محافظة اسيوط كما يتبين من الجدول رقم (28) وكما يتبين من الشكل رقم (24 ، 25) تطور المساحة والإنتاج لمحصول الكمون في محافظتي الدراسة .

الشكل رقم (24)



الشكل رقم (25)



- الإنتاجية الفدانية :-

يوضح الجدول رقم (29) أن متوسط الإنتاجية الفدانية لمحصول الكمون خلال عام 2007 قد بلغت نحو 0.657 ، 582.0 طن للفدان علي التوالي في محافظتي المنيا و اسيوط ولم تثبت معنوية الاتجاه العام للإنتاجية الفدانية من محصول الكمون في كل من محافظتي المنيا و اسيوط .

الإنتاج الكلي :-

يوضح الجدول رقم (29) ان متوسط الإنتاج الكلي لمحصول الكمون خلال عام 2007 علي مستوي محافظتي المنيا و اسيوط قد بلغ نحو 1740 ، 1613 طن هذا ولم تثبت معنوية الاتجاه العام للإنتاج الكلي لمحصول الكمون في كل من محافظة المنيا و اسيوط ويتبين من الشكل رقم (22.21) تطور الانتاج الكلي لمحصول الكمون في محافظتي الدراسة

24- أثر الموقع على إنتاجية محصول الكمون :

يوضح الجدول رقم (30) معنوية أثر الإختلاف في المناطق الإنتاجية لمحصول الكمون خلال الفترة (1990 – 2007) حيث بلغ معامل F نحو 5.05 وقد ثبت معنويتها علي مستوي 0.05 واحتلت محافظة المنيا المرتبة الأولى من حيث متوسط الإنتاجية حيث بلغ نحو 0.657 طن/ فدان يليها محافظة اسيوط حيث بلغ نحو 0.582 طن/فدان خلال نفس الفترة.

جدول رقم (28) معادلات الاتجاه العام لكل من المساحة و الإنتاجية و الإنتاج الكلي لمحصول الكمون علي المستوي القومي و علي مستوي أهم المحافظات المنتجة له في مصر والتي ثبتت افضليتهما احصائيا خلال الفترة (1990 - 2007)

المستوي	البيان	المعادلات	F	R ²	معدل التغير
القومي	المساحة (فدان)	$Y=485.82 - 15.18_{(0.17)} X$	0.031	0.03	- 0.15
	الإنتاجية (طن/فدان)	$Y=0.9 - 0.004_{(0.55)} X$	0.3	0.02	- 0.55
	الإنتاج (طن)	$Y=5265.33 - 25.4_{(0.32)} X$	0.13	0.01	- 0.36
محافظة المنيا	المساحة (فدان)	$Y=357.13 + 90.5_{(2.28)} X$	5.3	0.29	4.8
	الإنتاجية (طن/فدان)	$Y=0.84 - 0.85_{(0.83)} X$	0.48	0.05	-2.38
	الإنتاج (طن)	$Y= 885.09 - 95.56_{(1.53)} X$	5.38	0.33	- 5.5
محافظة اسيوط	المساحة (فدان)	$Y=5221.58 - 10.55_{(0.15)} X$	0.021	0.02	- 0.25
	الإنتاجية (طن/فدان)	$Y=0.005 - 0.05_{(0.35)} X$	0.2	0.01	-0.35
	الإنتاج (طن)	$Y=84.33 - 35.22_{(0.63)} X$	0.45	0.52	- 5.01

* معنوية علي مستوي 5% ** معنوية علي مستوي 1%

المصدر : حسبت وجمعت من جدول رقم (29.27) بالدرسة

جدول رقم (29) تطور المساحة والإنتاجية والإنتاج الكلي من محصول الكمون بأهم المحافظات المنتجة له خلال (1990-2007) المساحة بالفدان- إنتاجية طن/فدان- الأنتاج طن

السنوات	المنيا			أسيوط		
	المساحة فدان	الإنتاجية طن/فدان	الإنتاج طن	المساحة فدان	الإنتاجية طن/فدان	الإنتاج طن
2002	3999	0.59	2359.1	1399	0.57	797.4
2003	3986	0.598	3579.4	1325	0.577	764.5
2004	3817	0.568	2168.1	1285	0.566	727.3
2005	2155	0.599	1290.8	1193	0.582	694
2006	2155	0.599	1291	1212	0.563	682
2007	2648	0.657	1740	1053	0.582	613
المتوسط	3126.7	0.602	2071.4	1244.5	0.573	713.1

المصدر: حسبت وجمعت من وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي , قطاع الشؤون الإقتصادية , الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعي الإحصاءات الزراعية- ومديريات الزراعة بمحافظة الدراسة

جدول رقم (30) نتائج تطبيق اسلوب تحليل التباين لاختبار معنوية أثر الموقع علي إنتاجية محصول الكمون في جمهورية مصر العربية

F	متوسط مربعات الإنحراف M.S	المجموع الكلي لمربعات الإنحراف S.S	درجة الحرية D.F	مصدر التباين S.V
5.05	0.03	0.035	1	أثر الموقع
	0.1	0.117	10	الخطأ
		0.152	11	المجموع الكلي

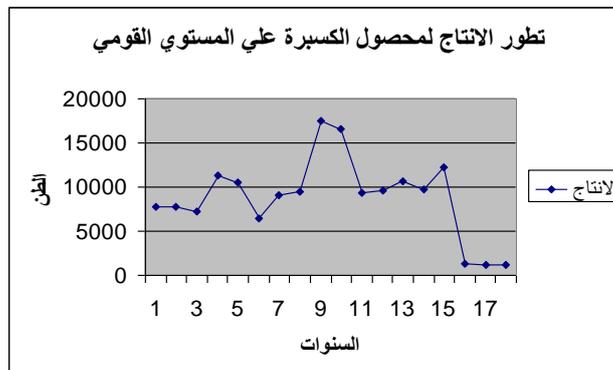
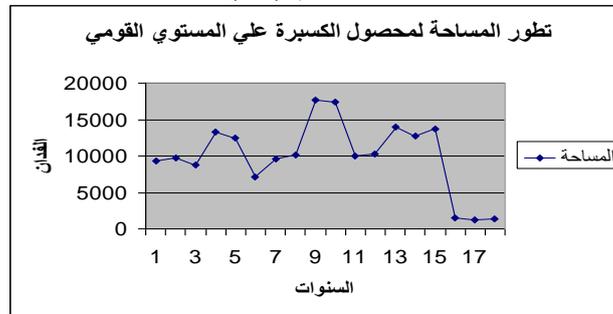
25- إنتاج محصول الكسبرة علي المستوى القومي :

للتعرف علي الملامح الرئيسية لإنتاج محصول الكسبرة علي المستوى القومي سوف نتناول الدراسة تطور كل من المساحة المنزرعة و الإنتاجية الفدانية والإنتاج الكلي لمحصول الكمون .

المساحة المنزرعة :-

يتبين من الجدول رقم (27) أن متوسط المساحة المنزرعة بمحصول الكسبرة علي مستوى جمهورية مصر العربية خلال فترة الدراسة (1990 – 2007) قد بلغ حوالي 10.017 ألف فدان تمثل نحو 15.4 % من متوسط إجمالي المساحة المنزرعة بمحاصيل النباتات الطبية و العطرية علي مستوى الجمهورية و التي قدرت بنحو 64.668 ألف فدان خلال فترة الدراسة هذا وقد ثبت معنوية الأتجاه العام للمساحة المنزرعة لمحصول الكسبرة حيث تزايدت المساحة تزايداً معنوياً بلغ نحو 227 فدان كما يتبين من الجدول رقم (31) وكما يتبين من الشكل رقم (26) تطور المساحة المنزرعة لمحصول كسبرة خلال سنوات الدراسة علي المستوى القومي .

الشكل رقم (26)



الإنتاجية الفدانية :-

يوضح الجدول رقم (27) تطور الإنتاجية الفدانية لمحصول الكسبرة خلال الفترة (1990 – 2007) ومنها يتبين انها قد تذبذبت ما بين حد ادني 0.76 طن للفدان عام 2003 وحد أقصى الي نحو 0.95 طن للفدان عام 1998 وذلك بمتوسط عام بلغ حوالي 0.86 طن للفدان خلال فترة الدراسة (1990 – 2007) هذا ولم تثبت معنوية الأتجاه العام للإنتاجية الفدانية من محصول الكسبرة.

الإنتاج الكلي :-

يوضح الجدول رقم (27) تطور الإنتاج الكلي لمحصول الكسبرة خلال الفترة (1990 – 2007) ومنه يتبين انه قد تناقص الإنتاج من نحو 12230 طن عام 2004 الي نحو 1130 طن عام 2006 وذلك بمتوسط عام بلغ حوالي 7940.4 طن خلال الفترة موضع الدراسة، ونتيجة لثبوت معنويت الإتجاه العام للمساحة والإنتاجية الفدانية فقد ثبت معنوية الإتجاه العام للإنتاج الكلي لمحصول الكسبرة كما يتبين من الجدول رقم (31). وكما يتبين من الشكل رقم (26) تطور الإنتاج خلال نفس الفترة لمحصول الكسبرة علي المستوي القومي.

26- إنتاج محصول الكسبرة على مستوى أهم المحافظات الرئيسية المنتجة له

المساحة المنزرعة :-

يوضح الجدول رقم (18) أن أهم المحافظات المنتجة لمحصول الكسبرة هي المنيا حيث بلغ متوسط المساحة المنزرعة بها نحو 14.136 الف فدان خلال عام 2007 هذا وقد ثبتت معنوية الأتجاه العام للمساحة المنزرعة في محافظة المنيا حيث تزايدت المساحة تزايداً معنوياً بنحو 185 فدان كما يتبين من الجدول رقم (31) وكما يتبين من الشكل رقم (24) تطور المساحة والإنتاج لمحصول الكسبرة في محافظة المنيا .

- الإنتاجية الفدانية :-

يوضح الجدول رقم (18) أن متوسط الإنتاجية الفدانية لمحصول الكسبرة خلال فترة الدراسة قد بلغت نحو 0.908 طن للفدان علي التوالي في محافظة المنيا وقد ثبتت معنوية الإتجاه العام للإنتاجية الفدانية من محصول الكسبرة في محافظة المنيا كما يتبين من الجدول رقم (31) بالدراسة

27- الإنتاج الكلي :-

يوضح الجدول رقم (18) ان متوسط الإنتاج الكلي لمحصول الكسبرة خلال فترة الدراسة علي مستوي اهم المحافظات قد بلغ نحو 12835 طن عام 2007 بمحافظة المنيا هذا وقد ثبتت معنوية الأتجاه العام للإنتاج الكلي لمحصول الكمون نتيجة لثبوت معنوية للمساحة و الإنتاجية بنحو 197 طن بمحافظة المنيا كما يتبين من الجدول رقم (31) بالدراسة وكما يتبين من الشكل رقم (24) تطور الإنتاجية لمحصول الكسبرة خلال نفس الفترة.

جدول رقم (31) معادلات الإتجاه العام لكل من المساحة و الإنتاجية و الإنتاج الكلي لمحصول الكسبرة علي المستوي القومي و علي مستوي أهم المحافظات المنتجة له في مصر والتي ثبتت افضليتهما احصائيا خلال الفترة (1990 - 2007)

المستوي	البيان	المعادلات	F	R ²	معدل التغير
القومي	المساحة (فدان)	$Y=626.81+227.99_{(8.15)**} X$	37.59	0.79	11.51
	الإنتاجية (طن/فدان)	$Y=3.05 + 0.18_{(1.05)}X$	16.95	0.96	3.8
	الإنتاج (طن)	$Y=325.5 + 592.07_{(1.95)**} X$	23.8	0.95	12.01
محافظة المنيا	المساحة (فدان)	$Y=525.36 + 185.77_{(3.7)**}X$	12.8	0.52	9.22
	الإنتاجية (طن/فدان)	$Y=1.52 + 0.103_{(5.73)**}X$	22.78	0.81	3.72
	الإنتاج (طن)	$Y= 35.97 + 197.98_{(1.53)**} X$	20.91	0.72	10.71

* معنوية علي مستوي 5% ** معنوية علي مستوي 1%

المصدر : حسبت وجمعت من الجدول رقم (27.18) بالدراسة

الباب الثاني الكفاءة التسويقية لمحاصيل الدراسة موضع الاختيار في العينة

تمهد:

تهدف الدراسة في هذا الباب لتقدير مؤشرات الكفاءة التسويقية للمحاصيل المختارة من النباتات الطبية والعطرية في جمهورية مصر العربية وهي الكمون والكسبرة واليانسون والشمر و الكراوية والريحان والعترة والبردقوش وشيخ البابونج علي مستوي محافظات الفيوم وبني سويف و المنيا واسيوط ، وذلك من واقع بيانات الدراسة الميدانية والتي اجريت علي مزارعي المحاصيل المختارة موضوع الاختيار في عينة الدراسة.

وينقسم هذا الباب الي فصلين في الفصل الأول سيتم توضيح كيفية اختيار عينة الدراسة و في الفصل الثاني ونظرا لاهمية و طبيعة العلاقة التكاملية بين النشاطين التسويقي و الإنتاجي لذا سيتناول الفصل الثاني جزئين رئيسيين يتعرض الأول لتحليل بعض مؤشرات اقتصاديات انتاج المحاصيل موضع الدراسة ، حيث يتضمن بالضرورة التعرف علي مزارعي العينة من حيث هيكل دوال التكاليف الإنتاجية بينما يتناول الجزء الثاني تقدير هيكل التكاليف التسويقية و تقدير مؤشرات الكفاءة التسويقية للمحاصيل المختارة . كما سيتناول تحليل لأهم العوامل التي تؤثر علي تسويق هذه المحاصيل من خلال اراء المزارعين حول أهم المعوقات و المشاكل التي تواجه تسويق المحاصيل المختارة .

الفصل الأول

1- اختيار عينة الدراسة :

تم استخدام طريقة المعاينة العشوائية الطبقية متعددة المراحل في هذه الدراسة حيث تم اختيار المحاصيل موضوع الدراسة و فقا للأهمية النسبية للمساحة المنزرعة علي مستوي الجمهورية حيث يتم اختيار المحافظة ثم المركز ثم القرى المنتجة للمحاصيل المختارة موضوع الدراسة علي مراحل متتالية ومنها يتم اختيار المزارعين عشوائيا.

2- اختيار محاصيل الدراسة :

يتم زراعة العديد من النباتات الطبية و العطرية في جمهورية مصر العربية حيث تصل الي أكثر من عشرين نوع في مختلف المناطق و المحافظات تبعا للظروف المناخية المناسبة من حيث الإنتاج وايضا ظروف التسويق من حيث القرب أو البعد عن الأسواق وفي هذه الدراسة تم اختيار تسعة من محاصيل النباتات الطبية و العطرية وذلك اعتمادا علي الأهمية النسبية لمساحة هذه المحاصيل علي المستوي القومي لمتوسط الفترة (2000 – 2007) وكانت هذه المحاصيل هي الكمون والكسبرة و اليانسون و الشمر و الكراوية و الريحان و العترة و البردقوش وشيخ البابونج و قدر متوسط المساحة لهذه المحاصيل المختارة نحو 5.8 ، 8.7 ، 16.7 ، 1.9 ، 3.7 ، 5 ، 3.3 ، 4.3 ، 8.3 ألف فدان تمثل 9% ، 13.4 % ، 2.6 ، 3% ، 5.7% ، 7.8% ، 5% ، 6.6% ، 12.9% من متوسط مساحة النباتات الطبية و العطرية علي مستوي جمهورية مصر العربية والتي قدرت بنحو 64.66 ألف فدان لنفس الفترة . وقد تم اختيار محافظات الفيوم وبني سويف و المنيا و اسيوط كتمثل جيد لدراسة هذه المحاصيل حيث تشكل نسبة المساحة المنزرعة بها نحو 78% من المساحة المنزرعة بالنباتات الطبية و العطرية علي مستوي الجمهورية .

3- اختيار مراكز الدراسة :

بالنسبة لمحصول شيخ البابونج و البردقوش تضمنت محافظة الفيوم ستة مراكز إدارية هي الفيوم و اطسا و ابشواي و سنورس و طاميه و يوسف الصديق و من الجدول رقم (1) بالملحق تم اختيار كل من مركزي ابشواي و طاميه حيث بلغ متوسط المساحة المزروعة بمحصول شيخ البابونج و البردقوش في هذين المركزين نحو 2015 و 898 فدان علي الترتيب تمثل نحو 32.1

، 98.3 % من متوسط المساحة المنزرعة بشيخ البابونج، البردقوش في محافظة الفيوم . وبالنسبة لمحافظة بني سويف تم اختيار محصول شيخ البابونج حيث تضم المحافظة نحو سبعة مراكز إدارية هي الوسطي و ببا و اهناسيا و ناصر و سمسطا و الفشن و بني سويف ومن الجدول رقم (2) بالملحق تم اختيار مركزي ببا و سمسطا حيث بلغ متوسط المساحة المنزرعة بهما نحو 1183 ، 189 فدان لهذا المحصول تمثل 53.2 % ، 8.5 % من متوسط المساحة المنزرعة بشيخ البابونج في هذه المحافظة. بالنسبة لمحصول الريحان يتبين من الجدول رقم (2) ان متوسط المساحة المنزرعة بهذا المحصول في مركز ببا و سمسطا نحو 566 فدان اي ما يعادل 22.8 % ونحو 1123 فدان أي ما يعادل نحو 45.2 % من متوسط المساحة المنزرعة بهذا المحصول في محافظة بني سويف

بالنسبة لمحصول النعناع يتبين من الجدول رقم (2) بالملحق ان متوسط المساحة المنزرعة بهذا المحصول في مركز سمسطا نحو 361 فدان اي ما يعادل 80.1 % من متوسط المساحة المنزرعة بهذا المحصول في محافظة بني سويف .

بالنسبة لمحصول العتر يتبين من الجدول رقم (2) أن متوسط المساحة المنزرعة بهذا المحصول في مركزي الوسطي و ناصر نحو 2666 ، 1036 فدان أي ما يعادل نحو 70.9 % ، 27.6 % من متوسط المساحة المنزرعة بهذا المحصول في محافظة بني سويف .

بالنسبة لمحافظة المنيا تتضمن نحو تسعة مراكز إدارية هي العدوة و مغاغة و بني مزار و مطاي و سمسطا و سمالوط و المنيا و ابو قرقاص و ملوي و دير مواس و تم اختيار مركز بني مزار لمحصول الكسبرة حيث تبين أن متوسط المساحة المنزرعة نحو 7806 فدان أي ما يعادل نحو 55.2 % من متوسط المساحة المنزرعة لهذا المحصول في محافظة المنيا .

بالنسبة لمحصول البردقوش يتبين من الجدول رقم (3) بالملحق ان متوسط المساحة المنزرعة بهذا المحصول في مركز بني مزار نحو 616 فدان أي ما يعادل نحو 45.9 % من متوسط المساحة المنزرعة بهذا المحصول في محافظة المنيا. و بالنسبة لمحصول الكراوية و اليانسون و الكمون يتبين من الجدول رقم (3) بالملحق ان متوسط المساحة المنزرعة بهذه المحاصيل في مراكز ديرمواس ، المنيا ، سمالوط نحو 1250 ، 1158 ، 1122 فدان أي ما يعادل نحو 65,8 % ، 47.8 % ، 42.4 % من متوسط المساحة المنزرعة بهذه المحاصيل في محافظة المنيا .

بالنسبة لمحافظة أسيوط تتكون من إحدى عشر مركزا وهي ديروط و القوصية و منفلوط و اسيوط و أبوتيج و صدفا و الغنايم و ابنوب و الفتح و الساحل و البداري و يتبين من الجدول رقم (4) بالملحق أن مساحة الكمون و اليانسون و الريحان و الشمر نحو 408 ، 117 ، 1000 ، 1003 فدان اي ما يعادل نحو 38.7 % ، 43.5 % ، 34.4 % ، 41.5 % من متوسط المساحة المنزرعة بهذا المحصول في محافظة اسيوط .

4- اختيار العينة على مستوى القرى المختارة :

تعتبر المعاينة الجيدة اساسا للحصول علي نتائج جيدة عن المجتمع من خلال دراسة وتحليل المفردات المأخوذة منه وطالما تم اختيارها علي اسس سليمة . ويتناول هذا الفصل اسس اختيار مفردات العينة كذلك إلقاء الضوء علي الإنتاج النباتي المنزرع لدي زراع العينة ووجه التصرف فيه .

استخدمت الدراسة العينة العشوائية الطبقيّة متعددة المراحل و ذلك للحصول علي تقديرات أعلي دقة و حتي يقبل الفروق داخل كل المجموعات الصغيرة نسبيا كذلك يمكن ان تدخل التكاليف في الإعتبار عند التقسيم الي طبقات في حالة إختلافها بين أجزاء المجتمع و لتلاشي خطأ العينة من التباين داخل الطبقات عند تقدير التباين الكلي يمكن تقديرها علي العموم من الفروق بين الوحدات في الطبقة الواحدة و ذلك لزيادة دقة النتائج المحسوبة من العينة . ومن الضروري ان تكون العينة داخل كل طبقة هي عينة احتمالية ذات توزيع متناسب اي ذات توزيع مثالي.

وفي التوزيع الأمثل لا توزع العينة علي الطبقات بنسبة ثابتة فقط بل نختار من كل طبقة عددا يتناسب مع درجة تجانس هذه الطبقة فنختار عددا صغيرا من الطبقات المتجانسة وكلما قل

التجانس في طبقة يزيد عدد الوحدات التي نختارها منها وذلك حتي نستطيع تصغير خطأ المعاينة التي يزداد احتمال حدوثه بزيادة درجة التثبيت . أي انه في التوزيع الأمثل يتوقف حجم العينة المأخوذة من الطبقة علي حجم الطبقة وتباينها فيكون حجم العينة كبيرا إذا ما كان حجم الطبقة كبيرا أو تباينها أو هما معا وحتى يمكن الحصول علي تقدير دقيق لمتوسط كل طبقة عن طريق العينة الطبقية ومقارنة متوسطاتها لتحقيق الغرض النهائي. يتم اختيار العينة بصورة تدريجية حتي يتم اختيار مراكز معينة بكل محافظة وقرية ممثلة تمثيلا تاما للمجتمع بهذه المراكز بمصر الوسطي وشمال الصعيد. وقد تم اختيار مركز ابشواي بمحافظة الفيوم لزراع عينة شيخ الباونج وقد اختير من قرية شكشوك وجيلاني وابوكساه و منشأة هويدي و أبوجينشو وتم اختيار 100 مشاهدة من هذه القرية . وبالنسبة لزراع عينة البردقوش تم اختيار مركز ابشواي و طامية وقد اختير منه قرية أبوكساه و المظاطلي و منشأة الجمال علي الترتيب وقد تم اختيار 70 مشاهدة من هذه المراكز و القرية. وتم اختيار أربعة مراكز من محافظة بني سويف تمثل المجتمع أكثر تمثيلا لكل طبقة فقد تم اختيار مركز ببا و سمسطا و الوسطي و ناصر وقد اختيرت أهم القرية الممثلة لهذا المجتمع فقد اختير مركز ببا و سمسطا من أهم المراكز التي تزرع النباتات الطبية و العطرية وقد اختير من قرية فابريقية بببا و فزارة و بندر ببا و منشأة أبو مليج و بدهل بواقع 130 مشاهدة لزراع شيخ الباونج و الريحان و النعناع و بالنسبة لمركزي الوسطي و ناصر فقد تم اختيار قريتي مناشي أبوصير و أبو صير الملق بواقع 35 مشاهدة لزراع محصول العتر في هذه المحافظة .

و بالنسبة لمحافظة المنيا فقد تم اختيار مركزين من هذه المحافظة وهي مركز بني مزار و المنيا وهي من أهم المراكز التي تزرع النباتات الطبية و العطرية و قد اختيرت منه قرية ساقولا و أشروبه و أعطو الوقف و تله بواقع 145 مشاهدة لزراع محصول الكسيرة بالإضافة الي تلة و طوخ و صفت غربية و شلقام بواقع 152 مشاهدة لزراع محصول البردقوش و الكراوية و اليانسون و الكمون .

و بالنسبة لمحافظة أسيوط فقد تم اختيار اربعة مراكز وهي اسيوط و القوصية و ابنوب و منفلوط اللذين يعتبروا من اهم المراكز التي تزرع النباتات الطبية و العطرية وقد تم اختيار 200 مشاهدة من قري موشا و حوض دنيف الشرقية و دنيف الغربية و بني قره و الصبحة و عرب القدايم و بني محمد و المراونة و بني مجد و بني رافع. وقد تم اختيار 50 مشاهدة لكل قرية لزراع محصول الكمون و اليانسون و الريحان و الشمر حتي يمكن الحصول علي تقدير دقيق لمتوسط كل طبقة من الطبقات المتجانسة للعينة الطبقية و مقارنة متوسطاتها لتحقيق الغرض النهائي.

الفصل الثاني

الكفاءة التسويقية لمحاصيل الدراسة موضع الاختيار في العينة

تمهيد :

يتناول هذا الفصل دراسة تحليلية لأهم مؤشرات الكفاءة التسويقية لمحاصيل النباتات الطبية و العطرية المختارة علي مستوى العينة المدروسة لكل محصول .
وتم دراسة وتوصيف أهم المؤشرات الوصفية لعينة الدراسة التي تتعلق بالمنتجين أنفسهم كالمستوي التعليمي ، عدد المشتغلين بالزراعة ومدى الخبرة في زراعة هذه المحاصيل ، مدى الدراية بالزراعة النظيفة لمحاصيل النباتات الطبية و العطرية ومن ثم المؤشرات الوصفية المتعلقة بالمحاصيل المنزرعة من حيث مدة مكوث المحصول بالزراعة الواحدة و طريقة الزراعة و عدد الحشات. بالإضافة الي توضيح هيكل تكاليف إنتاج هذه المحاصيل علي مستوي العينة و استخراج دوال التكاليف و حجم الإنتاج الأمثل الذي يدني التكاليف ومن ثم قياس الكفاءة التسويقية ، نصيب المنتجين من سعر الشراء ، و صافي ثمن الطن المسوق و أهم العوامل المؤثرة علي الكفاءة التسويقية وذلك عبر المسالك التسويقية المختلفة لكل محصول.

1- محصول شيح البابونج :

يتضح من عينة الدراسة أن 75 % من مزارعي العينة ملمين بالقراءة و الكتابة دون مؤهلات علمية وبالنسبة لعدد المشتغلين بالزراعة من أفراد العائلة فقد كان نسبتهم 52 % من عينة الدراسة و كحد أدني فرد واحد و حد أقصى خمسة أفراد .
مدة مكوث المحصول بالزراعة الواحدة تتراوح ما بين سبعة شهور (66 %) وستة شهور (34 %) من عينة الدراسة ونحو 60 % من مزارعي العينة يقومون بزراعة محصول شيح البابونج في أراضي طميهه ، و 40 % من المزارعين يريحون الأرض قبل زراعة شيح البابونج و الباقي من العينة يتناوبون زراعة محاصيل الخضر أو الذرة . وتبين الدراسة أن نحو 80 % من المزارعين ليس لديهم علم أو اي معلومات عن الزراعة النظيفة لمحاصيل النباتات الطبية و العطرية كما يتضح أن عدد الجمعات لمحصول شيح البابونج بلغ نحو 3 جمعات بنسبة تقدر بنحو 29 % و اقصى عدد جمعات بلغ 10 جمعات بلغ نحو 18 % وأغلب المزارعين يقومون باجراء 7 جمعات و نسبتهم 40 % من عينة الدراسة كما بلغ أدني عدد لسنوات الخبرة في زراعة محصول شيح البابونج هو 4 سنوات و نسبتهم 25 % و أقصى سنوات الخبرة بلغت 20 سنة و نسبتهم 8 % واغلبية المزارعين من ذوي خبرة 10 سنوات و بلغت نسبتهم 45 % من عينة الدراسة كما تبين أن 80 % من المزارعين يستخدمون التقاوي في الزراعة .

أ- التكاليف الإنتاجية لمحصول شيح البابونج :

يبين الجدول رقم (33) هيكل التكاليف الإنتاجية الفدائية لمحصول شيح البابونج علي مستوي محافظة الفيوم و بني سويف خلال الموسم (2006 – 2007) في عينة الدراسة كما هو واضح يتبين أن تكاليف الجمع تمثل أعلى نسبة من قيمة التكاليف الإنتاجية الفدائية لمحصول شيح البابونج حيث بلغت نحو 28.16 % وهذه من أهم المشاكل التي تواجه منتجي هذا المحصول في عدم توافر الأيدي العاملة و ارتفاع اجورها في عملية جمع المحصول حيث يعتبر المحصول من المحاصيل الحساسة في جمعها بحيث يتم جمع النورات الزهرية المتفتحة حيث تكون الأزهار الشعاعية في وضع أفقي بعنق قصير جدا لا يتجاوز 3 مم ، ولهذا فينطلب جمع هذا المحصول عمالة فنية مدربة ويقوم المنتجين باستخدام الأطفال بأعداد كبيرة بدلا من الرجال ، يليها بالأهمية إيجار الأرض والذي بلغ حوالي 31.2 % من قيمة التكاليف الإنتاجية ثم تأتي قيمة تكاليف كل من التقاوي و السماد الكيماوي و السماد البلدي و الري من حيث بلغت الأهمية النسبية لكل منها 7.8 % ، 12.5 % ، 4.6 % ، 3.9 % علي الترتيب من حيث قيمة التكاليف الإنتاجية الفدائية .
ويأتي بعد مراكز بيع الأسمدة و المبيدات عن مكان الإنتاج و عدم توفره بالكميات المناسبة و الكافية من أهم الأسباب التي من شأنها تحميل المنتجين أعباء مالية إضافية لتوفير ما يحتاجونه

من أسمدة و مبيدات في الأوقات و الكميات المناسبة و من هنا يتضح أن أهم بنود التكاليف المسئولة عن ارتفاع التكاليف هي الجمع و الإيجار و السماد الكيماوي و البلدي والمبيدات.

جدول رقم (33) بيان تكاليف زراعة و إنتاج فدان من محصول شيح البابونج لعام 2007

العمليات الزراعية	بياناتها	التكاليف بالجنيه	%
إيجار الأرض	طوال فترة المحصول 3/2 سنة	2000	31.2
حرث	وجهين وتخطيط	100	1.56
تحويل ، ريه كدابه	عدد 6 عمال x 15 جنيه	90	1.41
عزيق وتسوية وتنقية حشائش	عدد 15 عامل x 15 جنيه	225	3.5
تقاوي 10 الاف شتلة	عدد الشتلة x 5 جنيه	500	7.82
زراعة	عدد 5 عمال x 15	75	1.27
رية الزراعة	عدد واحد عامل x 15 + ماكينة ري بـ 75 جنيه	90	1.41
أسمدة كيماوية	عدد 3 شيكارة سوبر فوسفات x 60 عدد 2 شيكارة بوتاسيوم x 110 عدد 5 شيكارة نترات x 80	180 220 400	2.82 3.41 6.3
نثر سماد ري	عدد 4 عمال x 15	60	0.93
سماد بلدي	عدد عشر ريات x 25	250	3.93
مقاومة آفات	عدد 20 م ³ x 15	300	4.62
حصاد ونقل	عدد 1 عامل x 15 +نقل	100	1.56
جمع المحصول	عدد 70 عامل x 15 عدد 50 ولد x 15	1800	28.26
إجمالي التكاليف		6390	100
قيمة الإنتاج	كمية الإنتاج x السعر 3 طن x 3000 جنيه	9000	
صافي الربح		2610	

المصدر : عينة الدراسة وبيانات مديرية الزراعة بمحافظة بني سويف ، المنيا ، اسيوط، الفيوم وإدارة البساتين لسنة 2007

ب- دالة تكاليف الإنتاج لمحصول شيح البابونج في عينة الدراسة :

تم تقدير دالة التكاليف الإنتاجية لمحصول شيح البابونج علي مستوي عينة المنتجين في الصورتين التربيعية و التكعيبية وقد ثبت أفضلية الصورة التكعيبية من الناحيتين الأحصائية و الأقتصادية لتمثيل تلك الدالة كما هو مبين في الجدول رقم (34) . وقد ثبت معنوية الناتج علي مستوي معنوية 1% و أشار رقم F علي معنوية النموذج ككل عند مستوي معنوية 1% وتدل قيمة معامل التحديد R² (95 %) والمقدر من الدالة علي أن التقلبات في حجم الإنتاج تشرح نحو 95 % من التقلبات الكلية في التكاليف.

وقد امكن اشتقاق دالة التكاليف الحدية بإيجاد التفاضل الجزئي الأول لدالة التكاليف بالنسبة للمتغير Q كما يلي :

$$MC = 1899.45 - 171.02Q + 9.03 Q^2$$

جدول رقم (34) النموذج الرياضي المقدر لدالة تكاليف الإنتاج لمحصول شاي البابونج

البيانات	المعادلة المقدره	R ²	F
الصورة التربيعية	$C = 317.22 + 5908.19Q + 987.98Q^2$ (1.37) (8.89)** (3.78)**	0.93	200.37
الصورة التكعيبية	$C = 366.23 + 1899.45Q - 85.51Q^2 + 3.1Q^3$ (1.39) (3.01)** (2.98)** (3.29)**	0.95	206.9
* معنوية علي مستوي 5 %		** معنوية علي مستوي 1 %	
المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية			

ويمكن تحديد الحجم الأمثل لإنتاج الفدان من شاي البابونج علي مستوي المحافظات المنجة له و ذلك بمساواة التكاليف الحدية بالإيراد الحدي وهو عبارة عن السعر باجنيه/ طن حيث قدر بنحو 2.82 طن . وقد أمكن الحصول علي ادني نقطة علي منحنى متوسط التكاليف الكلية عن طريق مساواة دالة التكاليف الحدية مع دالة متوسط التكاليف الكلية و امكن الحصول علي دالة متوسط التكاليف الكلية من قسمة التكاليف الكلية علي حجم الإنتاج كما يلي :

$$ATC = \frac{-366.23}{Q} + 1899.45 - 85.51Q + 3.01Q^2$$

و أتضح من مساواة الدالتين أن حجم الإنتاج المدني للتكاليف قد بلغ نحو 2.9 طن.

ج - التكاليف التسويقية لمحصول شاي البابونج :

من الضروري الوقوف و التعرف علي تكلفة تسويق الطن من المحصول و ذلك نظرا لأهمية علي مدي كفاءة النظام التسويقي ومن الجدول رقم (35) الذي يوضح هيكل التكاليف التسويقية للطن من شاي البابونج علي مستوي عينة الدراسة يتضح أن متوسط تكلفة الطن من محصول شاي البابونج نحو 1205 جنيها تمثل كل من تكلفة التجهيز و التعبئة و التجفيف و النقل تبعا للأهمية النسبية 24.1 % ، 3.7 % ، 30.1 % ، 15.1 % ويعاني المنتجين هنا من عدم توافر الأيدي العاملة في الوقت المناسب وذلك لزيادة الطلب عليها في نفس الوقت و أيضا استخدام الوسائل التقليدية في عملية التجفيف و الغرلة و الفرز و ذلك لعدم السماح بإنشاء مناشر جديدة مجهزة و أعطاء التراخيص بذلك فيقوم المنتج بتجفيف محاصيلهم بوسائل بدائية و يدوية من شأنها إطالة الوقت و عدم كفاءة العمليات المتبعة.

ويتبين من الجدول رقم (36) التوزيع النسبي للإنتاج الكلي من محصول شاي البابونج علي أوجه التصرف المختلفة ومنه يتبين أن أعلى مستوي عينة المنتجين حيث تأثر البيع الي جمعية منتجي ومصدري ومصنعي النباتات الطبية والعطرية بنحو 50 % يليه في الأهمية البيع لتجار نصف الجملة ثم البيع للمصدر فالبيع لتجار الجملة و ذلك بنسب قدرت بنحو 24% ، 16% ، 11% علي الترتيب وذلك من أجمالي الإنتاج المتصرف فيه علي مستوي عينة الدراسة . ويأتي تفضيل المنتجين البيع لجمعية منتجي ومصنعي ومصدري النباتات الطبية و العطرية وذلك لقيام الجمعية بأخذ كامل المحصول بغض النظر اذا قل عن الكمية المتعاقد عليها أو زاد عن ذلك و أحيانا بالتعاضد عن جودة المحصول.

يتبين من الشكل التخطيطي رقم (1) أهم المسالك التسويقية الداخلية التي تعبر من خلالها أهم محاصيل النباتات الطبية و العطرية ويتم هذا من خلال مجموعة من الوسطاء حيث يقوم المنتجين ببيع محاصيلهم اما مباشرة الي تجار الجملة أو مباشرة الي منافذ أخرى لتصريف إنتاجهم . ومن خلال الدراسة الميدانية تبين ان الغالبية العظمي من المنتجين يفضلون التعامل مع جمعية منتجي ومصنعي و مصدري محاصيل النباتات الطبية و العطرية لما تقدمه من مميزات ومن خلال الشكل نلاحظ ان هذه الجمعية هي الوحيدة التي تتعامل مع المنتج مباشرة دون وسيط وذلك لحماية المنتجين من احتكار التجار.

جدول رقم (35) هيكل التكاليف التسويقية لمحصول شايح البابونج في محافظة الفيوم وبنى سويف علي مستوي عينة الدراسة لموسم (2007/2006)

البنود	جنيه / طن	%
تكاليف التجفيف	290	24.1
تكاليف التجهيز*	370	30.7
تكاليف التعبئة	365	30.1
تكاليف النقل	180	15.1
الإجمالي	1205	100

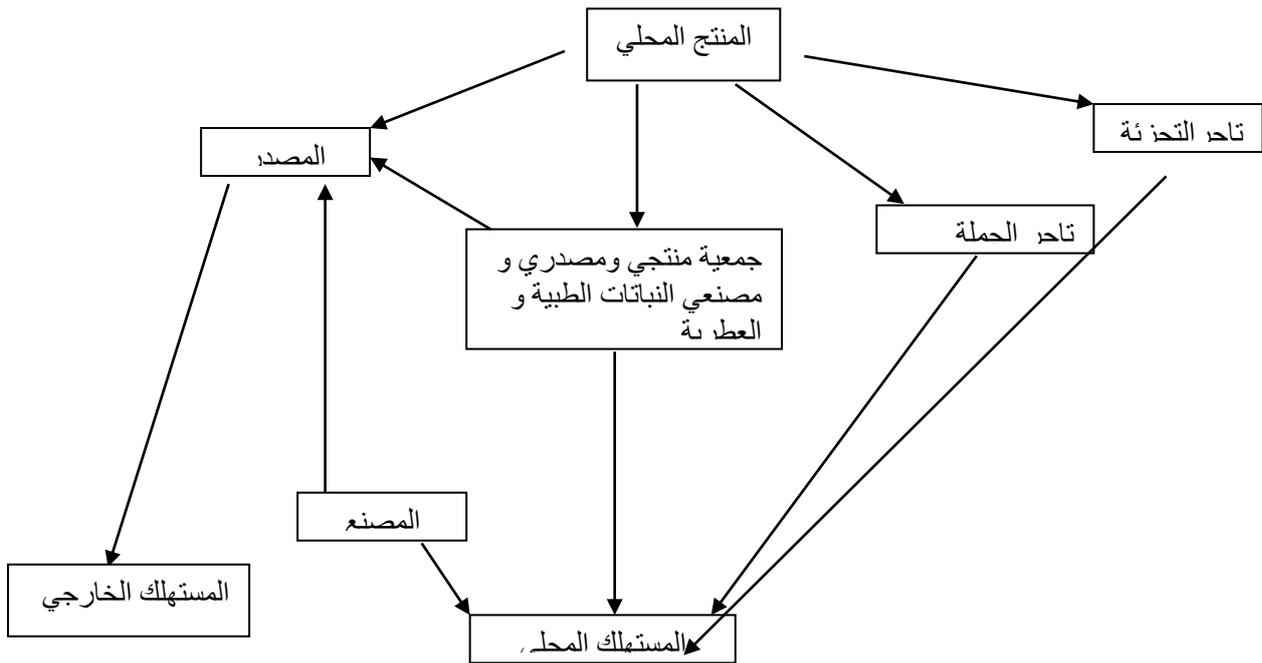
* تضم هذه العملية الفرزو والغزلة و التميع

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (36) أوجه التصرف في محصول شايح البابونج علي مستوي عينة الدراسة للمنتجين في محافظة الفيوم و بنى سويف خلال الموسم (2006-2007)

الإنتاج الكلي بالطن	بيع لتجار الجملة		بيع لتجار نصف جملة		بيع لمصدر		بيع للجمعية	
	كمية	%	كمية	%	كمية	%	كمية	%
102	11	11	24	23	16	16	51	50

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية



الشكل رقم (1) : المسالك التسويقية لأهم محاصيل النباتات الطبية و العطرية

المصدر : الدراسة الميدانية لعينة الدراسة

د - نصيب المنتج من سعر المستهلك :

يتبين من الجدول رقم (37) نصيب منتجي محصول شايح البابونج في العينة ومنه يتضح أن تاجر التجزئة يحصل علي أعلى نصيب من سعر تاجر الجملة ولهذا تقاربت النسب مع بعضها

بنحو 94.8% ، 94.7% ، 94.7% من سعر كل من جمعية منتجي ومصنعي و مصدري النباتات الطبية و العطرية و سعر المصدر علي الترتيب جدول رقم (37) قيمة نصيب المنتجين ونسبتها المئوية خلال المسالك التسويقية المختلفة لمحصول شيخ البابونج في محافظتي الفيوم و بني سويف خلال الموسم (2006- 2007)

النصيب المنتجين %	متوسط سعر البيع	متوسط السعر المزرعي	المسلك التسويقي
94.73	9500	9000	تاجر الجملة
94.89	9800	9300	تاجر التجزئة
94.44	9000	8500	المصدر
97.75	8900	8700	الجمعية

*حسب نصيب المنتجين بقسمة السعر المزرعي للكمية المباعة علي سعر البيع $100 \times$ المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

و - الهوامش التسويقية لمحصول شيخ البابونج :

يتبين من الجدول رقم (38) الهوامش التسويقية المطلقة و النسبية وفقا للمسالك التسويقية المختلفة لمحصول شيخ البابونج علي مستوي عينة الدراسة ومنه يتضح انخفاض الهامش التسويقي من خلال المسلك التسويقي عبر جمعية مصدري النباتات الطبية و العطرية حيث بلغ نحو 200 جنيه للطن يشكل نحو 22.5% من سعر البيع للجمعية و قدر معدل الإنخفاض في السعر للجمعية وفقا لقانون التعلية السعرية نحو 22% من سعر المنتج ثم يليه علي الترتيب الهوامش التسويقية المطلقة لكل من تاجر التجزئة و تاجر الجملة و المصدر. وغالبا ما يتحكم تاجر التجزئة و الذين يعتبرون مرحلة في النظام التسويقي لمحصول شيخ البابونج و الذين يمثلون والقري و الذين يقومون بالبيع للمستهلكين مباشرة و في كثير من الأحيان يتم المغالاة في أسعار البيع للمستهلك لترتفع الأرباح وذلك لعدم وجود الرقابة علي تلك الأسعار وهذا يؤدي الي ارتفاع الهوامش التسويقية ما بين سعر المنتج و سعر المستهلك .

ه - الكفاءة التسويقية لمحصول شيخ البابونج :

يوضح الجدول رقم (39) تقدير الكفاءة التسويقية لمحصول شيخ البابونج علي مستوي المسالك التسويقية المختلفة من واقع الدراسة الميدانية و ذلك كما هو مبين بالجدول فقد بلغت الكفاءة التسويقية نحو 93.7% من خلال المسلك التسويقي لتاجر التجزئة مما يدل علي ارتفاع الكفاءة التسويقية لهذا المسلك و سجلت انخفاض من خلال المسلك التسويقي الخاص بالمصدر والذي بلغ نحو 80.3% يليه تاجر الجملة و جمعية منتجي و مصنعي و مصدري النباتات الطبية و العطرية بنحو 89.4% ، 90.4% ، 93.7% علي الترتيب ويرجع انخفاض مستوي الكفاءة التسويقية الي انخفاض اداء الخدمات و الوظائف التسويقية المقدمة و التي تجري علي هذا المحصول في المراحل التسويقية المختلفة و ارتفاع الهوامش الربحية التي يتقاضاها الوسطاء و المتعاملون في تسويق هذا المحصول .

وحسبت الكفاءة التسويقية من استمارات الدراسة و ذلك وفقا لمعادلة الكفاءة التسويقية التي يتم تطبيقها علي المستوي الاجمالي للعينة موضع الدراسة .

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - \frac{\text{(التكاليف التسويقية)}}{100 \times}$$

التكاليف التسويقية + التكاليف الإنتاجية

ويعود تفضيل المنتجين لجمعية منتجي و مصنعي و مصدري النباتات الطبية و العطرية وذلك لسهولة التعامل مع هذه الجمعية دون احتكار من قبلها للسعر أو الكميات المباعة و استحواذها علي كامل المحصول عن الكميات المتعاقد عليها بالإضافة لتقديم التمويل اللازم في كثير من الأحيان للمنتجين قبا الزراعة أو بعدها حسب الإتفاق .

جدول رقم (38) الهوامش التسويقية المطلقة بالجنيه لطن محصول شيخ البابونج و الهوامش التسويقية النسبية وفقا للمسالك التسويقية المختلفة في عينة الدراسة خلال الموسم (2006-2007)

التعليق السعرية*** %	الهامش التسويقي النسبي ** %	الهامش التسويقي المطلق جنيه/ طن *	المسلك التسويقي
55	52.6	500	تاجر الجملة
53	51	500	تاجر التجزئة
58	55.5	500	المصدر
22	22.5	200	الجمعية

* الهامش التسويقي المطلق = الفرق بين سعر الشراء و سعر البيع

** الهامش التسويقي النسبي = الهامش المطلق / سعر البيع $100 \times$

*** التعليق السعرية = الهامش المطلق / السعر المزرعي $100 \times$

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (39) الكفاءة التسويقية لمحصول شيخ البابونج موضوع الدراسة من خلال

المسالك التسويقية المختلفة علي مستوي عينة الدراسة خلال الموسم (2006-2007)

*الكفاءة التسويقية %					المحصول
أجمالي العينة	الجمعية	المصدر	تاجر التجزئة	تاجر الجملة	
160	90.4	80.3	93.7	89.4	شيخ البابونج

* قدر رقم الكفاءة التسويقية وفقا للمعادلة = $100 - \frac{100 \times (\text{التكاليف التسويقية})}{\text{التكاليف التسويقية} + \text{التكاليف الإنتاجية}}$

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

ويتبين من الجدول رقم (40) أن صافي ثمن الطن المسوق من المحصول لشيخ البابونج كان أعلى صافي ثمن طن المسوق لتاجر التجزئة حيث قدر بنحو 9800 جنيها للطن . ويتبين من الدراسة انه في حالة التسويق في مناطق الإنتاج يقوم المشترون بأنماطهم المختلفة بالتعاقد مع المنتجين قبل تمام النضج للمحصول وفي بعض الأحيان يتم دفع جزء من الثمن مقدما لیساعد المنتج في اتمام العمليات الزراعية و الوظائف المختلفة وقبل جمع المحصول يتم المعاينة و الاتفاق علي السعر النهائي .

ومن خلال الأستبيان لاستطلاع آراء المنتجين تبين أن 55% من المنتجين يفضلون تسويق محاصيلهم عبر المصدر و ذلك بسبب قيام المصدر بالمساهمة في بعض العمليات الزراعية أو بعض الوظائف التسويقية من خلال دفع جزء اكبر من ثمن المحصول مقدما ثم يليهم 42% يفضلون التسويق من خلال جمعية منتجي و مصنعي ومصدري النباتات الطبية و العطرية وذلك لسببين هما :

- 1- البيع من خلال الجمعية يكون فيه جميع المنتجين في سوية واحدة من حيث المميزات فيما يخص الأسعار ونوع التعاقد .
- 2- إمكانية أخذ سلفه من الجمعية قبل تسليم المحصول و هذا يساعد علي اتمام المنتج للوظائف التي يقوم بها .

ويفضل الكثير من المنتجين التعاقد سنويا و قبل الإزهار و اتضح من الدراسة ايضا بأن مصادر الحصول علي معلومات متعلقة بأسعار المحاصيل هي الوسائل التقليدية المتوفرة و غالبا هي من خلال التاجر أو المشتري نفسه للمحصول لذلك فإن أغلبية المنتجين يقعون تحت جشع و احتكار التجار وتحكمهم بأسعار محاصيلهم .

جدول رقم (40) صافي ثمن الطن المسوق لمحصول شيخ البابونج موضوع الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة علي مستوى عينة الدراسة خلال الموسم (2006-2007)

المسلك التسويقي	ثمن الطن المسوق جنيه/ طن	التكاليف التسويقية جنيه / طن	صافي ثمن الطن للسوق جنيه/طن
تاجر الجملة	9500	750	8750
تاجر التجزئة	9800	425	9375
المصدر	9000	1560	7440
الجمعية	8900	675	8225

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

م – المشاكل التي تواجه منتجي شيخ البابونج :

أولا : المشاكل الإنتاجية :

- 1- إن عملية جمع محصول شيخ البابونج بهدف الحصول علي بذور لزارعتها في الموسم القادم للحصول علي شتلات الزراعة تتم في نهاية موسم المحصول بعد أن يكون قد تم جمع عدد من الجمعات علي مدي ستة الي سبعة أشهر و بالتالي يكون قد وصل النبات الي مرحلة العجز وبالتالي يعطي بذور ضعيفة الصفات من الناحية الوصفية و الفسيولوجية و الحيوية وهذا يؤدي الي إنتاج شتلات ضعيفة تؤثر علي الموسم القادم وتكرر هذه العملية علي سنوات متكررة و متتالية يؤدي الي الحصول علي محصول ذات إنتاجيه منخفضة بالإضافة الي إنخفاض الجودة و النوعية والتي تظهر بإصفرار النبات السريع و وصوله الي مرحلة العجز بصورة سريعة تقلل من طول العمر الإقتصادي.
- 2- عدم وجود برامج تربية لمحصول شيخ البابونج لإنتخاب السلالات الجيدة ذات مواصفات إنتاجية ونوعية عالية .
- 3- ضعف التقاوي التي يتم زراعتها يحمل المنتج اجراء عملية الترقيع لاكثر من مرة و بالتالي تحميلة أعباء مالية إضافية.
- 4- إن عملية الحصول علي الأسمدة تتم من قبل المنتج أو وسطاء تجاريين من مراكز البيع في القاهرة وهذا يحمل المنتج أعباء نقدية إضافية ، هذا عدي إرتفاع ثمن الأسمدة نفسها و عدم توفرها في بعض الأحيان وخاصة الأسمدة البوتاسيه.
- 5- مصدر الحصول علي المبيدات من مراكز البيع في القاهرة يحمل المنتج أعباء تكاليف إضافية علي قيمة المبيدات بالإضافة الي عدم علم المنتج بأنواع المبيدات بالأسواق و المناسبة للمحصول يعطي فرصة التحكم من قبل تاجر المبيدات بالأنواع و أسعارها .
- 6- غياب دور الإرشاد الزراعي في توجيه المنتج لإختيار الأنواع و الكميات المناسبة من المبيدات و الأسمدة و المواعيد المناسبة لإضافتها .
- 7- أحتكار التجار لكميات المبيدات في أوقات المكافحة و بالتالي التحكم في الأسعار.
- 8- عدم توفر المبيدات المناسبة للمكافحة بالأسواق إن كان من ناحية الكمية أو النوعية .
- 9- تم سحب أنواع كثيرة من المبيدات من قبل الحكومة لعدم صلاحيتها أو خطورتها البيئية و الصحية ولم يتم الإعلان عن أنواع و اصناف جديدة ، وهذا ادي في بعض الأحيان الي لجوء المنتجين الي استخدام أصناف من المبيدات الضارة.

الحلول الإنتاجية المقترحة :

- 1- إيجاد مراكز بحثية إنتاجية متخصصة بإنتاج تقاوي من محصول شيخ البابونج المناسبة من الناحية البيئية و الإنتاجية ذات المواصفات النوعية المطلوبة.
- 2- توفير المبيدات المناسبة لمحصول شيخ البابونج وان يقوم الإرشاد الزراعي بتوعية المنتجين بكيفية استخدامها و المواعيد المناسبة .

3- المراقبة و المحاسبة من قبل الأجهزة الحكومية علي عملية شراء المبيدات .

ثانيا المشاكل التسويقية :

- 1- ارتفاع تكلفة عمالة الجمع .
- 2- بدائية المناشر تجعل من المحصول معرض للأختلاط مع الأتربة و الغبار والأحوال الجوية المتقلبة .
- 3- إن عملية التجفيف تتم غالبا تحت أشعة الشمس بشكل مباشر مما يؤدي الي استهلاك أقفاص التجفيف خلال وقت قصير .
- 4- عملية التجفيف قد تتم في فصل الشتاء لذلك يعاني المنجين من بدائية المناشر التي تتعرض للرطوبة و الأمطار والتي من شأنها إتلاف النورات الزهرية لشيح البابونج وتعرضها للإصابة بالتعفن والفطريات التي تقلل من جودتها و أحيانا خسارة المحصول
- 5- عملية التجهيز من العمليات التسويقية المهمة والتي تتكرر علي عدد الجمعات التي يقوم بها المنتج و بالتالي تتطلب توفر أيدي عاملة مؤهلة في أوقات معينة وفي فترات متقطعة و هذا الأمر يصعب تحقيقه لعدم التزام العمال بعمل معين من ناحية ومن ناحية أخرى يزيد الطلب علي هذه الايدي في تلك الفترات .
- 6- عملية التجهيز تحتاج الي أماكن اسمنتية مغلقة حتي يتم تجنب التلوث بالأتربة و الغبار و المشكلة في أن الحكومة تمنع بناء مثل هذه الأماكن .
- 7- إنتشار الأمراض و خاصة مرض البياض والذي يقلل من فرصة تسويق المحصول و بالتالي إنخفاض أسعار التسويق.
- 8- وجود قانون يمنع إنشاء مناشر جديدة وذلك يعود الي أن بعض الأفراد يستغلون تراخيص إنشاء مناشر في بناء منازل أو حظائر و يتاجرون فيها .
- 9- حتي يتم البيع للتاجر يجب شراء شهادة بيع تصل قيمتها الي 300 جنيه ، و علي المنتج شرائها في كل عملية بيع بغض النظر عن الكمية التي تباع و لتجنب ذلك يلجأ المنتجين للوسطاء المحليين و بالتالي التحكم بالأسعار.
- 10- يتم إعادة التحكم و الاحتكار من قبل عدد قليل من التجار و هذا يؤدي الي حصول المنتج علي أسعار غير مجزية لا تغطي تكاليف الإنتاج .
- 11- التفسير الذي تتعرض له النورات اثناء عملية التجفيف تقلل من فرص تسويقها أو حصول المنج علي أسعار مجزية .
- 12- زيادة الطلب علي الزراعة العضوية و هي تنافس الزراعة غير العضوية وحتى الآن لا يوجد توضيحات حول هذه الزراعة لإمكانية تطبيقها أو تسهيلات تشجع المنتجين .
- 13- عدم ثبات الأسعار و عدم علم المنتجين بهذه الأسعار إلا من قبل التاجر الذي يقوم بشراء المحصول .
- 14- ارتفاع الضرائب التي يدفعها المنتج و إرتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج و ارتفاع التكاليف التي ترفع مقابل التحاليل الكيميائية التي تجري علي المحصول.

الحلول التسويقية المقترحة :

- 1- تفعيل دور الإرشاد الزراعي فيما يخص إنتشار الأمراض و خاصة مرض البياض و اعطاء حزمة التوصيات الفنية للمنتجين .
- 2- إعادة إصدار قانون جديد يسمح بإنشاء مناشر حديثة وتوكيل مكتب مراقبة و متابعة إجراءات حتي تتطابق مع مقاييس المناشر المطلوبة و المؤدية للغرض المرجو منها.
- 3- تمديد فترة السماح لشهادات البيع لتشمل أكثر من سنة أو أقتران قيمة الشهادة بالكمية التي ستباع .
- 4- تدخل الحكومة لحماية المنتج من استغلال التجار المحتكرين .
- 5- تفعيل دور الحكومة و الإرشاد الزراعي فيما يخص الزراعة العضوية فيما يتعلق بالزراعة و المكافحة و التسميد .

- 6- إنشاء جمعيات متخصصة في إنتاج و تسويق شيخ البابونج .
 7- تفعيل دور جمعية منتجي ومصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية .
 8- تخفيف الضرائب و توفير معامل لإجراء التحليلات الكيميائية علي المنتج لمعرفة مدي ملائمتة للمواصفات القياسية .

2- محصول البردقوش :

يتبين من عينة الدراسة أهم المؤشرات الوصفية لعينة الدراسة لمحصول البردقوش وذلك علي مستوي العينة لمنتجي المحصول حيث أن 60 % من مزارعي العينة ملمين بالقراءة و الكتابة دون مؤهلات و تأتي هذه النسبة بالمرتبة الأولى و من ثم يأتي المنتجين ذو التأهيل العلمي المتوسط و العالينسبة بلغت نحو 31% و باقي المنتجين دون تأهيل أو المام بالقراءة و الكتابة بلغت نسبتهم نحو 9% من أجمالي عينة الدراسة و بالنسبة لعدد المشتغلين بالزراعة بلغت نسبتهم نحو 29% من عينة الدراسة. مدة مكوث المحصول بالزراعة الواحدة هي ثلاثة سنوات و هي المدة التي ينصح بها الخبراء و يكون فيها المحصول بكفاءة إنتاجية عالية و اقتصادية و قد بلغت نسبة المنتجين الذين يحتفظون بالمحصول ثلاث سنوات نحو (45 %) من عينة الدراسة و نحو 69 % من مزارعي العينة يقومون بزراعة محصول البردقوش في أراضي طميهه. و تبين الدراسة أن نحو 80 % من المزارعين لديهم معلومات عن الزراعة النظيفة لمحاصيل النباتات الطبية و العطرية كما يتبين من العينة أن أدني عدد حشات لمحصول البردقوش نحو ثلاث حشات بنسبة تقدر بحوالي 86% كما بلغ أدني عدد لسنوات الخبرة في زراعة محصول البردقوش هو 10 سنوات و نسبتهم 24 % و أقصى سنوات الخبرة بلغت 20 سنة من عينة الدراسة و تتبين أن أغلبية المزارعين المنتجين للمحصول يقومون بزراعة محصول البردقوش بأراضي مهملة أو بالأراضي التي لا تصلح لزراعات أخرى و ذلك نظرا لبقاء المحصول ثلاث سنوات و بلغ نحو 85% من المزارعين يستخدمون التقاوي في زراعة المحصول و التي يختلف مصدر الحصول عليها من المشاتل أو التجار .

أ- التكاليف الإنتاجية لمحصول البردقوش :

يتبين من الجدول رقم (41) هيكل التكاليف الإنتاجية الفدانية لمحصول البردقوش علي مستوي المحافظات المنتجة لعينة الدراسة خلال الموسم (2006 – 2007) و يتبين أن تكاليف إيجار الأرض تمثل أعلى نسبة من قيمة التكاليف الإنتاجية الفدانية لمحصول البردقوش حيث بلغت نحو 56.1 % نظرا لمدة مكث المحصول مدة طويلة في الأرض نحو ثلاث سنوات يليه تكاليف عملية الري و الحصاد و الزيت بنسبة تقدر بنحو 7% ، 6.9% ، 6.3% علي الترتيب.

ب- دالة تكاليف الإنتاج لمحصول البردقوش في عينة الدراسة :

تم تقدير دالة التكاليف الإنتاجية لمحصول البردقوش علي مستوي عينة المنتجين في الصورتين التريعية و التكميية و قد ثبت أفضلية الصورة التكميية من الناحيتين الأحصائية و الاقتصادية لتمثيل تلك الدالة كما هو مبين في الجدول رقم (42) . وقد ثبت معنوية الناتج علي مستوي معنوية 1% و مكعب الناتج عند مستوي معنوية 5% و أشار رقم F علي معنوية النموذج ككل عند مستوي معنوية 1% و تدل قيمة معامل التحديد R² و المقدر بنحو (95 %) علي أن التقلبات في حجم الإنتاج تشرح نحو 95 % من التقلبات الكلية في التكاليف.

ويمكن معرفة الحجم الأمثل للإنتاج عن طريق مساواة التكاليف الحدية بالإيراد الحدي و قد امكن اشتقاق دالة التكاليف الحدية بإيجاد التفاضل الجزئي الأول لدالة التكاليف بالنسبة للمتغير Q كما يلي :

$$MC = 1072.34 - 112.84Q + 5.1 Q^2$$

و بمساواة معادلة التكاليف الحدية بالإيراد الحدي يكون الحجم الأمثل بالنسبة للفدان نحو 2.42 طن/ فدان .

جدول رقم (41) بيان تكاليف زراعة و إنتاج فدان من محصول البردقوش لعام 2007

العمليات الزراعية	بياناتها	التكاليف بالجنيه	%
إيجار الأرض	طوال فترة المحصول طول العام	4000	56.06
حرث	وجهين وتخطيط	150	2.12
تحويض ،	عدد 8 عمال x 15 جنيه	120	1.68
رية كدابة	120 جنيه ماكينة + 2 عامل x 15 جنيه	180	2.53
عزيق وتسوية وتنقية حشائش	عدد 11 عامل x 15 جنيه 3x عزقات	495	6.93
تقاوي 30 الاف شتلة	عدد الشتلة x نصف جنيه	150	2.11
زراعة	عدد 12 عامل x 15 جنيه	180	2.52
رية الزراعة	عدد واحد عامل x 15 + ماكينة ري	50	0.71
أسمدة كيماوية	عدد 2 شيكاره سوبر فوسفات x 60 سماد بلدي	120	1.68
	عدد 2 شيكاره نترات x 80	100	1.40
		160	2.24
نثر سماد	عدد 2 عمال x 15	30	-----
ري	عدد 20 ريه x 25	500	7
نقاوة حشائش	مرتين 3x عمال	150	2.10
مقاومة آفات	عدد 2 عامل x 15	30	0.42
حصاد ونقل	عدد 10 عمال x 15 3x مرات	450	6.30
جمع المحصول	عدد - عامل 5x ولد 15x		
دق وغرلة وتقليب	عدد 20 عامل x 15	300	4.20
إجمالي التكاليف		7135	100
قيمة الإنتاج	كمية الإنتاج x السعر 2.5 طن جاف x 4000 جنيه	10000	
صافي الربح		2855	

المصدر : عينة الدراسة وبيانات مديرية الزراعة بمحافظة بني سويف ، المنيا ، اسيوط، الفيوم وإدارة البساتين لسنة 2007

جدول رقم (42) النموذج الرياضي المقدر لدالة تكاليف الإنتاج لمحصول البردقوش

F	R ²	المعادلة المقدره	البيانات
199.26	0.91	$C = 5143.12 + 197.001Q + 176.03Q^2$ (6.76)** (0.7) (11.28)**	الصورة التربيعية
206.9	0.95	$C = 359.25 + 1072.34Q - 56.42Q^2 + 1.7Q^3$ (1.39) (0.6) (2.3)* (3.29)*	الصورة التكعيبية
* معنوية علي مستوي 5 %			
** معنوية علي مستوي 1 %			
المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية			

و أمكن الحصول علي ادني نقطة علي منحنى متوسط التكاليف الكلية عن طريق مساواة دالة التكاليف الحدية مع دالة متوسط التكاليف الكلية و امكن الحصول علي دالة متوسط التكاليف الكلية من قسمة التكاليف الكلية علي حجم الإنتاج كما يلي :

$$ATC = \frac{-359.25}{Q} + 1072.34 - 56.42Q + 1.7Q^2$$

ج - التكاليف التسويقية لمحصول البردقوش :

تم التعرف علي تكلفة تسويق الطن من محصول البردقوش من خلال الأستبيان للوقوف علي مدي كفاءة النظام التسويقي فيتبين من الجدول رقم (43) هيكل التكاليف التسويقية للطن من البردقوش علي مستوي عينة الدراسة و يتضح أن متوسط تكلفة الطن من محصول البردقوش بلغت نحو 1932 جنيها تمثل كل من تكلفة التعبئة والتجهيز و التجفيف و النقل تبعا للأهمية النسبية علي الترتيب 34.7 % ، 23.8 % ، 23.8 % ، 18.1 % ويعاني المنتجين من عدم توافر الأيدي العاملة في الوقت المناسب وذلك لزيادة الطلب عليها في نفس الوقت و أيضا استخدام الوسائل التقليدية و خاصة في عملية التعبئة و الغريلة و الفرز وكذلك معاناة المنتجين من عدم السماح بإنشاء مناشر جديدة مجهزة و أعطاء التراخيص لها فيقوم المنتجين بتجفيف محاصيلهم بوسائل بدائية و يدوية من شأنها إطالة الوقت و عدم كفاءة العمليات المعمول بها.

و يوضح الجدول رقم (44) التوزيع النسبي للإنتاج الكلي من محصول البردقوش و أوجه التصرف المختلفة ومنه يتبين أنه علي مستوي عينة المنتجين حيث استأثر البيع الي تجار نصف جملة بنحو 28.7 % ثم يليه في الأهمية البيع لجمعية منتجي ومصدري ومصنعي النباتات الطبية والعطرية بنسبة بلغت حوالي 27.2% ثم البيع للمصدرين بنسبة بلغت نحو 23.9% يليه البيع الي تجار الجملة بنسبة تقدر بنحو 20.1% وذلك من أجمالي الإنتاج المتصرف فيه علي مستوي العينة . ويأتي تفضيل المنتجين البيع لجمعية منتجي ومصنعي ومصدري النباتات الطبية و العطرية وذلك لقيام الجمعية بأخذ كامل المحصول بغض النظر عن الكمية و جودة المحصول.

جدول رقم (43) هيكل التكاليف التسويقية لمحصول البردقوش في محافظتي الفيوم والمنيا علي مستوي عينة الدراسة لموسم (2007/2006)

البنـــــــــد	جنيه / طن	%
تكاليف التجفيف	452	23.4
تكاليف التجهيز*	460	23.8
تكاليف التعبئة	670	34.7
تكاليف النقل	350	18.1
الإجمالي	1932	100

* تضم هذه العملية الفرز و الغريلة و التميع

المصدر : جمعت و حسبت من استمارات الدراسة الميدانية

د - نصيب المنتج من سعر المستهلك :

يتبين من الجدول رقم (45) نصيب منتجي محصول البردقوش في عينة الدراسة ومنه يتضح أن المصدر يحصل علي أعلى نصيب من سعر تاجر الجملة حيث بلغ نحو 95% بينما بلغ نحو 93.7% ، 88.8% ، 77.3% من سعر كل من تاجر التجزئة و تاجر الجملة وجمعية منتجي و مصدري و مصنعي النباتات الطبية و العطرية علي الترتيب

و - الهوامش التسويقية لمحصول البردقوش :

يوضح الجدول رقم (46) الهوامش التسويقية المطلقة و النسبية وفقا للمسالك التسويقية المختلفة لمحصول البردقوش علي مستوي عينة الدراسة ومنه يتضح ارتفاع الهامش التسويقي خلال المسلك التسويقي عبر جمعية مصدري النباتات الطبية و العطرية حيث بلغ نحو 1202 جنيها للطن يشكل نحو 22.7% من سعر البيع للجمعية و قدر معدل الزيادة في السعر بين المنتج و الجمعية وفقا لقانون التعلية السعرية نحو 29.3% من سعر المنتج ثم يليه علي الترتيب الهوامش التسويقية المطلقة لكل من تاجر الجملة و تاجر التجزئة.

جدول رقم (45) قيمة نصيب المنتجين ونسبتها المئوية خلال المسالك التسويقية المختلفة لمحصول البردقوش في محافظتي الفيوم و المنيا خلال الموسم (2006- 2007)

المسلك التسويقي	متوسط السعر المزرعي	متوسط سعر البيع	*نصيب المنتجين %
تاجر الجملة	4000	4500	88.8
تاجر التجزئة	4500	4800	93.7
المصدر	3800	4000	95
الجمعية	4098	5300	77.3

*حسب نصيب المنتجين بقسمة السعر المزرعي للكمية المباعة علي سعر البيع X 100

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

هـ - الكفاءة التسويقية لمحصول البردقوش :

يوضح الجدول رقم (47) تقدير الكفاءة التسويقية لمحصول البردقوش علي مستوي المسالك التسويقية المختلفة من واقع الدراسة الميدانية . فقد بلغت الكفاءة التسويقية نحو 96.6% من خلال المسلك التسويقي لجمعية منتجي و مصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية وسجلت انخفاض من خلال المسلك التسويقي الخاص بتاجر الجملة والذي بلغ نحو 87.9% و قد بلغت الكفاءة التسويقية لتاجر التجزئة نحو 90.1% يتضح ارتفاع الكفاءة التسويقية نسبيا لمحصول البردقوش ويرجع ذلك الي ارتفاع اداء الخدمات و الوظائف التسويقية المقدمة و التي تجري علي هذا المحصول في المراحل التسويقية المختلفة و ارتفاع الهوامش الربحية التي يتقاضاها الوسطاء و المتعاملون في تسويق هذا المحصول . وحسبت الكفاءة التسويقية من استمارات عينة الدراسة وفقا للمعادلة :

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - \frac{100 \times (\text{التكاليف التسويقية})}{\text{التكاليف التسويقية} + \text{التكاليف الإنتاجية}}$$

ويعود تفضيل المنتجين لجمعية منتجي و مصنعي ومصدري النباتات الطبية و العطرية وذلك لسهولة التعامل مع هذه الجمعية دون احتكار من السعر أو الكميات المباعة و استحواذها علي كامل المحصول عن الكميات المتعاقد عليها بالإضافة لتقديم التمويل اللازم في كثير من الأحيان للمنتجين قبا الزراعة أو بعدها حسب الإتفاق .

جدول رقم (46) الهوامش التسويقية المطلقة بالجنيه لطن محصول البردقوش و الهوامش التسويقية النسبية وفقا للمسالك التسويقية المختلفة في عينة الدراسة خلال الموسم (2006-

2007)

المسلك التسويقي	الهوامش التسويقي المطلق جنية/ طن *	الهوامش التسويقي النسبي ** %	التعليق السعرية*** %
تاجر الجملة	500	11.1	12.5
تاجر التجزئة	300	6.3	6.7
المصدر	200	5	5.2
الجمعية	1202	22.7	29.3

* الهامش التسويقي المطلق = الفرق بين سعر الشراء و سعر البيع

** الهامش التسويقي النسبي = الهامش المطلق / سعر البيع X 100

*** التعليق السعرية = الهامش المطلق / السعر المزرعي X 100

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (47) الكفاءة التسويقية لمحصول البردقوش موضوع الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة علي مستوي عينة الدراسة خلال الموسم (2006-2007)

*الكفاءة التسويقية %					المحصول
أجمالي العينة	الجمعية	المصدر	تاجر التجزئة	تاجر الجملة	
108	96.6	91.1	90.1	87.9	البردقوش

* قدر رقم الكفاءة التسويقية وفقا للمعادلة = 100 - $\frac{\text{التكاليف التسويقية}}{\text{التكاليف الإنتاجية}} \times 100$

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (48) صافي ثمن الطن المسوق لمحصول البردقوش موضوع الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة علي مستوي عينة الدراسة خلال الموسم (2006-2007)

المسلك التسويقي	ثمن الطن المسوق جنيه/ طن	التكاليف التسويقية جنيه / طن	صافي ثمن الطن للسوق جنيه/طن
تاجر الجملة	4500	980	3520
تاجر التجزئة	4800	785	4015
المصدر	4000	700	3300
الجمعية	5300	250	5050

كما يتضح من الجدول رقم (48) أن صافي ثمن الطن المسوق من محصول البردقوش علي مستوي عينة الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة كان أعلى صافي ثمن للطن المسوق علي مستوي جمعية منتجي و مصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية حيث قدر بنحو 5300 جنيه للطن . ومن خلال الدراسة يتبين انه في حالة التسويق في مناطق الإنتاج يقوم المشترون بأنماطهم المختلفة بالتعاقد مع المنتجين قبل تمام النضج للمحصول وفي بعض الأحيان يتم دفع جزء من الثمن مقدما ليساعد المنتج في اتمام العمليات الزراعية و الوظائف المختلفة وقبل جمع المحصول يتم المعاينة و الاتفاق علي السعر النهائي .

ومن خلال الأستبيان لاستطلاع آراء المنتجين تبين أن 80% من المنتجين يفضلون تسويق محاصيلهم عبر جمعية منتجي و مصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية و ذلك بسبب البيع دون مميزات لاي من المنتجين فيما يخص الأسعار و نوع التعاقد و قيام الجمعية بالمساهمة في بعض العمليات الزراعية أو بعض الوظائف التسويقية من خلال دفع جزء اكبر من ثمن المحصول مقدما .

م – المشاكل التي تواجه منتجي البردقوش :

أولا : المشاكل الإنتاجية :

- 1- عدم نقاوة التقاوي التي يتم شرائها واحتوائها علي اعشاب و نباتات غريبة و بالتالي يؤثر علي نقاوة المحصول و حدوث صعوبات في تسويقه بالإضافة لزيادة في تكاليف العمليات التي تسبق تسويقه مارا بالغريلة و التجهيز.
- 2- وصول التقاوي في حالة غير سليمة بسبب تعرضها للتكسير من خلال تكويمها اثناء عملية نقلها الي المزرعة .
- 3- عدم معرفة المنتجين بالأمراض التي تصيب المحصول مسبقا بسبب غياب دور الإرشاد الزراعي.
- 4- عدم توافر مصادر قريبة للحصول علي المبيدات في الوقت المناسب و بالكميات المناسبة.

الحلول الإنتاجية المقترحة :

- 1- المراقبة المستمرة من قبل الحكومة علي مواصفات الشتلات لتكون مطابقة للمواصفات .
- 2- تفعيل دور الإرشاد الزراعي في الكشف عن الأمراض التي تصيب البردقوش و تنبيه المنتجين مسبقا بالإضافة الي اختيار المبيدات المناسبة.

ثأنيا المشاكل التسويقية :

- 1- عدم توافر الأيدي العاملة المتخصصة و المدربة في جمع المحصول و بالتالي زيادة نسبة الفقد .
- 2- بدائية المناشر التي يقوم المنتجين بأستخدامها لتجفيف المحصول و اعتمادهم علي مناشر الحقل .
- 3- عدم تصريح الحكومة بأنشاء مناشر جديدة و إرتفاع تكاليف الحصول علي رخص لإنشاء مناشر جديدة .
- 4- ارتفاع تكاليف الأقفاص و الخشب المستخدم في عملية التجفيف .
- 5- يتم تعبئة المحصول بالشكاير سريعة التأثر بالرطوبة و عدم تصريف المحصول مباشرة بعد عملية التعبئة بعرض الشكاير للرطوبة .
- 6- التأخر في عملية نقل المحصول من اماكن جمعها الي اماكن اخري لاستكمال العمليات التي تلي عملية الحصاد و ذلك لعدم توفر سيارات نقل احيانا في الوقت المناسب .
- 7- عدم حصول المنتجين علي اسعار موحدة و رغم التماثل في مواصفات المحصول و ذلك لاختلاف مصادر تصريف المحصول .
- 8- انخفاض اسعار المحصول سنه بعد اخري و عدم تغطيتها للجهود و التكاليف الإنتاجية .
- 9- ارتفاع ثمن مستلزمات الإنتاج كأدوات الغريلة و التعبئة و بالتالي تحمل المنتج أعباء عالية .
- 10- ارتفاع ثمن تكاليف التحاليل التي تجري علي المحصول و المطلوبة من قبل المصدرين و التي تعتبر شرط اساسي لقبول المحصول أو رفضه .

الحلول التسويقية المقترحة :

- 1- تفعيل دور جمعية منتجي و مصدري و مصنعي النباتات الطبية و العطرية و ذلك نظرا لتفضيل الغالبية العظمي تسويق محاصيلهم عن طريق الجمعية و ذلك نظرا لإلتزام الجمعية في كامل كمية المحصول المنتج حتي في حالة الزيادة عن موجب العقد بالإضافة الي تقديم الجمعية لاسعار مجزية و عادلة لجميع المنتجين .
- 2- إقامة الدورات التدريبية حول الزراعات العضوية النظيفة .
- 3- إنشاء مركز حكومي لإجراء التحاليل المطلوبة بشكل مجاني أو بتكاليف منخفضة .

3- محصول الريحان :

يتبين من عينة الدراسة أن أهم المؤشرات الوصفية لعينة الدراسة لمحصول الريحان أن نحو 60 % من مزارعي العينة ملمين بالقراءة و الكتابة دون مؤهلات علمية و باقي مفردات العينة من ذوي التأهيل العلمي المتوسط و العالي و قد بلغت نسبتهم نحو 34% علي مستوي العينة و بالنسبة لعدد المشغولين بالزراعة من أفراد العائلة بلغت نسبتهم نحو 75% من عينة الدراسة . و تراوحت مدة مكوث المحصول بالزراعة الواحدة بين ستة أشهر بنسبة تقدر بنحو 57% وثمانية شهور بنسبة 14% من عينة الدراسة و نحو 85 % من مزارعي العينة يقومون بزراعة محصول الريحان في أراضي طميه و نحو 71 % من المزارعين لديهم علم و معلومات عن الزراعة النظيفة لمحاصيل النباتات الطبية و العطرية ، و إن أدني عدد حشات لمحصول الريحان نحو ثلاث حشات بنسبة تقدر بحوالي 47% و أقصى عدد حشات بلغ 5 حشات سنويا بنسبة 37% في عينة الدراسة . كما بلغ أدني عدد لسنوات الخبرة في زراعة محصول البردقوش هو 10 سنوات و نسبتهم 24 % و أقصى سنوات الخبرة في زراعة الريحان هو 10 سنوات بنسبة تقدر بنحو 14% من عينة الدراسة و أقصى سنوات خبرة بلغت 20 سنه و نسبتهم 34% ، و 100% من المزارعين يستخدمون البذور في زراعة محصول الريحان .

أ- التكاليف الإنتاجية لمحصول الريحان :

يتبين من الجدول رقم (49) هيكل التكاليف الإنتاجية الفدانية لمحصول الريحان علي مستوي عينة الدراسة خلال الموسم و يتضح أن الإيجار السنوي يمثل أعلى نسبة في قيمة التكاليف

الإنتاجية الفدانية لمحصول الريحان حيث بلغت نحو 31.3% و يعود السبب في ذلك أن المنتجين يقومون بزراعة محصول الريحان في الأراضي الجيدة يليه في الأهمية النسبة تكلفة الحصاد و التي بلغت نحو 11.7% يليه الأسمدة الكيماوية بنسبة تقدر بنحو 10.4% يليه السماد البلدي بنسبة تقدر بنحو 7.8% وكما يتبين من العينة أن محصول الريحان يتم زراعته من قبل كل المنتجين بواسطة البذور وهذه الطريقة من الزراعة تكلف المنتج أكثر مما لو تم استخدام الشتلات في الزراعة و ذلك لتعويض نسبة عدم الإنبات و كانت نسبتها تقدر بنحو 3.9%.

جدول رقم (49) بيان تكاليف زراعة و إنتاج فدان من محصول الريحان لعام 2007

العمليات الزراعية	بياناتها	التكاليف بالجنيه	%
إيجار الأرض	طوال فترة المحصول	1200	31.37
حرت	وجهين وتخطيط	100	2.62
تحويض ، ريه كدابه	عدد 6 عمال x 15 جنيه	90	2.35
عزيق وتسوية وتنقية حشائش	عدد 10 عمال x 15 جنيه	150	3.93
تقاوي 30 الف شتلة	عدد الشتلة x 5 جنيه	150	3.93
زراعة	عدد 6 عمال x 15	90	2.35
رية الزراعة	عدد - عامل x 15 + ماكينة ري		
أسمدة كيماوية	عدد 3 شيكارة سوبر فوسفات x 60 عدد 1 شيكارة بوتاسيوم x 110 عدد 5 شيكارة نترات x 80	180	4.73
نثر سماد ري	عدد 5 عمال x 15	75	1.96
سماد بلدي	عدد عشر ريات x 25	250	6.53
مقاومة آفات	20 م ³ x 15	300	7.84
حصاد ونقل للمنشر.....	عامل عدد 15x		
جمع المحصول	عدد 6 عامل x 15x 5 قرطات	450	11.76
دق وغريلة	عدد - عامل x 15		
مطهر فطري	لتر	30	0.78
إجمالي التكاليف		3825	100
قيمة الإنتاج	كمية الإنتاج x السعر 27 طن اخضر x 250 جنيه	6750	
صافي الربح		2925	

المصدر : عينة الدراسة وبيانات مديرية الزراعة بمحافظة بني سويف ، المنيا ، اسيوط، الفيوم وإدارة البساتين لسنة 2007

ب- دالة تكاليف الإنتاج لمحصول الريحان في عينة الدراسة :

تم تقدير دالة التكاليف الإنتاجية لمحصول الريحان علي مستوي عينة المنتجين في صورتين التربيعية و التكميلية وقد ثبت أفضلية الصورة التكميلية من الناحيتين الأحصائية و الاقتصادية لتمثيل تلك الدالة كما هو مبين في الجدول رقم (50) . وقد ثبت المعنوية الأحصائية لمعالم الدالة علي مستوي معنوية 5% و أشار رقم F علي معنوية النموذج ككل عند مستوي معنوية

1% وتدل قيمة معامل التحديد R^2 عند (95 %) و المقدر من الدالة علي أن التقلبات في حجم الإنتاج تشرح نحو 95 % من التقلبات الكلية في التكاليف.

جدول رقم (50) النموذج الرياضي المقدر لدالة تكاليف الإنتاج لمحصول الريحان

F	R ²	المعادلة المقدره	البيانات
428.01	0.96	$= 845.82 + 735.04Q + 34.47Q^2$ (3.01)** (4.95)** (2.22)*	الصورة التربيعية
102.35	0.95	$C = 451.71 + 511.01Q - 0.99Q^2 + 0.06Q^3$ (2.9)* (2.1)* (2.02)* (1.99)*	الصورة التكعيبية
		** معنوية علي مستوي 1%	* معنوية علي مستوي 5%
المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية			

وباستخدام المعادلة السابقة يمكن معرفة الحجم الأمثل للإنتاج عن طريق مساواة التكاليف الحدية بالإيراد الحدي وقد امكن اشتقاق دالة التكاليف الحدية بإيجاد التفاضل الجزئي الأول لدالة التكاليف بالنسبة للمتغير Q كما يلي :

$$MC = 511.01 - 1.98Q + 0.18Q^2$$

وبمساواة معادلة التكاليف الحدية بالإيراد الحدي يكون الحجم الأمثل للإنتاج بالنسبة للفدان نحو 4.51 طن جاف/ فدان . وإن ادني نقطة علي منحنى متوسط التكاليف الكلية عن طريق مساواة دالة التكاليف الحدية مع دالة متوسط التكاليف الكلية و امكن الحصول علي دالة متوسط التكاليف الكلية من قسمة التكاليف الكلية علي حجم الإنتاج كما يلي :

$$ATC = \frac{451.71}{Q} + 511.01 - 0.99Q + 0.06Q^2$$

ج - التكاليف التسويقية لمحصول الريحان :

يتبين من الجدول رقم (51) تكلفة تسويق الطن من محصول الريحان للوقوف علي مدي كفاءة النظام التسويقي للطن من محصول الريحان علي مستوي عينة الدراسة و يتضح أن متوسط تكلفة الطن بلغت نحو 640 جنيها تمثل كل من تكلفة النقل و التعبئة و التجفيف و التجهيز تبعا للأهمية النسبية و تمثل نحو 35.9 % ، 23.4 % ، 23.4 % ، 17.3 % و يلاحظ أن أهم وظيفة تسويقية يتم التركيز عليها و وظيفة التجفيف و التعبئة حيث يحتاج المحصول لمساحة كبيرة بالنسبة لباقي المحاصيل و عليه ايضا يعاني المنتجين من عدم السماح بأنشاء مناشر جديدة مجهزة و أعطاء التراخيص لها فيقوم المنتجين بتجفيف محاصيلهم بوسائل بدائية و يدوية من شأنها إطالة الوقت و عدم كفاءة العمليات التسويقية.

و يوضح الجدول رقم (52) التوزيع النسبي للإنتاج الكلي من محصول الريحان و أوجه التصرف المختلفة علي مستوي عينة الدراسة وقد تبين أنه استأثر البيع الي تجار نصف جملة (التجزئة) بنسبة تقدر بنحو 31.2 % ثم يليه في الأهمية البيع لجمعية منتجي و مصدري و مصنعي النباتات الطبية و العطرية بنسبة بلغت نحو 27.9 % ثم البيع للمصدرين و تاجر الجملة بنسبة تقدر بنحو 24.6 % ، 16.3 % علي الترتيب وذلك من أجمالي الإنتاج المتصرف فيه علي مستوي العينة .

يعاني منتجي محصول الريحان من احتكار التجار المحليين (الجملة و التجزئة) و ذلك بسبب صعوبة التعامل مع هذا المحصول في ما يخص زيادة عدد الحشوات وكذلك تعدد انواع محصول الريحان و بالتالي يتحكم التجار في الأسعار في حالة عدم توافق المحصول مع المنتج المطلوب و أحيانا رفض المحصول و لجوء المنتجين الي القبول بأسعار متدنية لمحاصيلهم

جدول رقم (51) هيكل التكاليف التسويقية لمحصول الريحان في محافظتي بني سويف و اسيوط
علي مستوي عينة الدراسة لموسم (2006/2007)

البنود	جنيه / طن	%
تكاليف التجفيف	150	23.4
تكاليف التجهيز*	110	17.3
تكاليف التعبئة	230	35.9
تكاليف النقل	150	23.4
الإجمالي	640	100

* تضم هذه العملية الفرزو والغربلة و التجميع

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (52) أوجه التصرف في محصول الريحان علي مستوي عينة الدراسة للمنتجين في
محافظتي بني سويف و اسيوط

خلال الموسم (2006 - 2007)

الإنتاج الكلي بالطن	بيع لتجار الجملة		بيع لتجار نصف جملة		بيع لمصدر		بيع للجمعية	
	كمية	%	كمية	%	كمية	%	كمية	%
122.61	19.99	16.3	38.27	31.21	30.15	24.6	34.2	27.9

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

د - نصيب المنتج من سعر المستهلك :

يتبين من الجدول رقم (53) نصيب منتجي محصول الريحان في العينة ويتبين أن المنتج
يحصل علي أعلى نصيب من سعر تاجر الجملة و الذي بلغ نحو 89.6% بينما بلغ نحو 87.4% ،
87.1% ، 83.4% من سعر كل من تاجر التجزئة و المصدر وجمعية منتجي و مصدري و
مصنعي النباتات الطبية و العطرية علي الترتيب .

جدول رقم (53) قيمة نصيب المنتجين ونسبتها المئوية خلال المسالك التسويقية المختلفة

لمحصول الريحان في محافظتي بني سويف و اسيوط

خلال الموسم (2006 - 2007)

المسلك التسويقي	متوسط السعر المزرعي	متوسط سعر البيع	*نصيب المنتجين %
تاجر الجملة	1300	1450	89.6
تاجر التجزئة	1390	1590	87.4
المصدر	1350	1550	87.1
الجمعية	1380	1655	83.4

و - الهوامش التسويقية لمحصول الريحان :

يتبين من الجدول رقم (54) الهوامش التسويقية المطلقة و النسبية ووفقا للمسالك التسويقية
المختلفة لمحصول الريحان علي مستوي عينة الدراسة ومنه يتضح ارتفاع الهامش التسويقي
خلال المسلك التسويقي عبر جمعية مصدري النباتات الطبية و العطرية حيث بلغ نحو 275 جنيه
للطن يشكل نحو 19.9% من سعر البيع للجمعية و قدر معدل الزيادة في السعر بين المنتج و
الجمعية ووفقا لقانون التعلية السعرية نحو 19.9% من سعر المنتج ثم يليه علي الترتيب الهوامش
التسويقية المطلقة لكل من المصدر و تاجر التجزئة و تاجر الجملة .

هـ - الكفاءة التسويقية لمحصول الريحان :

يتبين من الجدول رقم (55) تقدير الكفاءة التسويقية لمحصول الريحان وذلك علي مستوي المسالك التسويقية المختلفة من واقع الدراسة الميدانية . فقد بلغت الكفاءة التسويقية نحو 86.4% من خلال المسلك التسويقي لتاجر الجملة وسجلت انخفاض من خلال المسلك التسويقي الخاص لجمعية منتجي و مصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية والذي بلغ نحو 84.5% ثم يليه المسلك التسويقي للمصدر و لتاجر التجزئة بنسبة قدرة بنحو 85.0% ، و 84.5% وعلي الرغم من الأرتفاع النسبي لمستويات الكفاءة التسويقية إلا انه لم يزل هناك امكانية لتحقيق مستويات أعلي و ذلك من خلال تحسين مستوي كفاءة أداء الخدمات و الوظائف التسويقية المقدمة لمحصول الريحان . جمعت وحسبت الكفاءة التسويقية من استمارات عينة الدراسة وفقا للمعادلة :

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - \frac{\text{(التكاليف التسويقية)}}{100 \times \text{التكاليف الإنتاجية}}$$

يعتبر محصول الريحان من المحاصيل المجهددة بالنسبة للمنتجين وذلك بسبب كثرة عدد الحشاشات التي يتطلبها هذا المحصول بالإضافة الي اصناف هذا المحصول ومن هنا يفضل المنتجين التعامل مع الجمعية أو المصنع وذلك بسبب أنهم يأخذون كامل المحصول بغض النظر عن النوع والكمية و دون التحكم بعدد الحشاشات .

جدول رقم (54) الهوامش التسويقية المطلقة بالجنه لطن محصول الريحان و الهوامش النسبوية النسبية وفقا للمسالك التسويقية المختلفة في عينة الدراسة

خلال الموسم (2006-2007)

المسلك التسويقي	الهامش التسويقي المطلق جنيه/ طن *	الهامش التسويقي النسبي ** %	التعليق السعرية*** %
تاجر الجملة	150	10.4	11.5
تاجر التجزئة	200	12.6	14.4
المصدر	200	12.9	14.8
الجمعية	275	16.6	19.9

* الهامش التسويقي المطلق = الفرق بين سعر الشراء و سعر البيع

** الهامش التسويقي النسبي = الهامش المطلق / سعر البيع $100 \times$

*** التعليق السعرية = الهامش المطلق / السعر المزرعي $100 \times$

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (55) الكفاءة التسويقية لمحصول الريحان موضوع الدراسة من خلال المسالك

التسويقية المختلفة علي مستوي عينة الدراسة خلال الموسم (2006-2007)

المحصول	*الكفاءة التسويقية %			
	تاجر الجملة	تاجر التجزئة	المصدر	الجمعية
الريحان	86.4	84.5	85.5	84.5
				أجمالي العينة
				85

* قدر رقم الكفاءة التسويقية وفقا للمعادلة = $100 - \frac{\text{(التكاليف التسويقية)}}{100 \times \text{التكاليف الإنتاجية}}$

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

ويتضح من الجدول رقم (56) أن صافي ثمن الطن المسوق من محصول الريحان علي مستوي عينة الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة و كان اعلي صافي ثمن للطن علي مستوي جمعية منتجي و مصنعي و مصدري النباتات الطبية حيث قدر بنحو 1655 جنيها للطن واتضح من دراسة العينة التقارب بين معظم مؤشرات الكفاءة التسويقية و بالنسبة لمحصول الريحان تقارب الأسعار التي يتقاضاها المنتجون عبر المسالك المختلفة .

جدول رقم (56) صافي ثمن الطن المسوق لمحصول الريحان موضوع الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة علي مستوي عينة الدراسة خلال الموسم (2006-2007)

المسلك التسويقي	ثمن الطن المسوق جنيه/ طن	التكاليف التسويقية جنيه / طن	صافي ثمن الطن للسوق جنيه/طن
تاجر الجملة	1450	600	850
تاجر التجزئة	1590	700	890
المصدر	1550	650	900
الجمعية	1655	700	955

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

ومن خلال الدراسة يتبين انه في حالة التسويق في مناطق الإنتاج يقوم المشترون بأنماطهم المختلفة بالتعاقد مع المنتجين قبل تمام النضج للمحصول وفي بعض الأحيان يتم دفع جزء من الثمن مقدما ليساعد المنتج في اتمام العمليات الزراعية و الوظائف المختلفة وقبل جمع المحصول يتم المعاينة و الاتفاق علي السعر النهائي .

و يتبين من الأستبيان أن 85% من المنتجين يفضلون تسويق محاصيلهم عبر جمعية منتجي و مصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية و ذلك بسبب المميزات التي تقدمها الجمعية.

م – المشاكل التي تواجه منتجي محصول الريحان :

أولا : المشاكل الإنتاجية :

- 1- ظهور مرض الذبول من أكثر المشاكل الإنتاجية.
- 2- إنتشار الحشرات و الطيور يسبب بعض الأضرار للمحصول .
- 3- صغر حجم الحيازات و تبعثها يصعب عمليات الخدمة وبالأخص الألية
- 4- عدم توافر العمالة الفنية الماهرة بالوقت و القدر الكافي.

الحلول الإنتاجية المقترحة :

- 1- عقد دورات تدريبية متخصصة لرفع مستوي أداء مختلف العمليات الزراعية و خاصة عمليات الحصاد و ما بعدها .
- 2- توفير مستلزمات الإنتاج من أسمدة ومبيدات و كيفية استخدام هذه المستلزمات.
- 3- توفير القروض التمويلية و التي تشمل المراحل الإنتاجية المختلفة.

ثانيا المشاكل التسويقية :

- 1- وجود ظاهرة الإحتكار التي يتعرض لها المنتجين لقلّة عدد التجار المحليين .
- 2- التقلب في الإنتاج و الأسعار من أكثر المشاكل التي تواجه المحصول و بالتالي عدم الأستقرار في الدخل .
- 3-عدم توفر المعلومات التسويقية و خاصة السعرية و خاصة قبل موسم الزراعة بوقت مناسب و أيضا ما يخص الأصناف المطلوبة في الأسواق .

الحلول التسويقية المقترحة :

- 1- توفير قاعدة عريضة من البيانات و المعلومات الإنتاجية و التسويقية و التي تعين المنتجين في اتباع الأساليب الإنتاجية و التسويقية المحفزة لارباحهم .
- 2- الحد من احتكار التجار عن طريق دور جمعية منتجي ومصنعي و مصدري النباتات الطبية و العطرية أو عن طريق تكوين التعاونيات التسويقية و تفعيل دورها.
- 3- الأهتمام بالجوانب البحثية التي تنصب علي استنباط اصناف و سلالات جديدة ذات صفات جيدة تتناسب مع الظروف المناخية التي تتركز بها زراعة الريحان .
- 4- تقديم التمويل اللازم و الدعم لزيادة كفاءة الوظائف و الخدمات المقدمة للمحصول و لزراعة الاصناف الجديدة المرغوبة.
- 5- توفير المناشر الجيدة و المجهزة و المغطاه لمنع اقتراب الطيور و دخول الحشرات .

4- محصول العتر:

يتبين من عينة الدراسة أن أهم المؤشرات الوصفية لعينة الدراسة لمحصول العتر أن نحو 74 % من مزارعي العينة ملمين بالقراءة و الكتابة دون مؤهلات علمية وباقي مفردات العينة من ذوي التأهيل العلمي المتوسط والعالي وقد بلغت نسبتهم نحو 26% علي مستوي العينة و بالنسبة لعدد المشتغلين بالزراعة بلغت نسبتهم نحو 40%.

و مدة مكوث المحصول بالزراعة الواحدة تتراوح نحو ثمانية شهور ونحو 71% من المزارعين يقومون بزراعة محصول العتر بعد زراعة محصول الذرة الشامية ونحو 29% من المزارعين ليس لديهم علم أو معلومات عن الزراعة النظيفة لمحاصيل النباتات الطبية و العطرية. كما بلغ أدنى عدد سنوات الخبرة في زراعة محصول العتر هو 5 سنوات ونسبتهم 14 % و أقصى سنوات الخبرة في زراعة العتر بلغت نحو 20 سنة بنسبة تقدر بنحو 25%.

جدول رقم (57) بيان تكاليف زراعة و إنتاج فدان من محصول العتر

لعام 2007

العمليات الزراعية	بياناتها	التكاليف بالجنيه	%
إيجار الأرض	طوال فترة المحصول 9 شهور	2000	33.44
حرث	وجهين وتخطيط	100	1.67
تحويل ، ريه كدابه	عدد 6 عمال x 15 جنيه	90	1.50
عزيق وتسوية وتنقية حشائش	عدد 10 عامل x 15 جنيه	150	2.51
تقاوي 30 الف شتلة	عدد الشتلة x 10 جنيه	300	5.02
زراعة	عدد 6 عمال x 15 جنيه	90	1.50
رية الزراعة	عدد 10 عامل x 15 + ماكينة ري	250	4.18
أسمدة كيماوية	عدد 3 شيكارة سوبر فوسفات x 60 عدد 1 شيكارة بوتاسيوم x 110 عدد 3 شيكارة نترات x 80	180	3.01
نثر سماد	عدد 4 عمال x 15	60	1.00
ري	عدد عشر ريات x 90	900	15.05
سماد بلدي	20 م ³ x 15	300	5.02
مقاومة آفات	عدد 2 عامل x 15 + 100 جنيه مبيد	130	2.17
حصاد ونقل للجرن	عدد 10 عامل x 15 جنيه	150	2.52
جمع المحصول	عدد 40 عامل x 15 عدد 20 ولد x 15	900	15.05
دق و غربلة	عدد - عامل x 15		
مطهر فطري		30	0.50
إجمالي التكاليف		5980	100
قيمة الإنتاج	كمية الإنتاج x السعر 30 كيلو زيت x 300 جنيه	9000	
صافي الربح		3020	

المصدر : عينة الداسة و بيانات مديرية الزراعة بمحافظة بني سويف ، المنيا ، اسيوط، الفيوم وإدارة البساتين لسنة 2007

أ- التكاليف الإنتاجية لمحصول العتر :

يتبين من الجدول رقم (57) هيكل التكاليف الإنتاجية الفدانية لمحصول العتر علي مستوي عينة الدراسة يتبين أن الإيجار السنوي يمثل أعلى نسبة في قيمة التكاليف الإنتاجية الفدانية لمحصول العتر حيث بلغت نحو 33.4% و يعود السبب في ذلك أن المنتجين يقومون بزراعة محصول العتر في الأراضي الجيدة يليه في الأهمية النسبية تكلفة الري وتكلفة جمع المحصول و التي بلغت نحو 15.1% لهما يليه بأهمية النسبية تكلفة استخدام التقاوي و السماد البلدي و الري حيث بلغت نحو 5.1% ، 5.1% ، 4.2% علي الترتيب ويتم زراعة محصول العتر من قبل المنتجين بواسطة العقل ويأخذ المنتج في اعتباره زيادة الكمية المستخدمة في العقل في الزراعة لتعويض نسبة عدم نجاح العقلة.

ب- دالة تكاليف الإنتاج لمحصول العتر في عينة الدراسة :

تم تقدير دالة التكاليف الإنتاجية لمحصول العتر علي مستوي عينة المنتجين في الصورتين التربيعية و التكعيبية وقد ثبت أفضلية الصورة التكعيبية من الناحيتين الأحصائية و الأقتصادية لتمثيل تلك الدالة كما هو مبين في الجدول رقم (58) . وقد ثبت معنوية الناتج علي مستوي معنوية 1% و أشار رقم F علي معنوية النموذج ككل عند مستوي معنوية 1% وتدل قيمة معامل التحديد R² عند (95 %) و المقدر من الدالة علي أن التقلبات في حجم الإنتاج تشرح نحو 95 % من التقلبات الكلية في التكاليف.

جدول رقم (58) النموذج الرياضي المقدر لدالة تكاليف الإنتاج لمحصول العتر

F	R ²	المعادلة المقدر	البيانات
582.55	0.97	C= 214.85+140.34Q + 0.02Q ² (0.9)** (11.09)** (0.09)	الصورة التربيعية
203	0.95	C=222.91+139.47Q – 0.03Q ² + 0.0002Q ³ (0.63) (4.55)** (0.04) (0.03)	الصورة التكعيبية
* معنوية علي مستوي 5 %			
** معنوية علي مستوي 1%			
المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية			

وباستخدام معادلة التكاليف الكلية يمكن معرفة الحجم الأمثل للإنتاج عن طريق مساواة التكاليف الحدية بالإيراد الحدي وقد امكن اشتقاق دالة التكاليف الحدية بإيجاد التفاضل الجزئي الأول لدالة التكاليف الكلية السابقة بالنسبة للمتغير Q كما يلي :

$$MC = 139.47 - 0.08Q + 0.001 Q^2$$

وبمساواة معادلة التكاليف الحدية بالإيراد الحدي يكون الحجم الأمثل للإنتاج بالنسبة للفدان نحو 33.5 كجم زيت طبار/ فدان . و امكن الحصول علي ادني نقطة علي منحنى متوسط التكاليف الكلية عن طريق مساواة دالة التكاليف الحدية مع دالة متوسط التكاليف الكلية و امكن الحصول علي دالة متوسط التكاليف الكلية من قسمة التكاليف الكلية علي حجم الإنتاج كما يلي :

$$ATC = \frac{222.91}{Q} + 193.47 - 0.04Q + 0.0002Q^2$$

ويتبين من مساواة الدالتين ان حجم الإنتاج المدني للتكاليف قد بلغ نحو 55 كجم/ فدان

ج- التكاليف التسويقية لمحصول العتر :

يتبين من الجدول رقم (59) تكلفة تسويق الكيلوجرام من زيت محصول العتر للوقوف علي مدي كفاءة النظام التسويقي علي مستوي عينة الدراسة و منه يتضح أن متوسط تكلفة الكيلوجرام من زيت العتر بلغت نحو 69.5 جنيها تمثل كل من تكلفة التجميع و النقل و التعبئة و التجفيف و التجهيز و التقطير و تمثل تكلفة التقطير أعلى تكلفة في الوظائف التسويقية لمحصول العتر حيث بلغت نحو 86.4 % و يلاحظ انخفاض تكلفة الوظائف التسويقية للكيلو المسوق من زيت العتر و يعود ذلك لعدم حاجة هذا المحصول لكثير من الأيدي العاملة المدربة.

و يتبين من الجدول رقم (60) التوزيع النسبي للإنتاج الكلي من محصول زيت العتر و أوجه التصرف المختلفة علي مستوي عينة المنتجين وقد تبين أنه استأثر البيع الي المصنع بنسبة تقدر بنحو 36.7 % وبالمقابل بلغ البيع الي تجار الجملة نحو 35.8% ، ومن خلال استطلاع الراي لمزارعي العينة تبين تفضيل المنتجين التعامل مع المصنع و ذلك بسبب احتكار التجار و التحكم في الأسعار و التحكم بمواصفات الزيت المستخرج.

جدول رقم (59) هيكل التكاليف التسويقية لمحصول العتر في محافظة بني سويف علي مستوي عينة الدراسة لموسم (2006/2007)

النسبة %	جنيه / كيلو زيت	البنود
4.4	3	تكاليف التجميع
3.6	2.5	تكاليف التجهيز*
2.8	2	تكاليف التعبئة
2.8	2	تكاليف النقل
86.4	60	تكاليف التقطير
100	69.5	الإجمالي

* تضم هذه العملية الفرزو والغربلة و التميع

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (60) أوجه التصرف في محصول العتر علي مستوي عينة الدراسة للمنتجين في محافظة بني سويف

خلال الموسم (2006 - 2007)

بيوع لمصدر		بيوع لتجار نصف جملة		بيوع لتجار الجملة		الإنتاج الكلي بالطن
%	كمية	%	كمية	%	كمية	
36.7	800	27.5	600	35.8	780	2180

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (61) قيمة نصيب المنتجين ونسبتها المئوية خلال المسالك التسويقية المختلفة

لمحصول شيخ البابونج في محافظة بني سويف

خلال الموسم (2006 - 2007)

المسلك التسويقي	متوسط السعر المزرعي	متوسط سعر البيع	*نصيب المنتجين %
تاجر الجملة	300	400	75
تاجر التجزئة	350	480	72.9
المصنع	290	350	82.9

*حسب نصيب المنتجين بقسمة السعر المزرعي للكمية المباعة علي سعر البيع X 100

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

د - نصيب المنتج من سعر المستهلك :

يتبين من الجدول رقم (61) نصيب منتجي محصول العتر في العينة ويتبين أن المصنع يحصل علي أعلى نصيب من سعر تاجر الجملة حيث بلغ نحو 82.9% بينما ثم يليه نصيب المنتجين من سعر البيع لتاجر الجملة وقد بلغ نحو 75%.

و - الهوامش التسويقية لمحصول العتر :

يتبين من الجدول رقم (62) الهوامش التسويقية المطلقة و النسبية و التعليق السعرية وفقا للمسالك التسويقية المختلفة لمحصول زيت العتر علي مستوي عينة الدراسة ومنه يتضح ارتفاع الهامش التسويقي خلال المسلك التسويقي لتاجر التجزئة والذي بلغ نحو 130 جنيه يشكل نحو

27.1% من سعر البيع لتاجر التجزئة وقدر معدل الزيادة في السعر بين المنتج و تاجر التجزئة وفقا لقانون التعلية السعرية نحو 37.2% من سعر المنتج ثم يليه الهامش التسويقي المطلقة عبر تاجر الجملة حيث قدر بنحو 100 جنيه مما يشكل نحو 25% من سعر البيع لتاجر الجملة وقدر معدل الزيادة في السعر بين المنتج وتاجر الجملة بنحو 33.3% من سعر المنتج.

جدول رقم (62) الهوامش التسويقية المطلقة بالجنيه لكل كيلو زيت من محصول العنبر و الهوامش التسويقية النسبية وفقا للمسالك التسويقية المختلفة في عينة الدراسة خلال الموسم (2006-2007)

المسلك التسويقي	الهامش التسويقي المطلق جنيه/ طن *	الهامش التسويقي النسبي ** %	التعلية السعرية*** %
تاجر الجملة	100	25	33.3
تاجر التجزئة	130	27.1	37.2
المصنع	60	17.2	20.7
الجمعية	-----	-----	-----

* الهامش التسويقي المطلق = الفرق بين سعر الشراء و سعر البيع
 ** الهامش التسويقي النسبي = الهامش المطلق / سعر البيع X 100
 *** التعلية السعرية = الهامش المطلق / السعر المزرعي X 100
 المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (63) الكفاءة التسويقية لمحصول العنبر موضوع الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة علي مستوي عينة الدراسة خلال الموسم (2006-2007)

المحصول	*الكفاءة التسويقية %			
	تاجر الجملة	تاجر التجزئة	المصدر	الجمعية
العنبر	75	60	78	-----
أجمالي العينة				35

* قدر رقم الكفاءة التسويقية وفقا للمعادلة = 100 - $\frac{100 \times (\text{التكاليف التسويقية})}{\text{التكاليف التسويقية} + \text{التكاليف الإنتاجية}}$

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (64) صافي ثمن الطن المسوق لمحصول العنبر موضوع الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة في محافظة بني سويف خلال الموسم (2006-2007)

المسلك التسويقي	ثمن الطن المسوق جنيه/ كيلو زيت	التكاليف التسويقية جنيه / كيلو زيت	صافي ثمن الطن للسوق جنيه/كيلو زيت
تاجر الجملة	400	70	330
تاجر التجزئة	480	95	385
المصنع	350	65	285
الجمعية	-----	-----	-----

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

هـ - الكفاءة التسويقية لمحصول العنبر:

يتبين من الجدول رقم (63) تقدير الكفاءة التسويقية لمحصول العنبر وذلك علي مستوي المسالك التسويقية المختلفة من واقع الدراسة الميدانية . فقد بلغت الكفاءة التسويقية نحو 78% من خلال المسلك التسويقي للمصنع ومن ثم يأتي المسلك التسويقي للبيوع لتاجر الجملة حيث بلغ نحو 75% يليه تاجر التجزئة وقد بلغ حوالي 60% وقدرت الكفاءة التسويقية من خلال المعادلة كما يلي :

التكاليف التسويقية + التكاليف الإنتاجية

ويتبين من الجدول رقم (64) ان صافي ثمن كيلو الزيت المسوق من محصول العتر علي مستوي عينة الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة كان أعلى صافي لثمن كيلو الزيت كان علي مستوي البيع لتاجر التجزئة و الذي بلغ نحو 385 جنية للكيلوجرام زيت مسوق . ويتبين من الدراسة انه في حالة التسويق في مناطق الإنتاج يقوم المشترون بأنماطهم المختلفة بالتعاقد مع المنتجين قبل جمع المحصول وتقطيره وفي بعض الأحيان يتم دفع جزء من الثمن مقدما ليساعد المنتج في اتمام العمليات الزراعية و الوظائف المختلفة . ومن خلال الأستبيان واستطلاع لآراء المنتجين تبين ان 95% من المنتجين يفضلون تسويق محاصيلهم عبر المصنع و ذلك لان المصنع يعتبر مشتري جيد و مضمون بالنسبة للمنتج سنويا وكذلك تقاديا لاحتكار التجار كما يتضح من الدراسة بأن مصادر الحصول علي معلومات متعلقة بأسعار المحاصيل هي الوسائل التقليدية المتوفرة و غالبا من خلال المصنع نفسه أو التاجر المشتري للمحصول .

م – المشاكل التي تواجه منتجي العتر علي مستوي العينة :

أولا : المشاكل الإنتاجية :

- 1- إصابة المحصول بحشرة الجاسيد وبشكل كبير مما يؤثر سابا علي كمية الزيت المستخرج و أيضا تعرض النبات لعفن الجذور و الساق من أكثر المشاكل التي تواجه المنتجين.
- 2- ارتفاع تكاليف إنتاج محصول العتر وضعف الإمكانيات التمويلية .
- 3- سوء استخدام الأسمدة الكيماوية بسبب غياب الإرشادات الزراعية يؤدي الي زيادة التكاليف و إنخفاض إنتاجية الفدان من الزيت المستخلص و إنخفاض الجودة.

الحلول الإنتاجية المقترحة :

- 1- العمل علي توفير التمويل اللازم و خاصة لصغار المنتجين وذوي حجم الحيازات الصغيرة .
- 2- توفير الإرشادات الزراعية خاصة فيما يخص رش المبيدات و الأسمدة الكيماوية لما لها تأثير مباشر علي الزيت المستخلص.
- 3- الدورات التدريبية الخاصة بزراعة محصول العتر و التدريب علي كيفية التعامل مع المحصول بعد الحصاد .
- 4- استنباط الأصناف الجيدة عالية الإنتاجية .

ثانيا المشاكل التسويقية :

- 1- الإنخفاض العام لاسعار الزيت المستخلص من محصول العتر بسبب الإحتكار من قبل التجار و قلة و ندرة منافذ البيع .
- 2- عدم وجود مصانع مناسبة وقلة عدد وامكانيات مصانع التقطير بالإضافة الي البعد النسبي لمصانع التقطير عن اماكن الإنتاج .
- 3- ضعف الإمكانيات التمويلية و عدم توافر المعلومات التسويقية.

الحلول التسويقية المقترحة :

- 1- تشجيع الأستثمارات و خاصة فيما يتعلق بمجال استخلاص الزيوت و تصنيعها بدلا من تصريفها في صورة مواد أولية خام .
- 2- تحديد الأسعار من قبل الحكومة للزيت المستخلصه من محصول العتر.
- 3- إنشاء مصانع جديدة للتقطير .
- 4- تشكيل و تفعيل الدور التعاوني في مجال تسويق وتصريف الإنتاج .
- 5- فتح أبواب و منافذ جديدة لتصريف محصول الزيت لاستبعاد تحكم و احتكار التجار .

5- محصول النعناع:

يتبين من عينة الدراسة أن نحو 65% من مزارعي العينة ملمين بالقراءة و الكتابة دون مؤهلات علمية و بالنسبة لعدد المشتغلين بالزراعة من أفراد العائلة نسبتهم بلغت 62% من عينة الدراسة. و مدة مكوث المحصول بالزراعة الواحدة تتراوح بين 6- 8 شهور بنسبة تقدر 66% ، 34% من مزارعي العينة و معظم مزارعي العينة يقومون بزراعة محصول النعناع في اراضي طمبية بنسبة 75% و يتبين من الدراسة أن 80% المزارعين ليس لديهم معلومات عن الزراعة النظيفة . و كما يتضمن أن عدد حشاشات محصول النعناع بلغت حد أدني 3 حشاشات بنسبة 10% و 5 حشاشات و نسبتهم 41% من عينة الدراسة.

كما بلغ أدني عدد سنوات الخبرة في زراعة محصول النعناع هو 4 سنوات و نسبتهم 30% و أقصى سنوات الخبرة في زراعة النعناع بلغت نحو 20 سنة بنسبة تقدر بنحو 43% من عينة الدراسة.

أ- التكاليف الإنتاجية لمحصول النعناع :

يتبين من الجدول رقم (65) هيكل التكاليف الإنتاجية الفدانية لمحصول النعناع علي مستوي عينة الدراسة يتبين أن الإيجار السنوي يمثل أعلى نسبة في قيمة التكاليف الإنتاجية الفدانية لمحصول النعناع يليه تكلفة الري ثم السماد الكيماوي بنسبة تقدر بنحو 46.5% ، 18.7% ، 14.8% علي الترتيب و يأتي بعد مراكز بيع الأسمدة و المبيدات في مكان الإنتاج و عدم توفره بالكميات المناسبة و الكافية من اهم الأسباب التي من شأنها تحميل المنتجين أعباء مالية إضافية لتوفير ما يحتاجون من أسمدة و مبيدات في الأوقات و بالكميات المناسبة .

ب- دالة تكاليف الإنتاج لمحصول النعناع في عينة الدراسة :

تم تقدير دالة التكاليف الإنتاجية لمحصول النعناع علي مستوي عينة المنتجين في الصورتين التربيعية و التكعيبية و قد ثبت أفضلية الصورة التكعيبية من الناحيتين الأحصائية و الأقتصادية لتمثيل تلك الدالة كما هو مبين في الجدول رقم (66) . و قد ثبت معنوية الناتج علي مستوي معنوية 1% و أشار رقم F علي معنوية النموذج ككل عند مستوي معنوية 1% و تدل قيمة معامل التحديد R^2 عند (95 %) و المقدر من الدالة علي أن التقلبات في حجم الإنتاج تشرح نحو 95 % من التقلبات الكلية في التكاليف.

و قد امكن اشتقاق دالة التكاليف الحدية بإيجاد التفاضل الجزئي الأول لدالة التكاليف الكلية السابقة بالنسبة للمتغير Q كما يلي :

$$MC = 1988.45 - 161.05Q + 28.02 Q^2$$

ويمكن تحديد الحجم الأمثل لإنتاج الفدان من محصول النعناع وذلك بمساواة معادلة التكاليف الحدية بالإيراد الحدي يكون الحجم حيث قدر بنحو 18.5 طن / فدان. و قد امكن الحصول علي ادني نقطة علي منحنى متوسط التكاليف الكلية عن طريق مساواة دالة التكاليف الحدية مع دالة متوسط التكاليف الكلية و امكن الحصول علي دالة متوسط التكاليف الكلية من قسمة التكاليف الكلية علي حجم الإنتاج كما يلي :

$$ATC = \frac{222.91}{Q} + 193.47 - 0.04Q + 0.0002Q^2$$

و اتضح من مساواة الدالتين ان حجم الإنتاج المدني للتكاليف قد بلغ نحو 25 طن/ فدان.

جدول رقم (65) بيان تكاليف زراعة و إنتاج فدان من محصول النعناع لعام 2007

العمليات الزراعية	بياناتها	التكاليف بالجنيه	%
إيجار الأرض	طوال فترة المحصول 3/2 سنة	3000	46.5
حرث	وجهين وتخطيط	100	1.30
تحويض ، ريه كدابه	عدد 3 عمال x 15 جنيه	50	0.5
عزيق وتسوية وتنقية حشائش	عدد 4 عمال x 15 جنيه x 4 عزقات	240	3.5
تقاوي	عدد واحد طن x 350 جنيه	350	5.20
زراعة	عدد 8 عمال x 15	120	1.50
رية الزراعة	عدد واحد عامل x 15 + ماكينة ري بـ 75 جنيه	90	1.20
أسمدة كيماوية	عدد 6 شيكارة سوبر فوسفات x 60 عدد - شيكارة بوتاسيوم x 110 عدد 12 شيكارة نترات x 80	360	5.5
		-	-----
		960	14.80
نثر سماد	عدد 2 عمال x 15 x 4مرات	120	1.5
ري	عدد 18 ريات x 25	450	18.70
سماد بلدي	20 م ³ x 15	300	4.40
مقاومة آفات	عدد - عامل x 15 x 5 حشاشات		
حصاد ونقل للجرن	عدد 4 عمال x 15 x 5 حشاشات	300	4.40
جمع المحصول	عدد عامل x 15 x 5-----		
دق وغريلة	عدد - عامل x 15	-	
إجمالي التكاليف		6440	100
قيمة الإنتاج	كمية الإنتاج x السعر 25 طن x 450 جنيه	11250	
صافي الربح		4810	

المصدر : عينة الداسة وبيانات مديرية الزراعة بمحافظات بني سويف ، المنيا ، اسيوط، الفيوم وإدارة البساتين لسنة 2007

جدول رقم (66) النموذج الرياضي المقدر لدالة تكاليف الإنتاج لمحصول العتر

F	R ²	المعادلة المقدره	البيانات
156.7	0.93	$C = 227.22 + 6807.18Q + 375.8Q^2$ (1.35) (6.58)** (3.80)**	الصورة التربيعية
201.08	0.95	$C = 156.31 + 1988.45Q - 64.051Q^2 + 8.02Q^3$ (1.58) (3.5)** (2.8)** (3.58)**	الصورة التكعيبية
* معنوية علي مستوى 5 %			
** معنوية علي مستوى 1 %			
المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية			

ج - التكاليف التسويقية لمحصول النعناع :

يتبين من الجدول رقم (67) هيكل التكاليف التسويقية للطن من محصول النعناع للوقوف علي مدى كفاءة النظام التسويقي علي مستوي عينة الدراسة و منه يتضح أن متوسط تكلفة الطن من محصول النعناع بلغت نحو 995 جنيها للطن تمثل كل من تكلفة التجفيف و التجهيز و التعبئة و النقل علي الترتيب تبعا للاهمية النسبية 30.2% ، 21.6% ، 30.2% ، 15% ويعاني المنتجين هنا في عملية التجفيف و الغرلة و الفرز لاستخدام الوسائل التقليدية و عدم السماح بإنشاء مناشر جديدة مجهزة و أعطاء التراخيص لذلك .

و يتبين من الجدول رقم (68) التوزيع النسبي للإنتاج الكلي من محصول النعناع و أوجه التصرف المختلفة علي مستوي العينة و منه يتبين انه علي مستوي عينة المنتجين استأثر البيع الي تجار نصف الجملة (تجزئة) بنسبة تقدر بنحو 33.3% ثم البيع لتجار الجملة و الجمعيات حيث قدرت بنحو 29.2% ، 16.8% و يأتي تفضيل المنتجين البيع لتجار التجزئة الي ارتفاع اسعار و سهولة التعامل مع المستهلك.

جدول رقم (67) هيكل التكاليف التسويقية لمحصول النعناع في محافظة بني سويف علي مستوي عينة الدراسة لموسم (2006/2007)

البنود	جنيه / طن	%
تكاليف التجفيف	300	30.2
تكاليف التجهيز*	215	21.6
تكاليف التعبئة	300	30.2
تكاليف النقل	180	18
الإجمالي	995	100

* تضم هذه العملية الفرز و الغرلة و التجميع

المصدر : جمعت و حسبت من استمارات الدراسة الميدانية
جدول رقم (68) أوجه التصرف في محصول النعناع علي مستوي عينة الدراسة للمنتجين في محافظة بني سويف

خلال الموسم (2006 - 2007)

الإنتاج الكلي بالطن	بيع لتجار الجملة		بيع لتجار نصف جملة		بيع لمصدر		بيع للجمعية	
	كمية	%	كمية	%	كمية	%	كمية	%
120	35	29.2	40	33.3	20	16.6	25	20.8

المصدر : جمعت و حسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (69) قيمة نصيب المنتجين ونسبتها المئوية خلال المسالك التسويقية المختلفة

لمحصول النعناع في محافظة بني سويف

خلال الموسم (2006 - 2007)

المسلك التسويقي	متوسط السعر المزرعي	متوسط سعر البيع	*نصيب المنتجين %
تاجر الجملة	4000	4250	94.1
تاجر التجزئة	4500	4700	95.7
المصدر	3800	4000	95
الجمعية	4000	4200	95.2

* حسب نصيب المنتجين بقسمة السعر المزرعي للكمية المباعة علي سعر البيع X 100

المصدر : جمعت و حسبت من استمارات الدراسة الميدانية

د - نصيب المنتج من سعر المستهلك :

يتبين من الجدول رقم (69) نصيب منتجي محصول النعناع علي مستوي العينة و منه يتضح أن أعلى نسبة يحصل عليها المنتج من سعر تاجر التجزئة و جمعية منتجي و مصدري و مصنعي النباتات الطبية و العطرية حيث قدرت بنسبة نحو 95.7% ، 95.2% وإن تقاربت النسب الأخرى من سعر كل من المصدر و تاجر الجملة.

جدول رقم (70) الهوامش التسويقية المطلقة بالجنيه لطن محصول النعناع و الهوامش التسويقية النسبية وفقا للمسالك التسويقية المختلفة في عينة الدراسة خلال الموسم

(2007 - 2006)

التعليق السعرية*** %	الهامش التسويقي النسبي ** %	الهامش التسويقي المطلق جنيه/ طن *	المسلك التسويقي
6.3	5.8	250	تاجر الجملة
4.4	4.3	200	تاجر التجزئة
5.3	5	200	المصدر
5	4.8	200	الجمعية

* الهامش التسويقي المطلق = الفرق بين سعر الشراء و سعر البيع

** الهامش التسويقي النسبي = الهامش المطلق / سعر البيع $100 \times$

*** التعليق السعرية = الهامش المطلق / السعر المزرعي $100 \times$

المصدر : جمعت و حسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (71) الكفاءة التسويقية لمحصول النعناع موضوع الدراسة من خلال المسالك

التسويقية المختلفة علي مستوي عينة الدراسة خلال الموسم (2007 - 2006)

*الكفاءة التسويقية %					المحصول
أجمالي العينة	الجمعية	المصدر	تاجر التجزئة	تاجر الجملة	
35	90.2	87.7	87.1	88.9	النعناع

* قدر رقم الكفاءة التسويقية وفقا للمعادلة = $100 - \frac{(\text{التكاليف التسويقية})}{\text{التكاليف التسويقية} + \text{التكاليف الإنتاجية}} \times 100$

المصدر : جمعت و حسبت من استمارات الدراسة الميدانية

المصدر : جمعت و حسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (72) صافي ثمن الطن المسوق لمحصول النعناع موضوع الدراسة من خلال

المسالك التسويقية المختلفة في محافظة بني سويف خلال الموسم (2007 - 2006)

المسلك التسويقي	ثمن الطن المسوق جنيه/ طن جاف	التكاليف التسويقية جنيه / طن	صافي ثمن الطن للسوق جنيه/طن
تاجر الجملة	4250	800	3450
تاجر التجزئة	4700	950	3750
المصدر	4000	900	3100
الجمعية	4200	700	3500

المصدر : جمعت و حسبت من استمارات الدراسة الميدانية

و - الهوامش التسويقية لمحصول النعناع :

يتبين من الجدول رقم (70) الهوامش التسويقية المطلقة و النسبية وفقا للمسالك التسويقية المختلفة لمحصول النعناع علي مستوي عينة الدراسة و منه يتضح إنخفاض الهامش التسويقي عبر تاجر التجزئة و جمعية منتجي و مصدري و مصنعي النباتات الطبية و العطرية و المصدر حيث بلغ نحو 200 جنيه للطن تشكل نحو 4.3% ، 4.8% ، 5% علي الترتيب الهامش التسويقي لتاجر الجملة و يقدر بنحو 5.8% و قدر معدل الزيادة في السعر بين المنتج و تاجر

التجزئة و فقا لقانون التعلية السعرية بنحو 4.4% من سعر المنتج ثم يليه علي الترتيب جمعية منتجي و مصدري النباتات الطبية و العطرية و المصدر. وغالبا ما يتحكم كل من تجار التجزئة و الذين يعتبرون مرحلة في النظام التسويقي لمحصول النعناع و الذين يمثلون بأسواقهم محلات العطارة و تجار العطارة أو المتمركزين في اسواق ثابتة في المدن و القرى و الذين يقومون بالبيع للمستهلكين مباشرة .

هـ - الكفاءة التسويقية لمحصول النعناع :

يتبين من الجدول رقم (71) تقدير الكفاءة التسويقية لمحصول النعناع وذلك علي مستوي المسالك التسويقية المختلفة من واقع الدراسة الميدانية . فقد بلغت الكفاءة التسويقية نحو 90.2% من خلال المسلك التسويقي لجمعية منتجي و مصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية مما يدل علي ارتفاع الكفاءة التسويقية لهذا المسلك التسويقي و سجلت تقارب في الكفاءة التسويقية لتاجر الجملة و تاجر التجزئة و المصدر و قد بلغت الكفاءة التسويقية نحو 88.9 ، 87.1 ، 87.7% علي الترتيب ويرجع ارتفاع الكفاءة التسويقية الي ارتفاع اداة الخدمات و الوظائف التسويقية المقدمة و التي تجري علي هذا المحصول في المراحل التسويقية المختلفة و ارتفاع الهوامش الربحية التي يتقاضاها الوسطاء و المتعاملون في تسويق هذا المحصول من خلال هذه المسالك . وحسبت الكفاءة التسويقية من خلال معادلة :

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - \frac{100 \times (\text{التكاليف التسويقية})}{\text{التكاليف التسويقية} + \text{التكاليف الإنتاجية}}$$

ويتبين من الجدول رقم (72) ان صافي ثمن الطن المسوق من محصول النعناع الجاف علي مستوي عينة الدراسة كان أعلي صافي ثمن الطن المسوق علي مستوي تاجر التجزئة حيث قدر بنحو 3750 جنيها للطن .

و من خلال الأستبيان يتبين أن 55% من المنتجين يفضلون تسويق محاصيلهم عبر جمعية منتجي و مصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية و ذلك لسهولة التعامل ويكون فيه جميع المنتجين في تسوية واحدة من حيث الأسعار و نوع التعاقد.

م – المشاكل التي تواجه منتجي محصول النعناع علي مستوي العينة :

أولا : المشاكل الإنتاجية :

- 1- عدم وجود برامج تربية لانتخاب أصول جيدة ذات مواصفات إنتاجية و نوعية عالية.
- 2- عملية الحصول علي الأسمدة تتم من قبل المنتج أو وسطاء تجاريين من مراكز بيع في القاهرة و هذا يحمل المنتج تكلفة نقل أو تكلفة و ساطة تضاف علي قيمة السماد نفسه مما يحمل المنتج اعباء نقدية إضافية هذا عدي ارتفاع ثمن الأسمدة نفسها و عدم توفرها.
- 3- غياب دور الإرشاد الزراعي و توجيه المنتج لاختيار الأنواع و الكميات المناسبة من المبيدات .

الحلول الإنتاجية المقترحة :

- 1- ايجاد مراكز بحثية إنتاجية متخصصة لإنتاج التقاوي المناسبة و ذات مواصفات جيدة مطلوبة
- 2- توفير المبيدات المناسبة بالأنواع و الكميات المناسبة و بالمواعيد في مراكز المحافظة .
- 3- المراقبة و المحاسبة علي عمليات شراء المبيدات حتي يتم تنظيم هذه العملية وفقا للاحتياجات و بالمواعيد المناسبة.

ثانيا المشاكل التسويقية :

- 1- ارتفاع تكاليف التجفيف و بدائية المناشر تجعل المحصول عرضة للآتربة و الغبار .
- 2- عملية التجفيف تتم في فصل الشتاء لذلك يعاني المنتجون من بدائية المناشر التي تتعرض للرطوبة و الامطار و التي من شأنها اتلاف المنتج و تعريضه للإصابة بالتعفن و الفطر التي يقلل من جودة المحصول .

- 3- يتم عادة التحكم و الإحتكار من قبل عدد قليل من التجار وهذا يؤدي الي حصول المنتج علي اسعار غير مجزية تغطي تكاليف الإنتاج .
- 4- زيادة الطلب علي الزراعة العضوية وهي تنافس الزراعة غي العضوية و حتي الآن لا يوجد توصيات حول هذه الزراعة حتي يمكن تطبيقها .
- 5- عدم ثبات الأسعار و عدم علم المنتجين بهذه الأسعار الا من قبل التاجر الذي يقوم بشراء المحصول .

الحلول التسويقية المقترحة :

- 1- إعادة اصدار قانون جديد يسمح بإنشاء مناشر حديثة و مراقبة التنفيذ و متابعة احراءات البناء حتي تتطابق مع مقاييس المناشر المطلوبة .
- 2- حماية المنتج من استغلال التجار و المحتكرين.
- 3- تفعيل دور الحكومة و الإرشاد الزراعي فيما يخص الزراعة العضوية و المكافحة و التسميد
- 4- تفعيل دور جمعية منتجي و مصدري و مصنعي النباتات الطبية و العطرية.
- 5- تخفيض الضرائب و توفير معامل لاجراء التحليلات الكيميائية للنباتات الطبية .

6- محصول الكسبرة :

يتبين من عينة الدراسة أن أهم المؤشرات الوصفية لعينة الدراسة لمحصول الكسبرة حيث 65 % من مزارعي العينة ملمين بالقراءة و الكتابة دون مؤهلات علمية وأن 39% من اجمالي عينة الدراسة من المشتغلين بالزراعة من أفراد العائلة و مدة مكوث المحصول بالزراعة الواحدة لمحصول الكسبرة هي 6-7 أشهر وهي المدة التي يكون فيها المحصول ذو كفاءة إنتاجية عالية و اقتصادية. و يقوم نحو 69 % من مزارعي العينة يقومون بزراعة محصول الكسبرة في أراضي طينية ، 80 % من المزارعين لديهم معلومات عن الزراعة النظيفة لمحاصيل النباتات الطبية و العطرية، كما يتضح إن أدني عدد حشات لمحصول الكسبرة (خضراء) نحو اثنين بنسبة تقدر بحوالي 14% و أقصى عدد حشات بلغ 3 حشات سنويا بنسبة 86% في عينة الدراسة. كما بلغ أدني عدد لسنوات الخبرة في زراعة محصول الكسبرة هو 10 سنوات و نسبتهم 24 % و أقصى سنوات الخبرة في زراعة الكسبرة هو 20 سنة و نسبتهم 35% من عينة الدراسة.

أ- التكاليف الإنتاجية لمحصول الكسبرة:

يتبين من الجدول رقم (73) هيكل التكاليف الإنتاجية الفدانية لمحصول الكسبرة علي مستوي عينة الدراسة خلال الموسم و يتضح أن إيجار الأرض يمثل أعلى نسبة في قيمة التكاليف الإنتاجية الفدانية لمحصول الكسبرة حيث بلغت نحو 37.3% و يعود السبب في ذلك أن المنتجين يقومون بزراعة محصول الكسبرة في اراضي جيدة تصلح لزراعات أخرى و تمثل تكلفة الري و الأسمدة و الحصاد و العزيق نسبة تتراوح ما بين 11.3% ، 12% ، 7.5% ، 7.5% علي الترتيب. و غالبا ما يتم التعاقد علي تسويق المحصول مع المشتري قبل تمام النضج فيكون ذلك من شروط المشتري التي يفرضها علي المنتج في عدم إضافة كميات كبيرة من الأسمدة الكيماوية و من ثم تتقارب نسب التكاليف الإنتاجية عن باقي عناصر التكاليف.

ب- دالة تكاليف الإنتاج لمحصول النعناع في عينة الدراسة :

تم تقدير دالة التكاليف الإنتاجية لمحصول الكسبرة علي مستوي عينة المنتجين في صورتين التربيعية و التكعيبية و قد ثبت أفضلية الصورة التكعيبية من الناحيتين الأحصائية و الاقتصادية لتمثيل تلك الدالة كما هو مبين في الجدول رقم (74) . وقد ثبت معنوية الثابت علي مستوي معنوية 1% و مكعب الناتج عند مستوي معنوي 5% و أشار رقم F علي معنوية النموذج ككل عند مستوي معنوية 1% و تدل قيمة معامل التحديد R^2 عند (95 %) و المقدر من الدالة علي أن التقلبات في حجم الإنتاج تشرح نحو 95 % من التقلبات الكلية في التكاليف.

جدول رقم (73) بيان تكاليف زراعة و إنتاج فدان من محصول الكسبرة لعام 2007

العمليات الزراعية	بياناتها	التكاليف بالجنيه	%
إيجار الأرض	طوال فترة المحصول	900	37.3
حرث	وجهين وتخطيط	100	4.2
تحويض ، ريه كدابه	عدد 6 عمال x 15 جنيه	90	3.7
عزيق وتسوية وتنقية حشائش	عدد 10 عمال x 15 جنيه	150	6.2
تقاوي	عدد 7 كجم x 10 جنيه	70	2.9
زراعة	عدد 4 عمال x 15	60	2.5
رية الزراعة	عدد واحد عامل x 15 + ماكينة ري بـ 75 جنيه	90	3.7
أسمدة كيميوية	عدد 3 شيكارة سوبر فوسفات x 60	180	7.5
	عدد 1 شيكارة بوتاسيوم x 110 عدد ---- شيكارة نترات x 80	110 -----	4.6 -----
نثر سماد ري	عدد 2 عمال x 15	30	1.2
	عدد 3 ريات x 90	270	11.3
مقاومة آفات	عدد 2 عامل x 15	30	1.2
حصاد ونقل للجرن	عدد 12 عمال x 15	180	7.5
جمع المحصول	عدد 24 عامل x 5 جنية للولد	120	5.0
دق وغريلة	عدد 2 عامل x 15	30	1.2
إجمالي التكاليف		2410	100
قيمة الإنتاج	كمية الإنتاج x السعر 700 كجم x 4 جنيه 4طن اخضر x 1500	8800	
صافي الربح		6390	

المصدر : عينة الدراسة وبيانات مديرية الزراعة بمحافظة بني سويف ، المنيا ، اسيوط، الفيوم وإدارة البساتين لسنة 2007

جدول رقم (74) النموذج الرياضي المقدر لدالة تكاليف الإنتاج لمحصول الكسبرة

F	R ²	المعادلة المقدره	البيانات
188.26	0.91	$C = 4512.2 + 181.00Q + 185.3Q^2$ (4.6)** (0.5) (11.35)**	الصورة التربيعية
255.9	0.95	$C = 615.52 + 1245.2Q - 856.4Q^2 + 1.9Q^3$ (1.48) (0.5) (2.5)* (3.29)**	الصورة التكعيبية
* معنوية علي مستوي 5 %			
** معنوية علي مستوي 1 %			
المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية			

ويمكن معرفة الحجم الأمثل لإنتاج الفدان من محصول الكسبرة عن طريق مساواة دالة التكاليف الحدية بالإيراد الحدي وقد امكن اشتقاق دالة التكاليف الحدية بإيجاد التفاضل الجزئي الأول لدالة التكاليف الكلية السابقة بالنسبة للمتغير Q كما يلي :

$$MC = 1988.45 - 161.05Q + 28.02 Q^2$$

وبمساواة معادلة التكاليف الحدية بالإيراد الحدي يكون الحجم الأمثل للإنتاج بالنسبة للفدان قد بلغ نحو 900 كجم / فدان. و امكن الحصول علي ادني نقطة علي منحني متوسط التكاليف الكلية عن طريق مساواة دالة التكاليف الحدية مع دالة متوسط التكاليف الكلية و امكن الحصول علي دالة متوسط التكاليف الكلية من قسمة التكاليف الكلية علي حجم الإنتاج كما يلي :

$$ATC = \frac{615.52}{Q} + 1245.2 - 856.42 + 1.9Q^2$$

و اتضح من مساواة الدالتين ان حجم الإنتاج المدني للتكاليف قد بلغ نحو 1.2 طن/ فدان.

ج - التكاليف التسويقية لمحصول الكسبرة :

تم التعرف من خلال الأستبيان علي تكلفة تسويق الطن من محصول الكسبرة نظرا للوقوف علي مدي كفاءة النظام التسويقي ومن الجدول رقم (75) يوضح هيكل التكاليف التسويقية للطن من محصول الكسبرة علي مستوي عينة الدراسة و منه يتضح أن متوسط تكلفة الطن من محصول الكسبرة بلغت نحو 915 جنيها للطن تمثل كل من تكلفة التجفيف و التجهيز و التعبئة و النقل علي الترتيب تبعا للاهمية النسبية 27.4% ، 34.4% ، 21.8% ، 16.4% ويعاني المنتجين هنا من عدم توفر الأيدي العاملة في الوقت المناسب وذلك لزيادة الطلب عليها في نفس الوقت وايضا استخدام الوسائل التقليدية وخاصة في عملية التعبئة و التجهيز (الغربلية و الفرز) و عدم السماح بأشياء مناشر جديدة مجهزة و أعطاء التراخيص لذلك .

يوضح الجدول رقم (76) التوزيع النسبي للإنتاج الكلي من محصول الكسبرة و أوجه التصرف المختلفة علي مستوي محافظة المنيا و منه يتبين انه علي مستوي عينة المنتجين استأثر البيع الي جمعية منتجي ومصنعي ومصدري النباتات الطبية و العطرية بنسبة بلغت 39.3% وذلك لقيام الجمعية بأخذ كامل المحصول بغض النظر انه اقل عن الكمية المتعاقد عليها أو زاد ثم يليه في الأهمية البيع لتجار الجملة بنسبة تقدر بنحو 32.1% وذلك من اجمالي الإنتاج المنصرف فيه علي مستوي المحافظة.

د - نصيب المنتج من سعر المستهلك :

يتبين من الجدول رقم (77) نصيب منتجي محصول الكسبرة في محافظة المنيا علي مستوي العينة و منه يتضح أن المنتج يحصل علي أعلي نصيب من سعر جمعية منتجي و مصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية حيث بلغ نحو 95.2% ، بينما بلغ نحو 95% ، 90% ، 88.8% من سعر كل من المصدر و تاجر التجزئة و تاجر الجملة علي الترتيب .

جدول رقم (75) هيكل التكاليف التسويقية لمحصول الكسبرة في محافظة المنيا علي مستوي عينة الدراسة لموسم (2006/2007)

البنود	جنيه / طن	%
تكاليف التجفيف	250	27.4
تكاليف التجهيز*	315	34.4
تكاليف التعبئة	200	21.8
تكاليف النقل	150	16.4
الإجمالي	915	100

* تضم هذه العملية الفرز و الغربلية و التجميع
المصدر : جمعت و حسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (76) أوجه التصرف في محصول الكسبرة علي مستوي عينة الدراسة للمنتجين في محافظة المنيا

خلال الموسم (2006-2007)

بييع للجمعية		بييع لمصدر		بييع لتجار نصف جملة		بييع لتجار الجملة		الإنتاج الكلي بالطن
%	كمية	%	كمية	%	كمية	%	كمية	
39.3	55	10.8	15	17.8	25	32.1	45	140

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (77) قيمة نصيب المنتجين ونسبتها المئوية خلال المسالك التسويقية المختلفة لمحصول الكسبرة في محافظة المنيا

خلال الموسم (2006-2007)

المسلك التسويقي	متوسط السعر المزرعي	متوسط سعر البيع	*نصيب المنتجين %
تاجر الجملة	4000	4500	88.8
تاجر التجزئة	4500	5000	90
المصدر	3800	4000	95
الجمعية	4000	4200	95.2

*حسب نصيب المنتجين بقسمة السعر المزرعي للكمية المباعة علي سعر البيع X 100

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (78) الهوامش التسويقية المطلقة بالجنيه لطن محصول الكسبرة و الهوامش التسويقية النسبية وفقا للمسالك التسويقية المختلفة في عينة الدراسة

خلال الموسم (2006-2007)

المسلك التسويقي	الهامش التسويقي المطلق جنيه/ طن *	الهامش التسويقي النسبي % **	التعليق السعرية*** %
تاجر الجملة	500	11.1	12.5
تاجر التجزئة	500	10	11.1
المصدر	200	5	5.3
الجمعية	200	4.8	5

* الهامش التسويقي المطلق = الفرق بين سعر الشراء و سعر البيع

** الهامش التسويقي النسبي = الهامش المطلق / سعر البيع X 100

*** التعليق السعرية = الهامش المطلق / السعر المزرعي X 100

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

و – الهوامش التسويقية لمحصول الكسبرة :

يوضح الجدول رقم (78) الهوامش التسويقية المطلقة و النسبية وفقا للمسالك التسويقية المختلفة لمحصول الكسبرة علي مستوي عينة الدراسة ومنه يتضح إنخفاض الهامش التسويقي خلال المسلك التسويقي عبر جمعية منتجي ومصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية حيث بلغ نحو 200 جنيه للطن تشكل نحو 4.8% من سعر البيع للجمعية وقدر معدل الأنخفاض في السعر بين المنتج و الجمعية وفقا لقانون التعليق السعرية نحو 5% ثم يليه في الترتيب الهوامش التسويقية المطلقة للمصدر و تاجر التجزئة و تاجر الجملة.

هـ - الكفاءة التسويقية لمحصول الكسبرة :

يوضح الجدول رقم (79) تقدير الكفاءة التسويقية لمحصول الكسبرة وذلك علي مستوي المسالك التسويقية المختلفة من واقع الدراسة الميدانية . فقد بلغت الكفاءة التسويقية نحو 78.8% من خلال المسلك التسويقي للمصدر وسجلت انخفاضا نحو 77.5 ، 76.3 ، 75.1% من خلال المسلك التسويقي الخاص بتاجر الجملة وجمعية منتجي ومصنعي ومصدري النباتات الطبية و العطرية و تاجر التجزئة علي الترتيب ويرجع ذلك الي انخفاض اداة الخدمات و الوظائف التسويقية المقدمة و التي تجري علي هذا المحصول في المراحل التسويقية المختلفة و انخفاض الهوامش الربحية التي يتقاضاها الوسطاء و المتعاملون في تسويق هذا المحصول. وحسبت الكفاءة التسويقية من

من خلال هذه المسالك التسويقية المختلفة كما يلي :

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - \frac{100 \times (\text{التكاليف التسويقية})}{\text{التكاليف التسويقية} + \text{التكاليف الإنتاجية}}$$

ويعود تفضيل المنتجين تسويق محاصيلهم عبر جمعية منتجي و مصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية و ذلك لسهولة التعامل دون احتكار من قبلها للسعراو للكمية المباعة واستحواذها علي كامل المحصول ذاد أو قل عن الكمية المتعاقد عليها بالإضافة الي تقديم التمويل اللازم في كثير من الأحيان للمنتجين قبل الزراعة أو بعدها حسب الاتفاق. الا انه نجد انخفاض الأرقام للكفاءة التسويقية عبر المسالك المختلفة ولذلك من خلال تحسين كفاءة أداء الخدمات التسويقية والتعدد للمسالك التسويقية امام المنتجين وذلك بالشكل الذي تستبعد اي نوع من الاحتكارات السوقية هذا من جهة ومن جهة اخري يعاني معظم المنتجين من عدم توفر المعلومات التسويقية حول الأسعار و الأسواق و فرص التسويق المختلفة بالإضافة الي بدائية المصادر المتاحة وهذا يعود بالدرجة الأولى الي غياب الدور الإرشادي في مجال الإنتاج وتسويق النباتات الطبية و العطرية بشكل عام .

جدول رقم (79) الكفاءة التسويقية لمحصول الكسبرة موضوع الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة علي مستوي عينة الدراسة خلال الموسم (2006- 2007)

المحصول	*الكفاءة التسويقية %			
	تاجر الجملة	تاجر التجزئة	المصدر	الجمعية
الكسبرة	77.5	75.1	78.8	76.3
				أجمالي العينة
				145

$$* \text{ قدر رقم الكفاءة التسويقية وفقا للمعادلة} = 100 - \frac{100 \times (\text{التكاليف التسويقية})}{\text{التكاليف التسويقية} + \text{التكاليف الإنتاجية}}$$

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

ويتضح من الجدول رقم (80) ان صافي ثمن الطن المسوق من محصول الكسبرة و ذلك علي مستوي عينة الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة كان أعلي صافي ثمن الطن المسوق علي مستوي تاجر التجزئة حيث قدر بنحو 4200 جنيها للطن . ومن خلال الدراسة يتبين انه في حالة التسويق في مناطق الأنتاج يقوم المشترون بأنماطهم المختلفة بالتعاقد مع المنتجين قبل تمام النضج و في بعض الأحيان يتم دفع جزء من الثمن مقدما ليساعد المنتج في اتمام العمليات الزراعية و الوظائف المختلفة وقبل جمع المحصول يتم المعاينة و الإتفاق علي السعر النهائي. و من خلال الأستبيان واستطلاع لأراء المنتجين يتبين أن 80% من المنتجين يفضلون تسويق محاصيلهم عبر جمعية منتجي و مصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية و ذلك من حيث المميزات فيما يخص الأسعار و نوع التعاقد ودون تمييز لمنتج عن اخر .

جدول رقم (80) صافي ثمن الطن المسوق لمحصول الكسبرة موضوع الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة في محافظة بني سويف خلال الموسم (2006- 2007)

المسلك التسويقي	ثمن الطن المسوق جنيه/ طن جاف	التكاليف التسويقية جنيه / طن	صافي ثمن الطن للسوق جنيه/طن
تاجر الجملة	4500	700	3800
تاجر التجزئة	5000	800	4200
المصدر	4000	650	3350
الجمعية	4200	750	3450

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

م – المشاكل التي تواجه منتجي محصول الكسبرة على مستوى العينة :

أولاً : المشاكل الإنتاجية :

- 1- عدم نقاوة التقاوي التي يتم شرائها و احتوائها علي اعشاب و نباتات غريبة و بالتالي يؤثر ذلك علي نقاوة المحصول و حصول صعوبات في تسويقه بالإضافة لزيادة في تكاليف العمليات التي تسبق تسويقه كالغربة و التجهيز .
- 2- وصول التقاوي في حالة غير سليمة بسبب تعرضها للتكسير من خلال توكيمها اثناء عملية نقلها الي المزرعة.
- 3- عدم معرفة بالأمراض التي تصيب المحصول مسبقا و بالتالي تفشي الأمراض و الإصابات التي تلزم المنتجين لاستخدام كميات أكبر من المبيدات و بالتالي تحميل تكاليف اضافية.

الحلول الإنتاجية المقترحة :

- 1- المراقبة المستمرة من قبل الحكومة علي مواصفات الشتول و التأكد من التزام منتجي التقاوي والعمليات الزراعية المناسبة حتي تكون مطابقة للمواصفات المناسبة للزراعة بالمنطقة.
- 2- تفعيل دور الإرشاد الزراعي و الكشف عن الأمراض التي تصيب المحاصيل و تنبيه المنتجين مسبقا بالإضافة الي اختيار المبيدات المناسبة.

ثانياً المشاكل التسويقية :

- 1- عدم توفر الأيدي العاملة المتخصصة المدربة علي جمع المحصول .
- 2- بدائية المناشر التي يقوم المنتجين باستخدامها لتجفيف محاصيلهم و اعتمادهم علي مناشر الحقل الخاصة بهم و عدم تصريح الحكومة بأنشاء مناشر جديدة .
- 3- عدم حصول جميع المنتجين علي اسعار موحدة علي رغم التماثل في مواصفات المحاصيل و ذلك لاختلاف مصادر تصريف المحاصيل .
- 4- يتم تعبئتها بشكاير سريعة التأثير بالرطوبة و عدم تصريف المحصول مباشرة بعد عملية التعبئة يعرض الشكاير للرطوبة .
- 5- انخفاض اسعار المحاصيل سنه عن سنه و عدم تغطيتها للجهود و التكاليف الإنتاجية .
- 6- اقتصار الطلب علي الزراعات العضوية و بالتالي عدم الحصول علي اسعار مجزية.

الحلول التسويقية المقترحة :

- 1- تفعيل دور جمعية منتجي و مصدري و مصنعي النباتات الطبية و العطرية و ذلك نظرا لتفضيل النسبة العظمي من المنتجين في تسويق محاصيلهم عن طريقها و ذلك لالتزام الجمعية بالعقود و الأسعار المجزية و العادلة لجميع المنتجين .
- 2- إقامة الدورات التدريبية و الإرشادية حول الزراعات العضوية النظيفة.

7- محصول الكراوية :

يتبين من الدراسة أن أهم المؤشرات الوصفية لعينة الدراسة لمحصول الكراوية في محافظة المنيا أن 66% من مزارعي العينة ملمين بالقراءة و الكتابة دون مؤهلات علمية وباقي مفردات العينة من ذوي التأهيل العلمي المتوسط أو العالي وبلغت نسبتهم 34% علي مستوي العينة وأن 75% من اجمالي عينة الدراسة من المشتغلين بالزراعة من أفراد العائلة. و تراوحت مدة مكوث المحصول بالزراعة الواحدة لمحصول الكراوية بين سبعة شهور 57% وتسعة شهور بنسبة 14% من عينة الدراسة . ويقوم نحو 100% من مزارعي العينة يقومون بزراعة محصول الكراوية في أراضي طميهه ، و نحو 71% من المزارعين ليس لديهم علم أو اي معلومات عن الزراعة النظيفة لمحاصيل النباتات الطبية و العطرية، كما يتضح إن أدني عدد حشات لمحصول الكراوية نحو اثنين بنسبة تقدر بحوالي 27% وأقصى عدد حشات بلغ 3 حشات سنويا بنسبة 17% في عينة الدراسة . كما بلغ أدني عدد لسنوات الخبرة في زراعة محصول الكراوية هو 10 سنوات ونسبتهم 14% و أقصى سنوات الخبرة في زراعة الكراوية هو 20 سنة ونسبتهم 34% من عينة الدراسة. وأن نحو 100% يستخدمون البذور في الزراعة.

أ- التكاليف الإنتاجية لمحصول الكراوية :

يتبين من الجدول رقم (81) هيكل التكاليف الإنتاجية الفدانية لمحصول الكراوية علي مستوي محافظة المنيا في عينة الدراسة ويتبين أن إيجار الأرض يمثل أعلى نسبة في قيمة التكاليف الإنتاجية الفدانية لمحصول الكراوية حيث بلغت نحو 29.3% و يعود السبب في ذلك أن المنتجين يقومون بزراعة محصول الكراوية في اراضي جيدة يليه في الأهمية النسبية تكلفة الري والتي بلغت نحو 18.8% يليه في الأهمية النسبية تكلفة السماد الكيماوي وتكلفة التحويض و العزيق بنسبة تقدر بنحو 11.7% ، 5% ، 6.3% ، 7.5% كما تم ذكره بأن محصول الكراوية يتم زراعته من قبل المنتجين بواسطة البذور وهذه الطريقة تكلف المنتج أكثر مما لو تم استخدام التقاوي في الزراعة و ذلك لان المنتج يأخذ في اعتباره زيادة الكمية من البذور في الزراعة لتعويض نسبة عدم الإنبات .

ب- دالة تكاليف الإنتاج لمحصول الكراوية في عينة الدراسة :

تم تقدير دالة التكاليف الإنتاجية لمحصول الكراوية علي مستوي عينة المنتجين في محافظة المنيا في الصورتين التربيعية و التكعيبية و قد ثبت أفضلية الصورة التكعيبية من الناحيتين الأحصائية و الأقتصادية لتمثيل تلك الدالة كما هو مبين في الجدول رقم (82) . وقد ثبت معنوية الثابت علي مستوي معنوية 5% و أشار رقم F علي معنوية النموذج ككل عند مستوي معنوية 1% وتدل قيمة معامل التحديد R^2 عند (95 %) و المقدر من الدالة علي أن التقلبات في حجم الإنتاج تشرح نحو 95% من التقلبات الكلية في التكاليف.

ويمكن معرفة الحجم الأمثل لإنتاج الفدان من محصول الكراوية عن طريق مساواة دالة التكاليف الحدية بالإيراد الحدي و قد امكن اشتقاق دالة التكاليف الحدية بإيجاد التفاضل الجزئي الأول لدالة التكاليف الكلية السابقة بالنسبة للمتغير Q كما يلي :

$$MC = 455.02 - 1.59 Q + 0.28 Q^2$$

وبمساواة معادلة التكاليف الحدية بالإيراد الحدي يكون الحجم الأمثل للإنتاج بالنسبة للفدان قد بلغ نحو 1.2 طن/ فدان. و قد امكن الحصول علي ادني نقطة علي منحنى متوسط التكاليف الكلية عن طريق مساواة دالة التكاليف الحدية مع دالة متوسط التكاليف الكلية و امكن الحصول علي دالة متوسط التكاليف الكلية من قسمة التكاليف الكلية علي حجم الإنتاج كما يلي :

$$ATC = \frac{465.88}{Q} + 455.02Q - 0.66Q^2 + 0.36Q^3$$

Q

و اتضح من مساواة الدالتين ان حجم الإنتاج المدني للتكاليف قد بلغ نحو 950كجم/ فدان.

جدول رقم (81) بيان تكاليف زراعة و إنتاج فدان من محصول الكراوية لعام 2007

العمليات الزراعية	بياناتها	التكاليف بالجنيه	%
إيجار الأرض	طوال فترة المحصول	700	29.3
حرث	وجهين وتخطيط	100	4.2
تحويض ، ريه كدابه	عدد 8 عمال x 15 جنيه	120	5.0
عزيق وتسوية وتنقية حشائش	عدد 10 عمال x 15 جنيه	150	6.3
تقاوي	عدد 6 كجم x 10 جنيه	60	2.5
زراعة	عدد 7 عمال x 15	105	4.4
رية الزراعة	عدد واحد عامل x 15 + ماكينة ري بـ 75 جنيه	90	3.8
أسمدة كيماوية	عدد 2 شيكارة سوبر فوسفات x 60	120	5.0
	عدد - شيكارة بوتاسيوم x 110	120	--
	عدد 2 شيكارة نترات x 80	160	6.7
نثر سماد	عدد - عمال x 15	-	--
نقاوة حشائش	عدد 2 عامل x 15	30	1.3
ري	عدد 5 ريات x 90	450	18.80
مقاومة آفات	عدد 2 عامل x 15 + 30 جنيه	60	2.5
حصاد ونقل للجرن	عدد 8 عمال x 15	120	5.0
جمع المحصول	عدد 2 عامل x 15 + 35 جنيه للولد	35	1.5
دق وغريلة	عدد 5 عامل x 15	75	3.1
تعبئة	عدد واحد عامل x 15	15	0.6
إجمالي التكاليف		2390	100
قيمة الإنتاج	كمية الإنتاج x السعر 750 كجم x 10 جنيه	7500	
صافي الربح		5110	

المصدر : عينة الدراسة وبيانات مديرية الزراعة بمحافظة بني سويف ، المنيا ، اسيوط، الفيوم وإدارة البساتين لسنة 2007

جدول رقم (82) النموذج الرياضي المقدر لدالة تكاليف الإنتاج لمحصول الكراوية

F	R ²	المعادلة المقدره	البيانات
325.02	0.96	$C = 851.22 + 379.44Q + 45.43Q^2$ (2.99)** (5.85)** (2.26)*	الصورة التربيعية
106.55	0.95	$C = 465.88 + 455.02Q - 0.66Q^2 + 0.36Q^3$ (2.9)* (2.56)* (2.52)* (1.99)*	الصورة التكعيبية
** معنوية علي مستوي 1%			* معنوية علي مستوي 5%
المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية			

ج - التكاليف التسويقية لمحصول الكراوية :

تبين من الجدول رقم (83) هيكل التكاليف التسويقية للطن من محصول الكراوية علي مستوي عينة الدراسة في محافظة المنيا و منه يتضح أن متوسط تكلفة الطن من محصول الكراوية بلغت نحو 850 جنيها للطن تمثل كل من تكلفة التجفيف و التجهيز و التعبئة و النقل علي الترتيب تبعا للاهمية النسبية وقدرت بنحو 23.5% ، 26.5% ، 29.4% ، 21.6% ومن هذا الجدول يلاحظ انخفاض تكلفة الوظائف التسويقية للطن المسوق من محصول الكراوية ويعود ذلك لعدم حاجة هذا المحصول لكثير من الأيدي العاملة المدربة وتعتبر أهم و وظيفة هي التجهيز حيث تشمل عملية الفرز و الغربلة و التجميع.

يوضح الجدول رقم (84) التوزيع النسبي للإنتاج الكلي من محصول الكراوية و أوجه التصرف المختلفة علي مستوي محافظة المنيا ومنه يتبين انه علي مستوي عينة المنتجين استأثر البيع الي جمعية منتجي ومصنعي ومصدري النباتات الطبية و العطرية بنسبة بلغت 36.6% ثم البيع لتجار نصف الجملة بنسبة تقدر بنحو 13.3% ثم البيع للمصدر بنسبة بلغت 23.3% وذلك من اجمالي الإنتاج المنصرف فيه علي مستوي المحافظة.

د - نصيب المنتج من سعر المستهلك :

يتبين من الجدول رقم (85) نصيب منتجي محصول الكراوية في محافظة المنيا علي مستوي العينة و منه يتضح أن المنتج يحصل علي أعلى نصيب من سعر جمعية منتجي و مصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية حيث بلغ نحو 93.3% ، بينما بلغ نحو 95% ، 87.70% ، 86.9% من سعر كل من المصدر و تاجر التجزئة و تاجر الجملة علي الترتيب .

جدول رقم (83) هيكل التكاليف التسويقية لمحصول الكراوية في محافظة المنيا علي مستوي عينة الدراسة لموسم (2007/2006)

البنود	جنيه / طن	%
تكاليف التجفيف	200	23.5
تكاليف التجهيز*	225	26.5
تكاليف التعبئة	250	29.4
تكاليف النقل	175	21.6
الإجمالي	850	100

* تضم هذه العملية الفرز و الغربلة و التجميع

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (84) أوجه التصرف في محصول الكراوية علي مستوي عينة الدراسة للمنتجين في محافظة المنيا

خلال الموسم (2006 - 2007)

الإنتاج الكلي بالطن	بيع لتجار الجملة		بيع لتجار نصف جملة		بيع لمصدر		بيع للجمعية	
	كمية	%	كمية	%	كمية	%	كمية	%
150	40	26.6	20	13.3	35	23.3	55	36.6

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (85) قيمة نصيب المنتجين ونسبتها المئوية خلال المسالك التسويقية المختلفة
لمحصول الكراوية في محافظة المنيا
خلال الموسم (2006 - 2007)

النصيب المنتجين %	متوسط سعر البيع	متوسط السعر المزرعي	المسلك التسويقي
86.9	4600	4000	تاجر الجملة
87.7	4900	4300	تاجر التجزئة
95	4000	3800	المصدر
93	4300	4000	الجمعية

*حسب نصيب المنتجين بقسمة السعر المزرعي للكمية المباعة علي سعر البيع X 100

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

و - الهوامش التسويقية لمحصول الكراوية :

يتبين من الجدول رقم (86) الهوامش التسويقية المطلقة و النسبية وفقا للمسالك التسويقية المختلفة لمحصول الكراوية علي مستوي عينة الدراسة ومنه يتضح إنخفاض الهامش التسويقي للمصدر و جمعية منتجي ومصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية حيث بلغ نحو 200 ، 300 جنيه للطن علي الترتيب و تشكل نحو 5% ، 6.9% من سعر البيع للمصدر و للجمعية وقد معدل الأنخفاض في السعر بين المنتج للمصدر و الجمعية وفقا لقانون التعلية السعرية نحو 5.2% ، 7.5% من سعر المنتج ثم يليه في الترتيب ارتفاع الهامش التسويقي المطلق لكل من تاجر التجزئة و تاجر الجملة والذي بلغ نحو 600 ، 600 جنيه للطن علي الترتيب و تشكل نحو 12.3% ، 13.1% من سعر البيع لتاجر التجزئة وتاجر الجملة. وقد معدل الزيادة في السعر بين المنتج و تاجر الجملة وتاجر التجزئة بنحو 15% ، 13.9% من سعر المنتج وفقا لقانون التعلية السعرية .

هـ - الكفاءة التسويقية لمحصول الكراوية :

يتبين من الجدول رقم (87) تقدير الكفاءة التسويقية لمحصول الكراوية علي مستوي المسالك التسويقية المختلفة من واقع الدراسة الميدانية . فقد بلغت الكفاءة التسويقية نحو 79.9% ، 76.1% من خلال المسلك التسويقي لتاجر الجملة و جمعية منتجي ومصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية ثم يليه المسلك التسويقي من خلال تاجر التجزئة و المصدر وقد بلغت الكفاءة التسويقية نحو 77.3% ، 74.9% و علي الرغم من الارتفاع النسبي لمستويات الكفاءة التسويقية الا انه هناك امكانية لتحقيق مستويات أعلى من مستويات الكفاءة التسويقية وذلك من خلال تحسين مستوي وكفاءة أداء الخدمات و الوظائف التسويقية المقدمة لمحصول الكراوية. وحسبت الكفاءة التسويقية من خلال المعادلة :

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - \frac{100 \times (\text{التكاليف التسويقية})}{\text{التكاليف التسويقية} + \text{التكاليف الإنتاجية}}$$

ويتضح من الجدول رقم (88) ان صافي ثمن الطن المسوق من محصول الكراوية و ذلك علي مستوي عينة الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة كان أعلى صافي ثمن الطن المسوق علي مستوي تاجر التجزئة حيث قدر بنحو 4200 جنيها للطن . لكنه بشكل عام اتضح من دراسة للعينة التقارب بين معظم مؤشرات الكفاءة التسويقية بالنسبة لمحصول الكراوية علي مستوي العينة عبر المسالك التسويقية المختلفة و هذا من شأنه يدل علي تقارب الأسعار التي يتقاضاها المنتجون عبر المسالك المختلفة و لزيادة صافي ثمن الطن و الكفاءة التسويقية علي المنتجين لابد من زيادة كفاءة العمليات و الوظائف التسويقية المختلفة و زراعة الاصناف المرغوبة أكثر في الأسواق.

و من خلال الأستبيان واستطلاع لأراء المنتجين يتبين أن 100% من المنتجين يفضلون تسويق محاصيلهم عبر جمعية منتجي و مصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية و ذلك من حيث

المميزات فيما يخص الأسعار و نوع التعاقد ودون تمييز لمنتج عن آخر . كما يتضح من الدراسة بأن مصادر الحصول علي معلومات متعلقة بأسعار المحاصيل هي الوسائل التقليدية المتوفرة و غالبا من خلال التاجر أو المشتري نفسه للمحصول لذلك فإن اغلبية المنتجين يقعون تحت احتكار التجار وتحكمهم بأسعار محاصيلهم و هذه من المشاكل التي تؤدي في كثير من الأحيان الي انخفاض الكفاءة التسويقية .

جدول رقم (86) الهوامش التسويقية المطلقة بالجنيه لطن محصول الكراوية و الهوامش النسبوية النسبية وفقا للمسالك التسويقية المختلفة في عينة الدراسة خلال الموسم (2006-2007)

التعليق السعرية*** %	الهوامش النسبي** %	الهوامش التسويقي المطلق جنيه/ طن *	المسلك التسويقي
15	13.1	600	تاجر الجملة
13.9	12.3	600	تاجر التجزئة
5.2	5	200	المصدر
7.5	6.9	300	الجمعية

* الهامش التسويقي المطلق = الفرق بين سعر الشراء و سعر البيع
** الهامش التسويقي النسبي = الهامش المطلق / سعر البيع $100 \times$
*** التعليق السعرية = الهامش المطلق / السعر المزرعي $100 \times$
المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (87) الكفاءة التسويقية لمحصول الكراوية موضوع الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة علي مستوي عينة الدراسة خلال الموسم (2006-2007)

*الكفاءة التسويقية %					المحصول
أجمالي العينة	الجمعية	المصدر	تاجر التجزئة	تاجر الجملة	
38	76.1	74.9	77.3	79.9	الكراوية

* قدر رقم الكفاءة التسويقية وفقا للمعادلة = $100 - \frac{100 \times (\text{التكاليف التسويقية})}{\text{التكاليف التسويقية} + \text{التكاليف الإنتاجية}}$

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية
جدول رقم (88) صافي ثمن الطن المسوق لمحصول الكراوية موضوع الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة في محافظة بني سويف خلال الموسم (2006-2007)

المسلك التسويقي	ثمن الطن المسوق جنيه/ طن جاف	التكاليف التسويقية جنيه / طن	صافي ثمن الطن للسوق جنيه/طن
تاجر الجملة	4600	600	4000
تاجر التجزئة	4900	700	4200
المصدر	4000	800	3200
الجمعية	4300	750	3550

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

م – المشاكل التي تواجه منتجي محصول الكراوية علي مستوى العينة :
أولا : المشاكل الإنتاجية :

- 1- انتشار الحشرات و الطيور يسبب بعض الأضرار للمحصول .
- 2- الحاجة الي اموال كثيرة قبل بدء الزراعة لاتمام عمليات الزراعة.
- 3- صغر حجم الحيازات و تبعثرها يصعب عمليات الخدمة و بالأخص الألية منها.
- 4- عدم توافر المرشدين الزراعيين المتخصصين و بالتالي غياب الإرشادات الفنية أثناء موسم الزراعة .

5- الأستخدام المستمر لنفس الصنف لسنوات طويلة دون اجراء التهجين المناسب للتوصل الي اصناف أفضل ومناسبة إنتاجيا و مناخيا .

الحلول الإنتاجية المقترحة :

- 1- عقد دورات تدريبية متخصصة و علي مستوي عالي لرفع مستوي أداء مختلف العمليات الزراعية و خاصة العمليات المتعلقة بالحصاد و التغلب علي الشوائب.
- 2- توفير مستلزمات الإنتاج من اسمدة و مبيدات و كيفية استخدام هذه المستلزمات بالكميات و التوقيت المناسب.
- 3- توفير القروض التمويلية والتي تشمل المراحل الإنتاجية المختلفة .

تأنيا المشاكل التسويقية :

- 1- تفشي ظاهرة الإحتكار التي يتعرض لها المنتجين لقلة عدد التجار المحليين.
- 2- عدم وجود رابطة لزراع محاصيل النباتات الطبية و العطرية و التي تساعد في التغلب علي المشكلات الخاصة بهذه المحاصيل و خاصة المشكلة التسويقية .
- 3- التقليل في الإنتاجية من اكثر المشاكل التي تواجه منتجي الكراوية و بالتالي انخفاض دخلهم .
- 4- عدم توافر المعلومات التسويقية و خاصة السعرية قبل موسم الزراعة بوقت مناسب و أيضا ما يخص الأصناف المطلوبة في الأسواق .

الحلول التسويقية المقترحة :

- 1- توفير قاعدة من البيانات و المعلومات الإنتاجية و التسويقية و التي تعين المنتجين في اتباع الأساليب الإنتاجية و التسويقية المحفزة لارباحهم .
- 2- الحد من احتكار التجار عن طريق تفعيل دور جمعية منتجي و مصنعي و مصدري النباتات الطبية و العطرية أو عن طريق تكوين التعاونيات التسويقية و تفعيل دورها .
- 3- تقديم التمويل اللازم و الدعم لزيادة كفاءة الوظائف و الخدمات المقدمة للمحصول و لزراعة الأصناف الجديدة المرغوبة .
- 4- توفير المناشر الجيدة و المجهزة و المغطاه لمنع اقتراب الطيور و الحشرات .
- 5- الأهتمام بالجوانب البحثية التي تنصب علي استنباط اصناف و سلالات جديدة ذات صفات جيدة تتناسب و الظروف المناخية .

8- محصول الشمر :

باستعراض البيانات وفقا للاستبيان للتعرف علي تكلفة تسويق الطن من محصول الشمر لابد من معرفة أهم المؤشرات الوصفية لعينة الدراسة للمحصول في محافظة اسيوط يتبين أن نحو 66 % من مزارعي العينة ملمين بالقراءة و الكتابة دون مؤهلات علمية و باقي مفردات العينة من ذوي التأهيل العلمي المتوسط أو العالي وبلغت نسبتهم 34% علي مستوي العينة و بالنسبة لعدد المشتغلين بالزراعة من أفراد العائلة فقد بلغت نسبتهم ثلاثة افراد فقط بنسبة بلغت نحو 75% من اجمالي عينة الدراسة و تراوحت مدة مكوث المحصول بالزراعة الواحدة بين ستة شهور بنسبة 57% وثمانية شهور بنسبة 14% من عينة الدراسة . و يقوم نحو 100 % من مزارعي العينة يقومون بزراعة محصول الشمر في أراضي طينية، و نحو 71 % من المزارعين ليس لديهم علم أو اي معلومات عن الزراعة النظيفة لمحاصيل النباتات الطبية و العطرية، كما يتضح إن أدني عدد حشات لمحصول الشمر نحو اثنين بنسبة تقدر بحوالي 35% و أغلبية المزارعين يقومون باجراء حشة واحدة في عينة الدراسة و إن أدني عدد لسنوات الخبرة في زراعة محصول الشمر هو 5 سنوات و نسبتهم 18 % و أقصي سنوات الخبرة في زراعة الشمر بلغت 10 سنوات و نسبتهم 65% من عينة الدراسة . و أن نحو 100% يستخدمون البذور في الزراعة.

جدول رقم (89) بيان تكاليف زراعة و إنتاج فدان من محصول الشمر
لعام 2007

العمليات الزراعية	بياناتها	التكاليف بالجنيه	%
إيجار الأرض	طوال فترة المحصول	1000	35.5
حرث	وجهين وتخطيط	100	3.5
تحويض ، ريه كدابه	عدد 7 عمال x 15 جنيه	105	3.6
عزيق وتسوية وتنقية حشائش	عدد 3 عمال x 15 جنيه	45	1.6
تقاوي	عدد 6 كجم x 5 جنيه	30	1.1
زراعة	عدد 3 عمال x 15	45	1.6
رية الزراعة	عدد 3 عمال x 15 + ماكينة ري بـ 75 جنيه	120	4.3
أسمدة كيماوية	عدد 2 شيكارة سوبر فوسفات x 60 عدد - شيكارة بوتاسيوم x 100 عدد 1 شيكارة نترات x 80	120	4.3
نثر سماد	عدد 1 عامل x 15	15	0.5
ري	عدد 6 ريات x 90 + عامل x 15	510	18.1
مقاومة آفات	عدد عامل x 15	-	-
حصاد ونقل للجرن	عدد 8 عمال x 15	120	4.3
جمع المحصول	عدد 30 عامل x 15 + 10 ولد 5جنية	500	17.7
دق وغرلة	عدد 2 عامل x 15	30	1.1
إجمالي التكاليف		2820	100
قيمة الإنتاج	كمية الإنتاج x السعر 1.5 طن x 400 جنيه	6000	
صافي الربح		3180	

المصدر : عينة الدراسة وبيانات مديرية الزراعة بمحافظة بني سويف ، المنيا ، اسيوط، الفيوم وإدارة البساتين لسنة 2007

أ- التكاليف الإنتاجية لمحصول الكراوية :

يتبين من الجدول رقم (89) هيكل التكاليف الإنتاجية الفدانية لمحصول الشمر علي مستوي محافظة اسيوط في عينة الدراسة ويتبين أن الإيجار السنوي يمثل أعلى نسبة في قيمة التكاليف الإنتاجية الفدانية لمحصول الشمر حيث بلغت نحو 35.5% و يعود السبب في ذلك أن المنتجين يقومون بزراعة محصول الشمر في اراضي جيدة يليه في الأهمية النسبية تكلفة الري وجمع المحصول والتي بلغت نحو 18.8% ، 17.7% يليه في الترتيب تكلفة الأسمدة بنسبة تقدر بنحو 7.1% . و بالنسبة لباقي بنود التكاليف فقد تقاربت النسب بنسب متفاوتة ما بين حرث وتخطيط و حصاد ونقل المحصول و كما تم ذكره بأن محصول الشمر يتم زراعته من قبل المنتجين بواسطة البذور وهذه الطريقة تكلف المنتج أكثر مما لو تم استخدام التقاوي في الزراعة و ذلك لان المنتج يأخذ في اعتباره زيادة الكمية من البذور في الزراعة لتعويض نسبة عدم الإنبات .

ب- دالة تكاليف الإنتاج لمحصول الشمر في عينة الدراسة :

تم تقدير دالة التكاليف الإنتاجية لمحصول الشمر علي مستوي عينة المنتجين في محافظة اسيوط وذلك في الصورتين التربيعية و التكميبيية وقد ثبتت أفضلية الصورة التكميبيية من الناحيتين

الأحصائية و الأقتصادية لتمثيل تلك الدالة كما هو مبين في الجدول رقم (90) . وقد ثبتت المعنوية الإحصائية لمعالم الدالة علي مستوي معنوية 5% و أشار رقم F علي معنوية النموذج ككل عند مستوي معنوية 1% وتدل قيمة معامل التحديد R² عند (95 %) و المقدر من الدالة علي أن التقلبات في حجم الإنتاج تشرح نحو 95 % من التقلبات الكلية في التكاليف .
جدول رقم (90) النموذج الرياضي المقدر لدالة تكاليف الإنتاج لمحصول الشمر علي مستوي عينة الدراسة في محافظة اسيوط

F	R ²	المعادلة المقدره	البيانات
228.11	0.96	$C = 732.1 + 371.04Q + 25.47Q^2$ (2.25)** (3.96)** (2.02)*	الصورة التربيعية
109.55	0.95	$C = 846.92 + 132.08Q + 1.65Q^2 + 0.56Q^3$ (2.95)* (2.1)* (2.95)* (1.99)*	الصورة التكعيبية
		** معنوية علي مستوي 1%	* معنوية علي مستوي 5%
المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية			

وباستخدام معادلة التكاليف الكلية يمكن معرفة الحجم الأمثل للإنتاج للفدان من محصول الكراوية عن طريق مساواة دالة التكاليف الحدية بالإيراد الحدي وقد امكن اشتقاق دالة التكاليف الحدية بإيجاد التفاضل الجزئي الأول لدالة التكاليف الكلية السابقة بالنسبة للمتغير Q كما يلي :

$$MC = 168.47 - 32.08 Q + 0.029 Q^2$$

وبمساواة معادلة التكاليف الحدية بالإيراد الحدي يكون الحجم الأمثل للإنتاج بالنسبة للفدان 1200 كجم / الفدان . وقد امكن الحصول علي ادني نقطة علي منحنى متوسط التكاليف الكلية عن طريق مساواة دالة التكاليف الحدية مع دالة متوسط التكاليف الكلية و امكن الحصول علي دالة متوسط التكاليف الكلية من قسمة التكاليف الكلية علي حجم الإنتاج كما يلي :

$$ATC = \frac{846.92}{Q} + 132.08Q + 1.651Q + 0.56Q^2$$

و اتضح من مساواة الدالتين ان حجم الإنتاج المدني للتكاليف قد بلغ نحو 1000كجم/ فدان.

ج - التكاليف التسويقية لمحصول الشمر :

يتبين من الجدول رقم (91) هيكل التكاليف التسويقية للطن من محصول الكراوية علي مستوي عينة الدراسة في محافظة اسيوط و منه يتضح أن متوسط تكلفة الطن من محصول الشمر بلغت نحو 750 جنيها للطن تمثل كل من تكلفة التجهيز و التجفيف و التعبئة و النقل علي الترتيب تبعا للاهمية النسبية وقدرت بنحو 30% ، 26.7% ، 23.3% ، 20% ومن هذا نلاحظ انخفاض تكلفة الوظائف التسويقية للطن المسوق ويعود ذلك لعدم حاجة هذا المحصول لكثير من الأيدي العاملة المدربة و أهم و وظيفة تسويقية هي وظيفة التجهيز.

كما يوضح الجدول رقم (92) التوزيع النسبي للإنتاج الكلي من محصول الشمر و أوجه التصرف المختلفة علي مستوي محافظة اسيوط ومنه يتبين انه علي مستوي عينة المنتجين استأثر البيع الي جمعية منتجي ومصنعي ومصدري النباتات الطبية و العطرية بنسبة بلغت 36.4% وذلك من اجمالي الإنتاج المنصرفيه علي مستوي المحافظة ونحو 27.3% من الإنتاج لتجار نصف الجملة يليهم نحو 27.7% لتجار الجملة وذلك من اجمالي الإنتاج المنصرف فيه علي مستوي المحافظة.

ويعاني منتجي محصول الشمر من احتكار التجار المحليين وتجار الجملة و التجزئة وذلك بسبب صعوبة التعامل مع هذا المحصول و المشاكل التي يواجهها المنتجون في زراعته .

د - نصيب المنتج من سعر المستهلك :

يتبين من الجدول رقم (93) نصيب منتجي محصول الشمر في محافظة اسيوط علي مستوي العينة و منه يتضح أن المنتج يحصل علي أعلى نصيب من سعر كل من جمعية منتجي و

مصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية و تاجر الجملة و المصدر و تاجر التجزئة والذي بلغ نحو 93.3% ، 90.5% ، 89.70% ، 88.8% علي الترتيب .
جدول رقم (91) هيكل التكاليف التسويقية لمحصول الشمر في محافظة اسيوط علي مستوي عينة الدراسة لموسم (2007/2006)

النسبة %	جنيه / طن	البنود
26.7	200	تكاليف التحفيف
30	225	تكاليف التجهيز*
23.3	175	تكاليف التعبئة
20	150	تكاليف النقل
100	750	الإجمالي

* تضم هذه العملية الفرزو والغربلة و التجميع
المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية
جدول رقم (92) أوجه التصرف في محصول الشمر علي مستوي عينة الدراسة للمنتجين في محافظة اسيوط

خلال الموسم (2006 - 2007)

بيع للجمعية		بيع لمصدر		بيع لتجار نصف جملة		بيع لتجار الجملة		الإنتاج الكلي بالطن
%	كمية	%	كمية	%	كمية	%	كمية	
36.4	40	13.6	15	27.3	30	22.7	25	110

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية
جدول رقم (93) قيمة نصيب المنتجين ونسبتها المئوية خلال المسالك التسويقية المختلفة لمحصول الشمر في محافظة اسيوط
خلال الموسم (2006 - 2007)

المسلك التسويقي	متوسط السعر المزرعي	متوسط سعر البيع	*نصيب المنتجين %
تاجر الجملة	3800	4200	90.5
تاجر التجزئة	4000	4500	88.8
المصدر	3500	3900	89.7
الجمعية	4200	4500	93.3

*حسب نصيب المنتجين بقسمة السعر المزرعي للكمية المباعة علي سعر البيع X 100

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

و - الهوامش التسويقية لمحصول الشمر :

يتبين من الجدول رقم (94) الهوامش التسويقية المطلقة و النسبية وفقا للمسالك التسويقية المختلفة لمحصول الشمر علي مستوي عينة الدراسة ومنه يتضح إنخفاض الهامش التسويقي خلال المسلك التسويقي لجمعية منتجي ومصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية حيث بلغ نحو 300 جنيه للطن و تشكل نحو 6.6% من سعر البيع للجمعية وقدر معدل الزيادة في السعر بين المنتج و الجمعية وفقا لقانون التعلية السعرية نحو 7.4% من سعر المنتج ثم يليه في الترتيب الهوامش التسويقية المطلقة لكل من تاجر الجملة و المصدر و تاجر التجزئة و تشكل نحو 9.5% ، 10.3% ، 11.1% من سعر البيع لهم .

ه - الكفاءة التسويقية لمحصول الشمر :

يتبين من الجدول رقم (95) تقدير الكفاءة التسويقية لمحصول الشمر علي مستوي المسالك التسويقية المختلفة من واقع الدراسة الميدانية . فقد بلغت الكفاءة التسويقية نحو 82.5% من

خلال المسلك التسويقي لتاجر الجملة ونحو 80.1% للمسلك التسويقي لجمعية منتجي ومصدري و مصنعي النباتات الطبية و العطرية و تاجر التجزئة و علي الرغم من الارتفاع النسبي لمستويات الكفاءة التسويقية الا انه هناك امكانية لتحقيق مستويات أعلى من مستويات الكفاءة التسويقية وذلك من خلال تحسين مستوي وكفاءة أداء الخدمات و الوظائف التسويقية المقدمة لمحصول الشمر. وحسبت الكفاءة التسويقية وفقا للمعادلة :

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - \frac{100 \times (\text{التكاليف التسويقية})}{\text{التكاليف الإنتاجية}}$$

ويتضح من الجدول رقم (96) ان صافي ثمن الطن المسوق من محصول الشمر و ذلك علي مستوي عينة الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة كان أعلى صافي ثمن الطن المسوق علي مستوي جمعية منتجي ومصدري و مصنعي النباتات الطبية و العطرية و تاجر التجزئة حيث قدر بنحو 3800 جنيه للطن و بشكل عام اتضح من دراسة للعينة التقارب بين معظم مؤشرات الكفاءة التسويقية بالنسبة لمحصول الشمر علي مستوي العينة عبر المسالك التسويقية المختلفة و هذا من شأنه يدل علي تقارب الأسعار التي يتقاضاها المنتجون عبر المسالك المختلفة .

و من خلال الدراسة يتبين أن 100% من المنتجين يفضلون تسويق محاصيلهم عبر جمعية منتجي و مصدري و مصنعي النباتات الطبية و العطرية و ذلك بسبب المميزات التي تقدمها الجمعية عن غيرها. ويفضل كثير من المنتجين التعاقد سنويا وقبل الإثمار . كما يتضح من الدراسة بأن مصادر الحصول علي معلومات متعلقة بأسعار المحاصيل هي الوسائل التقليدية المتوفرة و غالبا من خلال التاجر أو المشتري نفسه للمحصول لذلك فإن اغلبية المنتجين يقعون تحت احتكار التجار وتحكمهم بأسعار محاصيلهم و هذه من المشاكل التي تؤدي في كثير من الأحيان الي انخفاض الكفاءة التسويقية و من هنا يأتي الأثر السلبي لغياب الدور الإرشادي في توفير المعلومات الكافية و بالتوقيت المناسب و خاصة فيما يتعلق بالمعلومات حول اصناف الشمر المرغوب في تسويقها.

جدول رقم (94) الهوامش التسويقية المطلقة بالجنيه لطن محصول الشمر و الهوامش التسويقية النسبية وفقا للمسالك التسويقية المختلفة في عينة الدراسة خلال الموسم (2006-

2007)

المسلك التسويقي	الهامش التسويقي المطلق جنيه/ طن *	الهامش التسويقي النسبي ** %	التعليق السعرية *** %
تاجر الجملة	400	9.5	10.5
تاجر التجزئة	500	11.1	12.5
المصدر	400	10.3	11.4
الجمعية	300	6.6	7.2

* الهامش التسويقي المطلق = الفرق بين سعر الشراء و سعر البيع

** الهامش التسويقي النسبي = الهامش المطلق / سعر البيع $100 \times$

*** التعليق السعرية = الهامش المطلق / السعر المزرعي $100 \times$

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (95) الكفاءة التسويقية لمحصول الشمر موضوع الدراسة من خلال المسالك

التسويقية المختلفة علي مستوي عينة الدراسة خلال الموسم (2006- 2007)

المحصول	*الكفاءة التسويقية %			
	تاجر الجملة	تاجر التجزئة	المصدر	الجمعية
الشمر	82.5	80.1	81.3	80.1
أجمالي العينة				50

* قدر رقم الكفاءة التسويقية وفقا للمعادلة = $100 - \frac{100 \times (\text{التكاليف التسويقية})}{\text{التكاليف الإنتاجية}}$

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (96) صافي ثمن الطن المسوق لمحصول الشمر موضوع الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة في محافظة اسبوط خلال الموسم (2006-2007)

المسلك التسويقي	ثمن الطن المسوق جنيه/ طن جاف	التكاليف التسويقية جنيه / طن	صافي ثمن الطن للسوق جنيه/طن
تاجر الجملة	4200	600	3600
تاجر التجزئة	4500	700	3800
المصدر	3900	650	3250
الجمعية	4500	700	3800

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

م – المشاكل التي تواجه منتجي محصول الشمر على مستوى العينة :

أولاً : المشاكل الإنتاجية :

- 1- ظهور مرض ذبول النبات من أكثر المشاكل التي تواجه منتجي محصول الشمر
- 2-انتشار الحشرات و الطيور بسبب بعض الأضرار للمحصول .
- 3- الحاجة الي اموال كثيرة قبل بدء الزراعة لاتمام عمليات الزراعة.
- 4- عدم توافر المرشدين الزراعيين المتخصصين و بالتالي غياب الإرشادات الفنية أثناء موسم الزراعة .
- 5- سوء استخدام الأسمدة الكيماوية يؤدي الي زيادة التكاليف و إنخفاض الإنتاجية .

الحلول الإنتاجية المقترحة :

- 1- عقد دورات تدريبية متخصصة في زراعة محصول الشمر وكيفية الحصاد.
- 2- العمل علي توفير التمويل اللازم وخاصة لصغار المنتجين وذوي الحيازات الصغيرة.
- 3- توفير الإرشادات الزراعية فيما يخص رش المبيدات و الأسمدة الكيماوية .
- 4- استنباط اصناف جيدة عالية الإنتاجية .

ثانياً المشاكل التسويقية :

- 1- انخفاض الأسعار بسبب احتكار التجار و قلة و ندرة منافذ التصريف بسبب التقلب في الإنتاجية.
- 2- ضعف الإمكانيات التمويلية و عدم توافر المعلومات التسويقية و خاصة السعيرية قبل موسم الزراعة بوقت مناسب و أيضا فيما يخص الأصناف المطلوبة في الأسواق .

الحلول التسويقية المقترحة :

- 1- توفير بيانات و معلومات عن الإنتاج و التسويق للمحصول لتحفيز المنتجين في الزراعة.
- 2- تقديم التمويل اللازم و الدعم لزيادة كفاءة الوظائف و الخدمات المقدمة للمحصول و لزراعة الأصناف الجديدة المرغوبة .
- 3- تفعيل الدور التعاوني في مجال تسويق وتصريف الإنتاج .

9محصول الكمون :

يتبين من الدراسة توصيف لأهم المؤشرات الوصفية لعينة الدراسة لمحصول الكمون في محافظتي اسبوط و المنيا يتبين أن نحو 55% من مزارعي العينة ملمين بالقراءة و الكتابة دون مؤهلات علمية وتأتي هذه النسبة بالمرتبة الأولى و من ثم يأتي المنتجين من ذوي التأهيل العلمي المتوسط أو العالي بنسبة بلغت 33% علي مستوى العينة وباقي المنتجين دون تأهيل أو المام بالقراءة و الكتابة و بالنسبة لعدد المشتغلين بالزراعة من أفراد العائلة فقد بلغت نسبتهم ثلاثة افراد فقط بنسبة بلغت نحو 35% من اجمالي عينة الدراسة و مدة مكوث المحصول بالزراعة الواحدة هي سبعة شهور. و يقوم نحو 69% من مزارعي العينة يقومون بزراعة محصول الكمون في أراضي طينية، و نحو 80% من المزارعين لديهم معلومات عن الزراعة النظيفة لمحاصيل

النباتات الطبية و العطرية، ويتبين من الدراسة ان 100% من المزارعين يستخدمون البذور في الزراعة.

جدول رقم (97) بيان تكاليف زراعة و إنتاج فدان من محصول الكمون لعام 2007

العمليات الزراعية	بياناتها	التكاليف بالجنيه	%
إيجار الأرض	طوال فترة المحصول	1250	34.1
حرث	وجهين وتخطيط	110	3.0
تحويض ، ريه كدابه	عدد 6 عمال x 15 جنيه وماكينة ري بـ 120 + 2 عامل x 15	90	2.5
عزيق وتسوية وتنقية حشائش	عدد 10 عمال x 15 جنيه و خف 3 عمال x 35	150	4.1
تقاوي	عدد 12 كيلو x 15 جنيه	180	4.9
زراعة	عدد 2 عمال x 15	30	0.8
رية الزراعة	عدد 2 عامل x 15 + ماكينة ري بـ 120 جنيه	150	4.1
أسمدة كيماوية	عدد 6 شيكارة سوبر فوسفات x 60 عدد 1 شيكارة بوتاسيوم x 110 عدد -- شيكارة نترات x 80	360	9.8
نثر سماد	عدد 3 عمال x 15	45	1.2
ري	عدد 4 ريات x 20 + ماكينة ري	180	4.9
نقاوة حشائش مرتين	كل مرة 18 ولد x 6	216	5.9
مقاومة آفات	عدد 3 عامل x 15 + 50 + ماتور 50	290	7.8
حصاد ونقل للجرن	عدد 10 عمال x 15	150	4.1
جمع المحصول			
دق وغربله و تجهيز	عدد 10 عمال x 15	150	4.1
تعبئة	عدد 2 عامل x 15	30	0.8
إجمالي التكاليف		3671	100
قيمة الإنتاج	كمية الإنتاج x السعر نصف طن جاف x 15000 جنيه	7500	
صافي الربح		3829	

المصدر : عينة الداسة وبيانات مديرية الزراعة بمحافظة بني سويف ، المنيا ، اسيوط، الفيوم وإدارة البساتين لسنة 2007

أ- التكاليف الإنتاجية لمحصول الكمون :

يتبين من الجدول رقم (97) هيكل التكاليف الإنتاجية الفدان لمحصول الكمون علي مستوي عينة الدراسة في محافظتي المنيا و اسيوط وكما هو واضح من الجدولفأن إيجار الأرض يمثل أعلى نسبة في قيمة التكاليف الإنتاجية الفدان لمحصول الكمون حيث بلغت نحو 34.1% يليه في الأهمية النسبية تكلفة السماد الكيماوي والتي بلغت نحو 12.8% من قيمة التكاليف الإنتاجية يليه في تكلفة مقاومة الآفات و نقاوة الحشائش والعزيق بنسبة تراوحت بين 7.8% ، 5.9% ، 4.9% علي الترتيب ثم تأتي قيمة باقي التكاليف وإن تقاربت في الأهمية النسبية .

ب- دالة تكاليف الإنتاج لمحصول الكمون في عينة الدراسة :

تم تقدير دالة التكاليف الإنتاجية لمحصول الكمون علي مستوي عينة المنتجين وذلك في صورتين التربيعية و التكعيبية وقد ثبتت أفضلية الصورة التكعيبية من الناحيتين الأحصائية و الأقتصادية لتمثيل تلك الدالة كما هو مبين في الجدول رقم (98) . وقد ثبتت معنوية الثابت و مكعب الناتج عند مستوي معنوية 1% و أشار رقم F علي معنوية النموذج ككل عند مستوي معنوية 1% وتدل قيمة معامل التحديد R^2 عند (95 %) و المقدر من الدالة علي أن التقلبات في حجم الإنتاج تشرح نحو 95 % من التقلبات الكلية في التكاليف .
جدول رقم (98) النموذج الرياضي المقدر لدالة تكاليف الإنتاج لمحصول الكمون علي مستوي عينة الدراسة في محافظات الدراسة

F	R^2	المعادلة المقدرة	البيانات
219.72	0.92	$C = 335.25 + 587.22Q + 872.81Q^2$ (1.47) (9.82)** (3.66)**	الصورة التربيعية
225.23	0.95	$C = 235.53 + 358.92Q - 194.54Q^2 - 6.56Q^3$ (2.32) (3.42)** (2.66)** (3.64)**	الصورة التكعيبية
** معنوية علي مستوي 1%			* معنوية علي مستوي 5%
المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية			

وقد امكن اشتقاق دالة التكاليف الحدية بإيجاد التفاضل الجزئي الأول لدالة التكاليف الكلية السابقة بالنسبة للمتغير Q كما يلي :

$$MC = 358.92 - 250.02 Q + 7.05 Q^2$$

ويمكن تحديد الحجم الأمثل لإنتاج الفدان من محصول الكمون علي مستوي محافظات الدراسة وذلك بمساواة دالة التكاليف الحدية بالإيراد الحدي حيث قدر بنحو 0.550 طن / الفدان . و قد امكن الحصول علي ادني نقطة علي منحنى متوسط التكاليف الكلية عن طريق مساواة دالة التكاليف الحدية مع دالة متوسط التكاليف الكلية و امكن الحصول علي دالة متوسط التكاليف الكلية من قسمة التكاليف الكلية علي حجم الإنتاج كما يلي :

$$ATC = \frac{235.53}{Q} + 358.92 - 194.54Q + 6.56Q^2$$

و اتضح من مساواة الدالتين ان حجم الإنتاج المدني للتكاليف قد بلغ نحو 0.500 طن/فدان .

ج - التكاليف التسويقية لمحصول الكمون :

يتبين من الجدول رقم (99) هيكل التكاليف التسويقية للطن من محصول الكمون علي مستوي عينة الدراسة و منه يتضح أن متوسط تكلفة الطن من محصول الكمون بلغت نحو 1030 جنيها للطن تمثل كل من تكلفة التجهيز و التجفيف و النقل و التعبئة علي الترتيب تبعاً للاهمية النسبية وقدرت بنحو 38.8% ، 31.1% ، 15.5% ، 14.6% ويعاني المنتجين من عدم توفر الأيدي العاملة المدربة بالوقت المناسب وذلك لزيادة الطلب عليها في نفس الوقت . وأيضاً استخدام الوسائل التقليدية في عملية التجفيف و الغرلة و الفرز وذلك لعدم السماح بإنشاء مناشر جديدة مجهزة و إعطاء التراخيص بذلك من قبل الحكومة وهذا من شأنه إطالة الوقت و عدم كفاءة العمليات المعمول بها .

يتبين من الجدول رقم (100) التوزيع النسبي للإنتاج الكلي من محصول الكمون و أوجه التصرف المختلفة علي مستوي محافظات الدراسة ومنه يتبين انه علي مستوي عينة المنتجين استأثر البيع الي تجار نصف لجملة و تجار الجملة ثم المصدرين و جمعية منتجي ومصنعي ومصدري النباتات الطبية و العطرية بنسبة تقدر بنحو 33.3% ، 29.6% ، 22.2% ، 14.8% ويأتي تفضيل المنتجين الي تجار نصف الجملة لزيادة الطلب علي المحصول علي المستوي المحلي ونظراً لأهميته الإقتصادية المطلوبة يفضل المنتجين البيع ل جمعية منتجي ومصنعي

ومصدري النباتات الطبية و العطرية وذلك لقيام الجمعية بأخذ كامل المحصول بغض النظر عن الكمية المتعلق عليها و جودة المحصول .

د - نصيب المنتج من سعر المستهلك :

يتبين من الجدول رقم (101) نصيب منتجي محصول الكمون في محافظات الدراسة علي مستوي العينة و منه يتضح أن المنتج يحصل علي أعلى نصيب من سعر جمعية منتجي و مصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية حيث بلغ نحو 99.3% بينما بلغ نحو 97.1% ، 96.1% ، 96% من سعر كل من تاجر التجزئة و تاجر الجملة و المصدر وإن تقاربت الأهمية النسبية للسعر .

جدول رقم (99) هيكل التكاليف التسويقية لمحصول الكمون في محافظتي المنيا و اسيوط علي مستوي عينة الدراسة لموسم (2007/2006)

النسبة %	جنيه / طن	البند
31.1	320	تكاليف التحفيف
38.8	400	تكاليف التجهيز*
14.6	150	تكاليف التعبئة
15.5	160	تكاليف النقل
100	1030	الإجمالي

* تضم هذه العملية الفرزو و الغربلة و التجميع

المصدر : جمعت و حسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (100) أوجه التصرف في محصول الكمون علي مستوي عينة الدراسة للمنتجين في محافظتي المنيا و اسيوط خلال الموسم (2007 - 2006)

بيع للجمعية		بيع لمصدر		بيع لتجار نصف جملة		بيع لتجار الجملة		الإنتاج الكلي بالطن
%	كمية	%	كمية	%	كمية	%	كمية	
14.8	20	22.2	30	33.3	45	29.6	40	135

المصدر : جمعت و حسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (101) قيمة نصيب المنتجين ونسبتها المئوية خلال المسالك التسويقية المختلفة لمحصول الكمون في محافظتي المنيا و اسيوط خلال الموسم (2007 - 2006)

نصيب المنتجين %	متوسط سعر البيع	متوسط السعر المزرعي	المسلك التسويقي
96.1	13000	12500	تاجر الجملة
97.1	14000	13600	تاجر التجزئة
96	12500	14000	المصدر
99.3	13500	13400	الجمعية

* حسب نصيب المنتجين بقسمة السعر المزرعي للكمية المباعة علي سعر البيع X 100

المصدر : جمعت و حسبت من استمارات الدراسة الميدانية

و - الهوامش التسويقية لمحصول الكمون :

يتبين من الجدول رقم (102) الهوامش التسويقية المطلقة و النسبية وفقا للمسالك التسويقية المختلفة لمحصول الكمون علي مستوي عينة الدراسة و منه يتضح إنخفاض الهامش التسويقي عبر جمعية منتجي و مصدري و مصنعي النباتات الطبية و العطرية حيث بلغ نحو 100 جنيه

للطن و يشكل نحو 0.74% من سعر البيع للجمعية وقد معدل الإنخفاض في السعر بين المنتج و الجمعية وفقا لقانون التعلية السعرية نحو 0.74% من سعر المنتج وأن اعلي هامش تسويقي من خلال المسلك التسويقي عبر تاجر الجملة و المصدر حيث بلغ نحو 500 جنيه / طن لها و تشكل نحو 3.8% ، 4% من سعر البيع لتاجر الجملة و المصدر. وقد معدل الزيادة في السعر بين المنتج و تاجر الجملة و المصدر بنح 4% ، 4.2% وفقا لقانون التعلية السعرية وذلك من سعر المنتج.

هـ - الكفاءة التسويقية لمحصول الكمون :

يتبين من الجدول رقم (103) تقدير الكفاءة التسويقية لمحصول الكمون علي مستوي المسالك التسويقية المختلفة من واقع الدراسة الميدانية . فقد بلغت الكفاءة التسويقية نحو 78.6% من خلال المسلك التسويقي لتاجر الجملة وسجلت إنخفاض من خلال المسلك التسويقي الخاص بالمصدر والذي بلغ نحو 71.7% وقد بلغت الكفاءة التسويقية من خلال المسلك التسويقي لتاجر التجزئة والجمعية نحو 73.8% ، 75.4% علي الترتيب . ويرجع انخفاض مستوي الكفاءة التسويقية نسبيا في المسالك عدا المسلك من خلال تجار الجملة الي انخفاض اداء الخدمات و الوظائف التسويقية المقدمة اتي تجري علي هذا المحصور و المراحل التسويقية المختلفة و ارتفاع الهوامش الربحية التي يتقاضاها الوسطاء و المتعاملون في تسويق هذا المحصول من خلال هذه المسالك .

وقد جمعت وحسبت الكفاءة التسويقية وفقا للمعادلة :

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - \frac{100 \times (\text{التكاليف التسويقية})}{\text{التكاليف التسويقية} + \text{التكاليف الإنتاجية}}$$

ويعود تفضيل المنتجين لجمعية منتجي و مصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية و ذلك لسهولة التعامل مع هذه الجمعية دون احتكار من قباها للسعر أو الكمية المباعة و استحوازاها علي كامل المحصول بالإضافة لتقديم التمويل اللازم في كثير من الأحيان للمنتجين قبل الزراعة أو بعدها حسب الإتفاق .

كما يتبين من الجدول رقم (104) أن صافي ثمن الطن المسوق من محصول الكمون علي مستوي عينة الدراسة كان أعلي صافي ثمن الطن المسوق علي لتجار التجزئة حيث قدر بنحو 12700 جنيه / طن يليهم جمعية منتجي النباتات الطبية و العطرية حيث قدر صافي ثمن الطن المسوق بنحو 12300 جنيه للطن . ومن خلال الأستبيان لاستطلاع آراء المنتجين تبين أن 55% من المنتجين يفضلون تسويق محاصيلهم عبر المصدر وجمعية منتجي و مصنعي و مصدري النباتات الطبية و العطرية وذلك بسبب المساهمة في بعض العمليات الزراعية او بعض الوظائف التسويقية من خلال دفع جزء اكبر من ثمن المحصول مقدما . واتضح من الدراسة أن مصادر الحصول علي معلومات متعلقة بأسعار المحاصيل هي الوسائل التقليدية المتوفرة و غالبا من خلال التاجر أو المشتري نفسه للمحصول لذلك فإن اغلبية المنتجين يقعون تحت احتكار التجار وتحكمهم بأسعار محاصيلهم .

م - المشاكل التي تواجه منتجي محصول الكمون علي مستوي العينة :

أولا : المشاكل الإنتاجية :

- 1- عدم نقاوة التقاوي التي يتم شرائها و احتوائها علي اعشاب و نباتات غريبة و بالتالي يؤثر ذلك علي نقاوة المحصول و حصول صعوبات في تسويقه بالإضافة الي زيادة في تكاليف العمليات التسويقية كالغربلة و التجهيز .
- 2- وصول التقاوي في حالة غير سليمة بسبب تعرضها للتكسير من خلال تكويمها أثناء عملية النقل .
- 3 - عدم معرفة المنتجين بالأمراض التي تصيب المحصول مسبقا بسبب غياب دور الإرشاد الزراعي و بالتالي تلزم المنتجين باستخدام كميات أكبر من المبيدات و بالتالي تحمل تكاليف اضافية لهم .

جدول رقم (102) الهوامش التسويقية المطلقة بالجنيه لطن محصول الكمون و الهوامش التسويقية النسبية وفقا للمسالك التسويقية المختلفة في عينة الدراسة خلال الموسم (2006-2007)

التعليق السعرية*** %	الهامش التسويقي النسبي ** %	الهامش التسويقي المطلق جنيه/ طن *	المسلك التسويقي
4	3.8	500	تاجر الجملة
2.9	2.9	400	تاجر التجزئة
4.2	4	500	المصدر
0.74	0.74	100	الجمعية

* الهامش التسويقي المطلق = الفرق بين سعر الشراء و سعر البيع
** الهامش التسويقي النسبي = الهامش المطلق / سعر البيع X 100
*** التعليق السعرية = الهامش المطلق / السعر المزرعي X 100
المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (103) الكفاءة التسويقية لمحصول الكمون موضوع الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة علي مستوي عينة الدراسة خلال الموسم (2006-2007)

*الكفاءة التسويقية %					المحصول
أجمالي العينة	الجمعية	المصدر	تاجر التجزئة	تاجر الجملة	
88	75.4	71.7	73.8	78.6	الكمون

* قدر رقم الكفاءة التسويقية وفقا للمعادلة = $100 - \frac{(\text{التكاليف التسويقية})}{\text{التكاليف الإنتاجية} + \text{التكاليف التسويقية}} \times 100$

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية
جدول رقم (104) صافي ثمن الطن المسوق لمحصول الكمون موضوع الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة في محافظتي المنيا و اسيوط خلال الموسم (2006-2007)

المسلك التسويقي	ثمن الطن المسوق جنيه/ طن جاف	التكاليف التسويقية جنيه / طن	صافي ثمن الطن للسوق جنيه/طن
تاجر الجملة	13000	1000	12000
تاجر التجزئة	14000	1300	12700
المصدر	12500	1450	11050
الجمعية	13500	1200	12300

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

الحلول الإنتاجية المقترحة :

- 1- المراقبة المستمرة من قبل الحكومة علي مواصفات التقاوي.
- 2- تفعيل دور الإرشاد الزراعي في الكشف عن الأمراض وتنبيه المنتجين مسبقا بالإضافة الي اختيار المبيدات المناسبة.
- 3- تأمين مصادر مضمونه ومراقبة حكوميا لتأمين المبيدات في الوقت المناسب و بالكميات المناسبة.

ثأنيا المشاكل التسويقية :

- 1- عدم توفر الأيدي العاملة المدربة و المتخصصة في جمع المحصول و بالتالي زيادة نسبة الفقد.
- 2- بدائية المناشر التي يقوم المنتجين باستخدامها لتجفيف محاصيلهم و اعتمادهم علي مناشر القل الخاصة بهم .

- 3- عدم تصريح الحكومة بإنشاء مناشر جديدة و ارتفاع تكاليف الحصول علي رخص و تصاريح لإنشاء مناشر جديدة.
- 4- عملية التجهيز من أهم العمليات التي تسبق عملية التسويق و بيع المحصول و يتوقف عليها التخلص من الشوائب لذا تحتاج الي ايدي عاملة مدربة .
- 5- عدم حصول جميع المنتجين علي اسعار موحدة علي رغم التماثل في مواصفات المحصول و ذلك لاختلاف مصادر تصريف المحصول .
- 6- انخفاض أسعار المحصول سنه عن سنه و عدم تغطيته للمجهود و التكاليف الإنتاجية لإنخفاض انتاجية الفدان .
- 7- اقتصار الطلب علي الزراعات العضوية و بالتالي عدم الحصول علي اسعار مجزية.
- 8- ارتفاع ثمن مستلزمات الإنتاج كأدوات للحرث و التعبئة و بالتالي تحمل المنتج أعباء مالية.

الحلول التسويقية المقترحة :

- 1- تفعيل دور جمعية منتجي و مصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية و ذلك لتفضيل النسبة العظمي من منتجي النباتات الطبية و العطرية في تسويق محاصيلهم عن طريق الجمعية نظرا لالتزام الجمعية في شراء كل الكمية المنتجة حتي في حالة الزيادة عن موجب العقد بالإضافة الي تقديم الجمعية لأسعار مجزية و عادلة لجميع المنتجين.
- 2- إقامة الدورات التدريبية و الإرشادية حول الزراعات العضوية النظيفة .
- 3- إنشاء مركز حكومي لاجراء التحاليل المطلوبة بشكل مجاني أو بتكلفة منخفضة .

10- محصول اليانسون :

يتبين من الدراسة أن أهم المؤشرات الوصفية لعينة الدراسة لمحصول اليانسون في محافظة اسيوط اتضح أن نحو 66 % من مزارعي العينة ملمين بالقراءة و الكتابة دون مؤهلات علمية و باقي مفردات العينة من ذوي التأهيل العلمي المتوسط أو العالي وبلغت نسبتهم 34% علي مستوي العينة و بالنسبة لعدد المشتغلين بالزراعة من أفراد العائلة فقد بلغت نسبتهم نحو 75% من اجمالي عينة الدراسة و تراوحت مدة مكوث المحصول بالزراعة الواحدة بين ستة شهور بنسبة 57% وثمانية شهور بنسبة 14% من عينة الدراسة . و يقوم نحو 100 % من مزارعي العينة يقومون بزراعة محصول اليانسون في أراضي طينية جيدة، و نحو 65 % من المزارعين ليس لديهم علم أو اي معلومات عن الزراعة النظيفة لمحاصيل النباتات الطبية و العطرية، وبلغ أدني عدد سنوات الخبرة في زراعة محصول اليانسون هو 5 سنوات و نسبتهم 15 % و أقصى سنوات الخبرة في زراعة اليانسون بلغت 15 سنوات و نسبتهم 35% من عينة الدراسة. و أن نحو 100% يستخدمون البذور في الزراعة.

أ- التكاليف الإنتاجية لمحصول اليانسون :

يتبين من الجدول رقم (105) هيكل التكاليف الإنتاجية الفدانية لمحصول اليانسون علي مستوي محافظة اسيوط في عينة الدراسة و كما هو واضح فإن العزيق و الإيجار السنوي يمثل أعلى نسبة في قيمة التكاليف الإنتاجية الفدانية لمحصول اليانسون حيث بلغت نحو 27.6% ، 21.5% و يعود السبب في ذلك أن المنتجين يقومون بزراعة محصول اليانسون في اراضي جيدة وان المحصول يحتاج الي تنقية الحشائش يليه في ذلك تكلفة الري و يمثل نسبة تقدر بنحو 18.4% يليه تكلفة السماد بنسبة تقدر بنحو 9.3% و قد تقاربت الأهمية النسبية لباقي بنود التكاليف الإنتاجية الفدانية.

ب- دالة تكاليف الإنتاج لمحصول اليانسون في عينة الدراسة :

تم تقدير دالة التكاليف الإنتاجية لمحصول اليانسون علي مستوي عينة المنتجين في محافظة اسيوط وذلك في الصورتين التربيعية و التكعيبية و قد ثبتت أفضلية الصورة التكعيبية من الناحيتين الأحصائية و الاقتصادية لتمثيل تلك الدالة كما هو مبين في الجدول رقم (106) . و قد ثبتت المعنوية الإحصائية لمعالم الدالة علي مستوي معنوية 5% و أشار رقم F علي معنوية النموذج

ككل عند مستوي معنوية 1% وتدل قيمة معامل التحديد R^2 عند (95 %) و المقدر من الدالة علي أن التقلبات في حجم الإنتاج تشرح نحو 95 % من التقلبات الكلية في التكاليف.
جدول رقم (105) بيان تكاليف زراعة و إنتاج فدان من محصول اليانسون

لعام 2007

العمليات الزراعية	بياناتها	التكاليف بالجنيه	%
إيجار الأرض	طوال فترة المحصول	700	21.5
حرث	وجهين وتخطيط	120	3.6
تحويض ، ريه كدابه	عدد 6 عمال x 15 جنيه	90	2.7
عزيق وتسوية وتنقية حشائش	عدد 12 عمال x 15 جنيه x عدد 5 عزقات	900	27.6
تقاوي	عدد 6 كيلو x 12 جنيه	72	2.2
زراعة	عدد 3 عمال x 15	45	1.4
رية الزراعة	عدد 3 عامل x 15 + ماكينة ري بـ 75 جنيه	120	3.7
أسمدة كيماوية	عدد 1 شيكارة سوبر فوسفات x 60 عدد - شيكارة بوتاسيوم x 110 عدد 3 شيكارة نترات x 80	60 --- 240	1.9 -- 7.4
نثر سماد	عدد- عامل x 15	-	--
ري	عدد 5 ريات كل ريه بـ 90 + 2 عامل x 15	680	18.4
نقاوة حشائش	2 عامل x 15	30	0.9
مقاومة آفات	عدد - عامل x 15	-	-
حصاد ونقل للجرن	عدد 8 عمال x 15	120	3.7
جمع المحصول	عدد 5 عامل x 15	75	2.3
دق وغريلة و تجهيز	عدد 4 عمال x 15	60	1.8
تعبئة	عدد 2 عامل x 15	30	0.9
إجمالي التكاليف		3262	100
قيمة الإنتاج	كمية الإنتاج x السعر 500 - 750 كجم جاف x 12000 جنيه/طن	9000	
صافي الربح		5738	

المصدر : عينة الدراسة وبيانات مديرية الزراعة بمحافظة بني سويف ، المنيا ، اسيوط، الفيوم وإدارة البساتين لسنة 2007

وباستخدام معادلة التكاليف الكلية يمكن معرفة الحجم الأمثل لإنتاج الفدان من محصول اليانسون عن طريق مساواة دالة التكاليف الحدية بالإيراد الحدي وقد امكن اشتقاق دالة التكاليف الحدية بإيجاد التفاضل الجزئي الأول لدالة التكاليف الكلية السابقة بالنسبة للمتغير Q كما يلي :

$$MC = 825.23 - 2.66 Q + 0.64 Q^2$$

جدول رقم (106) النموذج الرياضي المقدر لدالة تكاليف الإنتاج لمحصول اليانسون علي مستوى عينة الدراسة في محافظة اسيوط

F	R ²	المعادلة المقدره	البيانات
332.02	0.96	$C = 811.51 + 713.02Q + 33.44Q^2$ (2.22)** (3.91)** (2.21)*	الصورة التربيعية
122.55	0.95	$C = 443.25 + 825.23Q - 0.77Q^2 + 0.97Q^3$ (2.9)* (2.1)* (2.02)* (1.99)*	الصورة التكعيبية
		** معنوية علي مستوى 1%	* معنوية علي مستوى 5%
المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية			

وبمساواة معادلة التكاليف الحدية بالإيراد الحدي يكون الحجم الأمثل للإنتاج بالنسبة للفدان 0.75 طن / الفدان. و قد امكن الحصول علي ادني نقطة علي منحنى متوسط التكاليف الكلية عن طريق مساواة دالة التكاليف الحدية مع دالة متوسط التكاليف الكلية و امكن الحصول علي دالة متوسط التكاليف الكلية من قسمة التكاليف الكلية علي حجم الإنتاج كما يلي :

$$ATC = \frac{443.25}{Q} + 825.23Q - 0.77Q + 0.97Q^2$$

و اتضح من مساواة الدالتين ان حجم الإنتاج المدني للتكاليف قد بلغ نحو 0.950 طن للفدان.
ج - التكاليف التسويقية لمحصول اليانسون :

يتبين من الجدول رقم (107) هيكل التكاليف التسويقية للطن من محصول اليانسون للوقوف علي مدي كفاءة النظام التسويقي علي مستوى العينة في محافظة اسيوط و منه يتضح أن متوسط تكلفة الطن من محصول اليانسون بلغت نحو 950 جنيها للطن تمثل كل من تكلفة التجهيز و التجفيف و التعبئة و النقل علي الترتيب تبعا للاهمية النسبية وقدرت بنحو 36.8، 31.6% ، 15.8% ، 15.8% و من هذا الجدول نلاحظ انخفاض تكلفة الوظائف التسويقية للطن المسوق من محصول اليانسون ويعود ذلك لعدم حاجة هذا المحصول لكثير من الأيدي العاملة المدربة و تعتبر أهم

وظيفة تسويقية يتم التركيز عليها هي وظيفة التجهيز بسبب أن هذا النوع من المحاصيل يحتاج الي فرز و غزيلة و يقوم المنتجين بتجفيف محاصيلهم بوسائل بدائية و يدوية من شأنها اطالة الوقت و عدم كفاءة العمليات المعمول بها.

وا يوضح الجدول رقم (108) التوزيع النسبي للإنتاج الكلي من محصول اليانسون و أوجه التصرف المختلفة علي مستوى محافظة اسيوط و منه يتبين انه علي مستوى عينة المنتجين استأثر البيع الي جمعية منتجي ومصنعي ومصدري النباتات الطبية و العطرية وذلك بنسبة بلغت نحو 36.4% وذلك من اجمالي الإنتاج المنصرفيه علي مستوى المحافظة و نحو 26.9% ثم البيع للمصدرين بنسبة بلغت نحو 19.4% وذلك من اجمالي الإنتاج المنصرف فيه علي مستوى المحافظة.

ويعاني منتجي محصول اليانسون من احتكار التجار المحليين الجملة و التجزئة وذلك بسبب صعوبة التعامل مع هذا المحصول و المشاكل التي يواجهها المنتجون في زراعته . و من أهم المشاكل التي يواجهها المنتجون انخفاض الإنتاجية و تحكم التجار بالسعر في حال عدم توافق المحصول مع المنتج المطلوب .

د - نصيب المنتج من سعر المستهلك :

يتبين من الجدول رقم (109) نصيب منتجي محصول اليانسون في محافظة اسيوط علي مستوى العينة و منه يتضح بأن المنتج يحصل علي أعلى نصيب من سعر كل من تاجر التجزئة و جمعية منتجي و مصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية و المصدر وذلك بنسبة متقاربة نحو 95% و ذلك لأهمية المحصول من الناحية الطبية .

و – الهوامش التسويقية لمحصول اليانسون :

يتبين من الجدول رقم (110) الهوامش التسويقية المطلقة و النسبية وفقا للمسالك التسويقية المختلفة لمحصول اليانسون علي مستوي عينة الدراسة ومنه يتضح تساوي الهوامش التسويقية عبر المسالك التسويقية المختلفة وقد بلغت نحو 500 جنيه للطن و تشكل نحو 4.7% من سعر البيع للجمعية و قدر معدل الزيادة في السعر بين المنتج و الجمعية وفقا لقانون التعلية السعرية نحو 5% من سعر المنتج ثم يليه في الترتيب الهوامش التسويقية المطلقة لكل من المصدر و تاجر الجملة و التجزئة .

جدول رقم (107) هيكل التكاليف التسويقية لمحصول اليانسون في محافظة اسيوط علي مستوي عينة الدراسة لموسم (2007/2006)

البنـــــــــد	جنيه / طن	%
تكاليف التجفيف	300	31.6
تكاليف التجهيز*	350	36.8
تكاليف التعبئة	150	15.8
تكاليف النقل	150	15.8
الإجمالي	950	100

* تضم هذه العملية الفرز و الغربلة و التجميع

المصدر : جمعت و حسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (108) أوجه التصرف في محصول اليانسون علي مستوي عينة الدراسة للمنتجين في محافظة اسيوط خلال الموسم (2006- 2007)

الإنتاج الكلي بالطن	بيع لتجار الجملة		بيع لتجار نصف جملة		بيع لمصدر		بيع للجمعية	
	كمية	%	كمية	%	كمية	%	كمية	%
93	15	16.1	25	26.9	18	19.4	35	37.6

المصدر : جمعت و حسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (109) قيمة نصيب المنتجين ونسبتها المئوية خلال المسالك التسويقية المختلفة

لمحصول اليانسون في محافظة اسيوط خلال الموسم (2006- 2007)

المسلك التسويقي	متوسط السعر المزرعي	متوسط سعر البيع	*نصيب المنتجين %
تاجر الجملة	11000	11500	95.6
تاجر التجزئة	11500	12000	95.8
المصدر	10500	11000	95.5
الجمعية	10000	10500	95.2

*حسب نصيب المنتجين بقسمة السعر المزرعي للكمية المباعة علي سعر البيع X 100

المصدر : جمعت و حسبت من استمارات الدراسة الميدانية

هـ - الكفاءة التسويقية لمحصول اليانسون :

يوضح الجدول رقم (111) تقدير الكفاءة التسويقية لمحصول اليانسون وذلك علي مستوي المسالك التسويقية المختلفة من واقع الدراسة الميدانية . فقد بلغت الكفاءة التسويقية نحو 81.3% من خلال المسلك التسويقي لجمعية منتجي و مصدري و مصنعي النباتات الطبية و العطرية ثم يليه المسلك التسويقي من خلال تاجر الجملة و الذي بلغ نحو 80.3% ثم يليه المسلك التسويقي لتاجر التجزئة بنحو 75.4% . وقد بلغت الكفاءة التسويقية ارتفاعا نسبيا ألا انه لم يزل هناك امكانية لتحقيق مستويات أعلى من مستويات الكفاءة التسويقية وذلك من خلال تحسين مستوي

وكفاءة أداء الخدمات و الوظائف التسويقية المقدمة لمحصول اليانسون. و قد جمعت و حسبت الكفاءة التسويقية وفقا للمعادلة :

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - \frac{100 \times (\text{التكاليف التسويقية})}{\text{التكاليف التسويقية} + \text{التكاليف الإنتاجية}}$$

ويتضح من الجدول رقم (112) ان صافي ثمن الطن المسوق من محصول اليانسون و ذلك علي مستوي عينة الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة كان أعلي صافي ثمن الطن المسوق علي مستوي تاجر التجزئة حيث قدر بنحو 11100 جنيها للطن و لكنه بشكل عام اتضح من دراسة للعينة التقارب بين معظم مؤشرات الكفاءة التسويقية بالنسبة لمحصول اليانسون علي مستوي العينة عبر المسالك التسويقية المختلفة و ولزيادة صافي ثمن الطن و الكفاءة التسويقية علي المنتجين لا بد من زيادة الكفاءة في العمليات و الوظائف التسويقية المختلفة و زراعة الاصناف المرغوبة اكثر في الأسواق .

ومن خلال الدراسة تبين انه في حالة التسويق في مناطق الإنتاج يقوم المشترون بأنماطهم المختلفة بالتعاقد مع المنتجين قبل تمام نضج المحصول وفي بعض الأحيان يتم دفع جزء من الثمن مقدما ليساعد المنتج في إتمام العمليات الزراعية و الوظائف المختلفة وقبل جمع المحصول يتم المعاينة و الإتفاق علي السعر النهائي .

و من خلال الدراسة يتبين أن 100% من المنتجين يفضلون تسويق محاصيلهم عبر جمعية منتجي و مصدري ومصنعي النباتات الطبية و العطرية و ذلك بسبب المميزات التي تقدمها الجمعية عن غيرها.

جدول رقم (110) الهوامش التسويقية المطلقة بالجنيه لطن محصول اليانسون و الهوامش التسويقية النسبية وفقا للمسالك التسويقية المختلفة في عينة الدراسة خلال الموسم

(2006-2007)

التعليق السعرية*** %	الهامش التسويقي النسبي ** %	الهامش التسويقي المطلق جنيه/ طن *	المسلك التسويقي
4.5	4.3	500	تاجر الجملة
4.3	4.2	500	تاجر التجزئة
4.7	4.5	500	المصدر
5	4.7	500	الجمعية

* الهامش التسويقي المطلق = الفرق بين سعر الشراء و سعر البيع

** الهامش التسويقي النسبي = الهامش المطلق / سعر البيع 100 X

*** التعليق السعرية = الهامش المطلق / السعر المزرعي 100 X

المصدر : جمعت و حسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (111) الكفاءة التسويقية لمحصول الكمون موضوع الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة علي مستوي عينة الدراسة خلال الموسم (2006-2007)

*الكفاءة التسويقية %					المحصول
أجمالي العينة	الجمعية	المصدر	تاجر التجزئة	تاجر الجملة	
50	81.3	77.4	78.4	80.3	اليانسون

* قدر رقم الكفاءة التسويقية وفقا للمعادلة = 100 - 100 X

(التكاليف التسويقية) / (التكاليف التسويقية + التكاليف الإنتاجية)

المصدر : جمعت و حسبت من استمارات الدراسة الميدانية

جدول رقم (112) صافي ثمن الطن المسوق لمحصول اليانسون موضوع الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة في محافظة اسبوط خلال الموسم (2006- 2007)

المسلك التسويقي	ثمن الطن المسوق جنيه/ طن جاف	التكاليف التسويقية جنيه / طن	صافي ثمن الطن للسوق جنيه/طن
تاجر الجملة	11500	800	10700
تاجر التجزئة	12000	900	11100
المصدر	11000	950	10050
الجمعية	10500	750	9750

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الدراسة الميدانية

م – المشاكل التي تواجه منتجي محصول اليانسون على مستوى العينة :

أولاً : المشاكل الإنتاجية :

- 1- ظهور مرض ذبول النبات من أكثر المشاكل التي تواجه منتجي محصول اليانسون
- 2-انتشار الحشرات و الطيور بسبب بعض الأضرار لمحصول اليانسون.
- 3-الحاجة الي اموال كثيرة قبل بدء الزراعة لاتمام عمليات الزراعة.
- 4- صغر حجم الحيازات وتبعثرها يصعب عمليات الخدمة و بالأخص الألية .
- 5-عدم توافر المرشدين الزراعيين المتخصصين و بالتالي غياب الإرشادات الفنية أثناء موسم الزراعة .
- 6-عدم توافر العمالة الفنية الماهرة بالوقت و القدر الكافي .

الحلول الإنتاجية المقترحة :

- 1- عقد دورات تدريبية متخصصة في زراعة محصول اليانسون و علي مستوى عالي لرفع مستوى أداء مختلف العمليات الزراعية وخاصة العمليات المتعلقة بالحصاد.
- 2- توفير القروض التمويلية والتي تشمل المراحل الإنتاجية المختلفة.
- 3- توفير مستلزمات الإنتاج من أسمدة و مبيدات مع تفعيل الدور الإرشادي حول كيفية استخدام هذه المستلزمات بالكميات و التوقيتات المناسبة .

ثانياً المشاكل التسويقية :

- 1- تفشي ظاهرة الإحتكار التي يتعرض لها المنتجين لقلة عدد التجار.
- 2- عدم وجود رابطة لزراع النباتات الطبية و العطرية والتي تساعد من التغلب علي المشكلات الخاصة بهذه المحاصيل و خاصة المشكلات التسويقية .
- 3- التقلب في الإنتاجية و الأسعار من اكثر المشاكل التي تواجه منتجي محصول اليانسون و بالتالي عدم الأستقرار في دخولهم .
- 4- عدم توافر المعلومات التسويقية و خاصة السعريية و خاصة قبل موسم الزراعة بوقت مناسب و أيضا فيما يخص الأصناف المطلوبة في الأسواق .

الحلول التسويقية المقترحة :

- 1- توفير البيانات و المعلومات الإنتاجية و التسويقية للمحصول و التي تعين المنتجين في اتباع الأساليب الإنتاجية و التسويقية المحفزة لارباحهم.
- 2- الحد من احتكار التجار عن طريق تفعيل دور جمعية منتجي ومصنعي ومصدري النباتات الطبية والعطرية أو عن طريق تكوين التعاونيات التسويقية و تفعيل دورها .
- 3- تقديم التمويل اللازم و الدعم لزيادة كفاءة الوظائف و الخدمات المقدمة للمحصول و لزراعة الأصناف الجديدة المرغوبة .
- 4- توفير المناشر الجيدة و المجهزة المغطاه لمنع اقتراب الطيور و دخول الحشرات .

الباب الثالث أهم ملامح التسويق الخارجي

تمهيد :

يتناول هذا الجزء أهم ملامح التسويق الخارجي المصري من النباتات الطبية و العطرية وذلك من حيث تطور صادرات هذه المحاصيل و أهم الأسواق المستوردة والمصدرة لمحاصيل النباتات الطبية و العطرية وفرص نفاذ جمهورية مصر العربية للوصول الي هذه الأسواق و ما هي أهم الأسواق الواعدة و المنافسة لمصر علي هذه المحاصيل . حيث تعتبر محاصيل النباتات الطبية و العطرية من الحاصلات غير التقليدية التي يمكن أن تساهم و بشكل فعال في تحقيق هدف زيادة الصادرات المصرية و تقليل العجز في ميزان المدفوعات خاصة أن هذه المحاصيل مازالت لم تحظي بالأهمية المناسبة علي الرغم من إمكانية زيادة إنتاجها و ملائمة الظروف المناخية لإنتاج العديد منها حيث أن عليها طلب كبير في الاسوق الخارجية .

أولا دراسة تطور صادرات مصر من محاصيل النباتات الطبية و العطرية :

بدراسة تطور كمية و قيمة صادرات مصر يتبين تذبذب كمية الصادرات من محصول الكمون بلغت نحو 351.1طن وقد بلغت قيمة الصادرات نحو 3812.8 ألف جنيه و تراوح سعر تصدير الطن نحو 10859.6 جنيه/ طن عام 2007 و بالنسبة لكمية الصادرات من محصول الكزبرة بلغت نحو 1.7 ألف طن وقد بلغت قيمة الصادرات نحو 8.5 مليون جنيه و تراوح سعر تصدير الطن نحو 4834.4 جنيه / طن عام 2007 . وقد بلغت كمية الصادرات من محصول اليانسون نحو 2.17 طن و بلغت قيمة الصادرات نحو 1.4 مليون جنيه و تراوح سعر التصدير للطن نحو 6824.1 جنيه / طن عام 2007. و بالنسبة لكمية الصادرات من محصول الكراوية بلغت نحو 2.3 ألف طن وقد بلغت قيمة الصادرات نحو 12.6 مليون جنيه و تراوح سعر تصدير الطن نحو 5379 جنيه / طن عام 2007. و بالنسبة لمحصول النعناع قد بلغت كمية الصادرات نحو 12.2 ألف طن وقد بلغت قيمة الصادرات نحو 8.4 مليون جنيه و تراوح سعر تصدير الطن نحو 691.3 جنيه / طن عام 2007. و بالنسبة لمحصول البردقوش بلغت كمية الصادرات نحو 3 ألف طن وقد بلغت قيمة الصادرات نحو 16.9 مليون جنيه و تراوح سعر تصدير الطن نحو 5637 جنيه / طن عام 2007. و بالنسبة لمحصول الشيح قد بلغت كمية الصادرات نحو 2.4 ألف طن وقد بلغت قيمة الصادرات نحو 240 مليون جنيه و قد بلغ سعر تصدير الطن نحو 9978.2 جنيه / طن عام 2007.

ثانيا: اهم الدول المصدرة و المستوردة:

تعتبر جمهورية مصر العربية من الدول المنافسة دوليا لكثير من الدول المصدرة لهذه النباتات لما تمتلكه من ميزة نسبية لإنتاج هذه المحاصيل حيث تتوفر الشروط المناخية المناسبة لإنتاج هذه المحاصيل حيث تتوافر الشروط المناخية المناسبة لإنتاج هذه المحاصيل في الفترة التي تعجز باقي الدول المنافسة كا الهند في إنتاجها .

وقد بلغ عدد الأسواق التي تصدر اليها مصر من محاصيل النباتات الطبية و العطرية نحو سوق 46 سوق وقد استحوذت اكبر خمسة اسواق منها علي 72.67% من صادرات مصر من هذه المحاصيل واحتل السوق الألماني المركز الأول في الصادرات المصرية من محاصيل هذه النباتات بأهمية نسبية بلغت نحو 22.6% يليه سوق الولايات المتحدة الأمريكية بأهمية نسبية بلغت نحو 25.6% من اجمالي الصادرات المصرية لهذه المحاصيل ، ثم يليه سوق اسبانيا وفرنسا و روسيا الاتحادية بأهمية نسبية بنحو 5.2% ، 4.8% ، 4.2% علي الترتيب.

1- السوق الألماني :

وقد تبين أن ألمانيا استوردت من المحاصيل الطبية و العطرية بما قيمته نحو 100.7 مليون دولار كمتوسط الفترة (1990- 2000) وبلغ متوسط قيمة الطن للواردات الألمانية نحو 2204 دولار للطن وسجلت مصر المركز الثالث في التصدير الي السوق الألماني بما قيمته 7.29 مليون دولار بأهمية نسبية بلغت نحو 4.2% من اجمالي الواردات الألمانية من هذه المحاصيل لنفس

الفترة. وقد بلغ متوسط قيمة الطن من الصادرات المصرية من النباتات الطبية و العطرية نحو 2103 دولار و هو أقل من المتوسط العام لقيمة الطن في الواردات الألمانية.

2- سوق الولايات المتحدة الأمريكية :

تبين من الدراسة أن الولايات المتحدة الأمريكية استوردت من المحاصيل الطبية و العطرية بما قيمته نحو 141.95 مليون دولار كمتوسط الفترة (1990- 2000) وبلغ متوسط قيمة الطن للواردات الأمريكية نحو 3274 دولار للطن من هذه المحاصيل لنفس الفترة وسجلت مصر المركز الخامس في التصدير الي السوق الأمريكي بما قيمته 5.7 مليون دولار بأهمية نسبية بلغت نحو 4.03% من اجمالي الواردات الأمريكية من هذه المحاصيل لنفس الفترة. وقد بلغ متوسط قيمة الطن من الصادرات المصرية من النباتات الطبية و العطرية نحو 1593 دولار و هو أقل من المتوسط العام لقيمة الطن في الواردات الأمريكية.

ومن اهم الدول المنافسة لمصر في التصدير الي السوق الأمريكية هي الصين التي احتلت المركز الأول بأهمية نسبية بلغت نحو 26.9% من متوسط اجمالي الواردات الأمريكية من محاصيل النباتات الطبية و العطرية ثم بالمركز الثاني السوق الهندي بأهمية نسبية بلغت نحو 22.9% ثم يأتي السوق الألماني و المكسيكي في المركز الثالث و الرابع بأهمية نسبية بلغت نحو 7.25% ، 6.85% من اجمالي الواردات الأمريكية من محاصيل النباتات الطبية و العطرية لنفس الفترة .

3- السوق الياباني :

بالنسبة للسوق الياباني فقد بلغت قيمة الواردات اليابانية من المحاصيل الطبية و العطرية نحو 97.04 مليون دولار بأهمية نسبية بلغت نحو 9.6% من الواردات العالمية لهذه المحاصيل خلال متوسط الفترة (1999- 2007) ثم يأتي في الأهمية سوق المملكة المتحدة حيث بلغ متوسط قيمة الواردات نحو 40.88 مليون دولار أمريكي بأهمية نسبية بلغت نحو 4.04% من الواردات العالمية لهذه المحاصيل لنفس الفترة ثم يأتي بعد ذلك بالأهمية السوق الكندي حيث بلغ متوسط قيمة الواردات نحو 36.29% مليون دولار أمريكي بأهمية نسبية بلغت نحو 3.59% من الواردات فإن الأهتمام بهذه الأسواق الواعدة و زيادة الجهود التسويقية للتصدير اليها يعتبر أولوية بالغة الأهمية لتحقيق الانطلاقه المطلوبة للتصدير .

هناك بعض الإتجاهات الدولية ذات الصلة المباشرة بالتجارة الخارجية لمحاصيل النباتات الطبية و العطرية و علي المصدر المصري مراعاتها و أخذها بعين الأعتبار و منها محاصيل النباتات الطبية و العطرية التي تحتاج الي عناية خاصة نظرا لحساسيتها و خاصة العقاقير الطبية و الزيوت العطرية منها و ما يتعلق بعملية جمع المحصول و أوقات جمعه و مرحلة النمو المناسبة للجمع بالإضافة للفترة الزمنية من اليوم نفسه للجمع لذا يجب رعايتها رعاية فائقة و بشروط سليمة.

ثالثا:- أهم التوصيات و المقترحات لإمكانية تحسين نظم التسويق الخارجي و المحلي للحاصلات الزراعية البستانية لخلق إمكانية تصديرية أفضل :

1- في مجال تحسين و تنظيم الإنتاج :

- أ- من الضروري التحول الي منهج عمل يومي لتحقيق نمو كمي و نوعي متواصل في الصادرات المصرية وليس بخافيا علي أحد أن مصر لديها ميزة نسبية في الخضر و الفاكهة و لإيجاد عمل صناعة تصديرية في هذا المجال يجب تخطي حاجز المليون طن و الصناعة المصرية الموجودة بمصر في هذا المجال مركزة في جزء بسيط من الخضر أي انه يجب أن يكون هناك إنتاج بستاني كبير يسمح بأقامة صناعة تصديرية للخضر و الفاكهة يعتد بها .
- ب- العمل علي إيجاد نظام زراعي يختلف عن النظام الحالي لزيادة الإنتاج عن طريق استخدام مدخلات ذات نوعية عالية ترتبط باحتياجات الأسواق العالمية أكثر من ارتباطها بالسوق المحلي حيث أن التوجه للداخل سمة من سمات الإنتاج المصري وهذا يحتاج من كافة الجهات المسؤولة عن قطاع الزراعة وضع مواصفات عالية لنظام الإنتاج.

حيث يوضح الأصناف المطلوبة واساليب استخدام المبيدات و مواسم الإنتاج و مشروعات تطوير التجهيز و التعبئة و التغليف حتي نحسن من اقتصاديات الإنتاج و بحيث لا يقتصر تصديرنا علي الفرز الأول فقط حيث انه من الممكن لو احسن استغلال الفرز الثاني و الثالث في التصنيع أن تتحسن اقتصاديات إنتاج و تسويق الكثير من الحاصلات الزراعية المصرية . أنه لا بد من الأهتمام بقاعدة الإنتاج و تنميتها و قاعدة الكفاءة و كذلك الأهتمام البالغ بقاعدة التوجه الي الخارج قبل التسويق المحلي ، فلا بد من اعادة النظر في توليفة الإنتاج الزراعي المصري و العمل علي تطويرها كما و نوعا حتي يمكن الإنطلاق الي التصدير .

ج - الصادرات الزراعية تعاني من المحدودية و نقص المعلومات السوقية عن الأسواق الخارجية و كذلك الاوقات و المساحات الزمنية المتاحة للتصدير و كذلك الإتفاقيات المبرمة و المتوقعة في القريب فلو امكن توفير هذه المعلومات فاعن هذا سوف يساهم في زيادة و تنوع الإنتاج المصري للتصدير كما لو أمكن زيادة مستوي المعرفة و الخبرة بالأسواق الخارجية من نظر تفضيل المستهلك الأجنبي و قدراته الشرائية و مواصفاته الصحية لكان ذلك خير مرشد للمنتج الزراعي المصري. كذلك يجب العمل بجدية و أن ننتهز الفرص المتاحة في اسواق اوروبا للحاصلات البستانية و الحاصلات غير التقليدية و يلزم ذلك تعديل نظم الإنتاج المحلي في سبيل استغلال هذه الفرص التصديرية، وان يكون الإنتاج للتصدير بالمستوي اللائق من حيث الجودة و السعر للمنافسة العالمية .

د - ضرورة إعادة النظر في التركيب المحصولي و التوصية بالتوسع في زراعة المحاصيل التصديرية غير التقليدية و خاصة بالأراضي الجديدة و ذلك لتخفيف الأثار السلبية المتوقعة من تنفيذ إتفاقية الجات في المدى القصير أي من الضروري اعادة دراسة التركيب المحصولي في ضوء المزايا النسبية التي تتمتع بها مصر و ذلك من أجل زيادة الأثار الإيجابية و خفض الأثار السلبية لإتفاقية الجات .

هـ - الأهتمام باعداد مناهج و استراتيجيات تهدف الي تحديد الأولويات حتي يمكن الأستفادة بما يقدم من مساعدات و ضرورة اعداد قوائم بمشروعات زراعية تصديرية مقبولة يستثمر فيها الأتحاد الأوروبي مساعدته لمصر .

م- ضرورة مراعات أن تكون إتفاقيات الشراكة لا تتعارض مع الاستثناءات الممنوحة للدول النامية و بينها مصر و خاصة في قطاع الزراعة و خاصة استثناءات الدعم الزراعي و التسويقي و كذلك لا تتعارض مع إتفاقيات التكامل العربي أو مناطق التجارة الحرة العربية و كذلك يجب أن يكون عائد إتفاقيات الشراكة في مجال زيادة الصادرات الزراعية و كذلك اجمالي الصادرات يفوق ما تخسره مصر من حصيلة الجمارك .

و - تعميم كل ما يتعلق بمعايير الجودة و المواصفات و الشروط الصحية و السلامة البيئية و ذلك لمختلف الأنتجه الزراعية لمختلف المناطق و الدول المستوردة كجزء اساسي من قواعد المعلومات التصديرية مع العمل علي تحديث هذه المعلومات و إضافة اي تعديلات تطرأ عليها .
ل- تطوير نظم إجراء تحليل الأثار المتبقية للكيمائيات و المبيدات المحظورة و ذلك للعينات من المنتجات التصديرية مع تعميق الوعي و الأرشاد في مجال الأنواع و الكميات و التوقيينات المناسبة لاستخدام تلك المواد .

ع- تشجيع الزراعات الحيوية و خاصة في مجال الحاصلات البستانية مع الإستعانة بالخبرة الفنية الأوروبية و الأمريكية في هذا المجال و تطوير مراكز البحوث في هذا الأتجاه .

غ - الأهتمام بالتعاونيات كقطاع خاص قادر أن يحسن استخدام و تنظيم الإنتاج للسوق المحلي أو التصدير و الأهتمام بإنشاء جهاز معلومات تسويقية ضمن البنيان التعاوني علي المستوي العام للدولة و داخل كافة المناطق الإنتاجية و ذلك لتخطيط الإنتاج و التسويق المحلي أو التصدير .

س - توفير الخدمات التسويقية اللازمة للحاصلات الزراعية بالاعراض الجديدة من أجل التصدير .

ز - ضرورة وجود دور رقابي حازم للدولة علي التقاوي المستوردة و المحلية وذلك في مناطق الإنتاج و ذلك لتعديل الإنتاجية و منع تدهور الإنتاج من حيث الكمية و النوعية و بالتالي الصلاحية للتصدير.

ش - عمل عقود بين المصدرين و المنتجين لكافة الحاصلات البستانية ملزمة بصيغة قانونية لضمان صحة هذه العقود من أجل استقرار الإنتاج و زيادة الكفاءة و رفع درجة الجودة من أجل تطوير نظم التسويق المحلي و ضمان المنافسة و مكافحة الاحتكار لإمكان بناء صناعة تصديرية زراعية علي أسس صحيحة .

ل - دعم الدور الإرشادي الخاص بمقاومة الآفات و السيطرة عليها و كيفية القيام بالمقاومة السلمية التي تضمن توافر منتج صالح للتصدير و تضمن أيضا المحافظة علي الأسواق الخارجية س - إصدار قوانين تجيز اعتماد شهادة الفحص الخارجي من دولة المنشأ للتقاوي المستوردة لبعض الحاصلات و حتي لا يتأخر زراعتها و لا يساء معاملتها في الجمارك و الحجر الزراعي.

2- في مجال تنظيم أسواق الجملة (التركيب و السلوك السوقي) :

أ- تنشيط سبل التعامل المباشر بين المنتج و المستهلك و العمل علي إيجاد و منافذ توزيع تابعة للتعاونيات أو الجمعيات للمستثمرين الزراعيين أو شباب الخريجين حتي يمكن التوصل الي مسلك تسويقي مختصر يقل فيه عدد السماسرة و كذلك يقل فيه عدد الحلقات التسويقية و من ثم تنقل نسبة الفاقد .

ب - خفض الرسوم الجمركية و العمل علي إيجاد درجة من التكامل التسويقي المحلي و التصنيعي و التصديري و استغلال محطات الفرز و التدرج و التعبئة المتاحة من أجل التصدير.

ج - التسويق التكنولوجي بقدر الإمكان مع تخصيص بعض المنافذ التسويقية للتعاونيات و كبار المنتجين و المصدرين .

3- في مجال تنظيم الصناعة التصديرية و كذلك التراكيب و السلوكيات السوقية:

أ- الإفتتاح علي الأسواق الخارجية و محاولة الاستفادة بالمزايا النسبية الإنتاجية و التصديرية و العمل علي خلق مزايا تنافسية للمنتجات المصرية بالأسواق الخارجية و تعقد اتفاقيات المشاركة و خلق مناطق تجارة حرة بين مصر و الاتحاد الأوروبي و أي من الدول العربية أو بينها مجتمعة أو بين مصر و الولايات المتحدة الأمريكية من أهم و سائل تحقيق غاية تنمية الصادرات الزراعية .

ب - إنشاء جهاز يجمع بين الحكومة و رجال الأعمال و كذلك يربط إتحادات المصدرين العامة و الإتحادات السلعية للمنتجين و المصدرين للسلع الزراعية المقترح إنشائها ويعمل هذا الجهاز علي حماية مصالح المنتجين و المصدرين ويدخل في مهام هذا الجهاز :

1- تحقيق أقصى قدر ممكن من التنسيق و التكامل أفقيا و رأسيا لبلوغ أفضل معدلات الأداء علي أسس من الكفاءة الاقتصادية و الاستغلال الأمثل للموارد الإنتاجية التصديرية و الخدمات التسويقية .

2- التنسيق و التعاون في إقامة مشروعات استثمارية مشتركة في المجالات التي تعاني من نقص أو القصور سواء في الخدمات أو المعاملات التسويقية المتطورة أو في مجالات الشحن الخارجي و بخاصة الشحن البري و التعاون المشترك في تخطيط و تنفيذ برامج و حملات مشتركة للدعاية و الترويج للمنتجات البستانية المصرية في الأسواق الخارجية .

3 - تشجيع الإنتاج و المنتجين التصديريين عن طريق تشجيع إقامة شركات التصدير المساهمة أو التعاونيات التصديرية المتخصصة ضمن تشجيع الاستثمارات في الشركات المتخصصة في الخدمات التسويقية التصديرية الحديثة .

ج - ضرورة إنشاء شركات للتسويق و التصدير تشمل المنتجين و المصدرين حيث تتمكن الدولة من الاستفادة في عملية المشاركة و خاصة مع الولايات المتحدة الأمريكية و كندا و اليابان حيث يكون لهذه الشركات إمكانية تكاملية إنتاجية تسويقية تصديرية كما تتيح لها دراسة الأسواق و ادواق المستهلك الخارجي و يمكنها المساهمة الفعالة في تنمية الصادرات الزراعية .

د - التواجد السياسي لمساندة التصدير الي أسواق معينة نستورد منها و لا نصدر اليها و يمكننا من مواجهة تحديات المنافسين الآخرين و إزالة العقبات أمام الصادرات المصرية بما يسمح بسعة تسويقية تصديرية مناسبة أمام الصادرات الزراعية المصرية .

هـ - العمل علي تنمية الخبرات القانونية المصرية و كذلك خبرات الحجر الزراعي لتلائم متطلبات اتفاقية الجات و الشراكة .

و - أحكام الرقابة الذاتية علي الصادرات من حيث الجودة و الإجراءات القانونية اللازمة دون إعاقة لعمليات التصدير .

م - دعم تكاليف الشحن الجوي مع العمل علي إلغاء مختلف أنواع الرسوم و الضرائب و العمولات و الإكراميات في هذا المجال في إطار الرغبة في تنمية الصادرات البستانية وأسوة بالدول المنافسة مع ضرورة إيجاد التنسيق و التخطيط المشترك فيما بين المصدرين لعمل تعاقدات وفقا لبرامج دقيقة محددة مسبقا علي اساس السعات المطلوبة و التوقيتات المطلوبه و المسارات المستهدفة في ظل التنظيم او الأتحاد النوعي المقترح .

ل - وضع ضوابط وآليات متطورة و مرنة للرقابة علي المنتجات المصدرة شاملة التعبئة و العبوات و المعاملات التسويقية و فقا للاسواق المستوردة و نوع السلع وطرق البيع .

ع - الأهتمام بالأرشاد التسويقي المبني علي اسس حديثة مثل مؤسسة فريديريش .

غ - العمل علي ربط مراكز المعلومات التصديرية ربطا ليا مباشرا بكافة الوحدات و الجهات الوطنية المنتجة للبيانات و المعلومات ذات العلاقة و ضمان التدفق و الإنسياب الكامل لهذه البيانات عبر مركز المعلومات التصديرية و نظم المعلومات العالمية و من هذه المراكز في السوق الأوروبي منظومة الإحصاءات الأوروبية EURO- STAT وشبكة اتصالات الأعمال الأوروبية BUSINESS COMMUNICATION NET WORK

ي - ضرورة إقامة و تطوير جهاز متخصص للدراسات و البحوث في مجال تنمية الصادرات عامة و الزراعية و البستانية منها علي وجه الخصوص و يمكن في هذا الصدد تطوير مركز تنمية الصادرات التابع لوزارة التجارة الخارجية ليقوم بهذا الدور و فقا لتعدد المجالات و الأنشطة .

رابعا : دور التمثيل التجاري في تنمية صادرات الحاصلات البستانية :

يعد جهاز التمثيل التجاري واحدا من أهم المصادر المتخصصة في توفير المعلومات الاقتصادية و أحد أهم الأجهزة المعاونة في تنمية تجارة مصر الخارجية و دعم و تطوير علاقات مصر الاقتصادية الثنائية و العلاقات متعددة الأطراف مع الدول الأجنبية و المنظمات الدولية و الإقليمية و تتمثل الأهداف الرئيسية و التقليدية و وظائف التمثيل التجاري في المحاور الأربعة الأساسية التالية :

1- تنمية التبادل التجاري لـ جمهورية مصر العربية مع دول العالم المختلفة .
2- متابعة و تنفيذ برامج التعاون الإقتصادي بين مصر و الدول الأجنبية و مؤسسات التمويل الدولية و الإقليمية .

3- تمثيل و رعاية مصالح مص الأقتصادية لدي المنظمات الاقتصادية الدولية و المجالس السلعية المتخصصة و اللجان الاقتصادية و الإقليمية للأمم المتحدة .

4- الترويج للمشروعات الاستثمارية في مصر و ترويجها بين المستثمرين في الدول المختلفة .
دور التمثيل التجاري في تنمية الصادرات المصرية :

قام التمثيل التجاري بدور رئيسي في تنمية الصادرات المصرية من خلال التوقيع علي سلسلة من اتفاقات التجارة و الدفع مع مجموعة من دول شرق أوروبا و الدول العربية و الآسيوية و دول أمريكا ، كما قام التمثيل التجاري بالتحول سريعا لسياسة التوقيع علي سلسلة من الصفقات المتكافئة و التي ساعدت الشركات التصديرية علي استمرار النهج الذي اعتادت عليه و بداية التأقلم مع اقتصاديات السوق المفتوح و مواجهة المنافسة الشرسة في خطوات متأنية . كذلك التركيز علي الدور التسويقي و خوض غمار المنافسة الدولية عن طريق تكليف الملحقين

التجاربيين بالنزول الي الأسواق و الإتصال بالمستوردين و ترويج منتجات الشركات الشركات التصديرية مباشرة كما يقوم التمثيل التجاري بإنشاء ادارة لخدمة المصدرين من القطاعين العام و الخاص ثم تزويدهم بشبكة معلومات بالتعاون مع مركز معلومات مجلس الوزراء و تقوم هذه الإدارة بالتعاون مع نقط التجارة الدولية .

و فيما يلي أهم أنشطة التمثيل التجاري في مجال خدمة الأهداف القومية في تنمية الصادرات المصرية :

(أ) توفير المعلومات عن الأسواق الخارجية :

1- إمداد المصدرين و القطاعات و الشركات العالمية في مجال التصدير بالمعلومات الأساسية عن الأسواق الخارجية حيث يعد كل مكتب تقريراً سنوياً عن الدولة التي يمثل مصر بها يتضمن البيانات الأساسية و أهم التطورات الاقتصادية خلال العام والسياسات الاقتصادية و التجارية و معلومات عن أهم الهيئات التي تعمل في مجال التجارة الخارجية و أنواع المساعدات التي تقدمها الدول النامية و أهم ملامح تطور العلاقات الاقتصادية و التجارية مع مصر .

2- إعداد الدراسات التسويقية و السلعية عن السلع و المنتجات ذات الأهمية التصديرية في مصر والتي يمكن أن تحقق نمواً سريعاً في الصادرات و تتضمن التقارير جداول كاملة عن الموقف التنافسي للسلعة في تلك الأسواق من الدول المختلفة و المعاملة الجمركية للسلعة المستوردة و تفضيلات السوق المحلي بالنسبة للسلعة .

3- تعريف المصدرين بالسلع التي يمكن أن تستفيد من التنازلات (الإعفاءات الجمركية) التي تطبقها بعض الدول .

4- توفير معلومات عن الأسواق التصديرية و مواصفات السلع المتنافسة و مصادر الحصول علي تكنولوجيا تطوير هذا المنتج و طرق تمويل الحصول علي تلك التكنولوجيا من الهيئات التمويلية المحلية بأفضل الشروط التمويلية المتاحة .

(ب) التسويق المباشر للمنتجات التصديرية في الأسواق الخارجية :

1- عرض عينات السلع المراد تصديرها و محاولة اقناع المستوردين بتجربة استيرادها من مصر و شرح مزايا المنتج المصري مقابل منتجات الدول الأخرى .

2- متابعة المناقصات المعلنة في الدول المعنية و تيسير مساهمة الشركات المصرية في تقديم عطاءات فيها و محاولة الحصول علي بيانات عن الشركات المنافسة .

3- تسهيل مهام الوفود المصرية في تسويق منتجاتها في الدول المعنية عن طريق الأعلام بين المستوردين ثم تحديد مواعيد لمقابلتهم و تنفيذ العقود الموقعة خلال الزيارة .

(ج) المساهمة و الإشراف علي المعارض و الأسواق الدولية في الخارج :-

1- امداد الجهات المصرية المعنية بمعلومات حول المعارض و الأسواق الدولية و النوعية المتخصصة و التسهيلات التي تقدمها الدول المختلفة و التي يمكن لمصر الاستفادة من الأشتراك فيها .

2- متابعة تنفيذ الصفقات المبرمة من خلال هذه المعارض و الأسواق الدولية و العمل علي حل المشاكل التي تنجم خلال التنفيذ .

3- العمل علي الحصول علي تسهيلات من حكومات و سلطات الدولة المضيفة لتمويل اشتراك مصر في تلك المعارض و الأسواق الدولية .

(د) حل مشاكل المصدرين و السلع التصديرية في الأسواق الخارجية :-

1- الأشتراك في فحص الرسائل و الشحنات محل الخلاف للتحقق من وجود عيوب أو مخالفات و ضمان عدم تلاعب المنافسين بمصالح الجهة المصدرة .

2- بحث شكاوي المصدرين و العمل علي محاولة التوصل الي حلها .

3- تخفيض الرسوم الجمركية أو ازالة القيود الكمية أو الحصصية و ازالة أية معوقات تحد او تحول دون النفاذ الي السوق أو تنمية صادراتنا من السلع في تلك الأسواق.

4- الأستادة من المزايا المقدمة من المنظمات الاقتصادية الدولية

ويساهم التمثيل التجاري في تمثيل ورعاية مصالح مصر لدى المنظمات الدولية المختلفة عن طريق الإتصال بالجهات المختلفة للتعرف علي اقتراحاتها الخاصة بالسلع التي تهم الصادرات المطلوب اضافتها لقوائم السلع المستفيدة من النظام المعمم في كل الدول .

دور التمثيل التجاري في تنمية صادرات الحاصلات البستانية :

- 1- زيادة و تنوع الصادرات المصرية في الأسواق الخارجية و بخاصة الزروع غير التقليدية عن طريق دراسة الاسواق و حجم الواردات و أهم الدول المستوردة و مواسم الاستيراد و التعريف الجمركية التي تفرضها الدول المختلفة علي هذه الأنواع من الواردات .
- 2- التخطيط الجيد في ضوء دراسة احتياجات الأسواق الخارجية و معرفة الأنواع التي يتزايد عليها الطلب في مواسم معينة و المشاكة في أهم المعارض الدولية التي تقام للتعرف علي اتجاهات الأسواق الخارجية و إقامة علاقات تجارية مع الشركات و المستوردين في مختلف الدول عن طريق تبادل الزيارات و العمل علي تذليل أهم العقبات التي تواجه المصدر المصري لهذه المنتجات و هي تقديم تسهيلات في السداد .
- 3- توفير بيانات التعريف الجمركية في الدول المختلفة و خطط التعديل في هذه التعريف و فقا لاتفاقية منظمة التجارة العالمية .
- 4- تقديم التقارير التسويقية عن الحاصلات البستانية.
- 5- توفير البيانات عن المعارض المتاحة لهذه المنتجات في الدول المختلفة و معاونة الشركات المصرية علي المشاركة فيها لخدمة الأقتصاد المصري .

خامسا : مشاكل تصدير النباتات الطبية و العطرية المصرية

المشكلة	الحل المقترح	الجهة المسؤولة عن الحل
1- ارتفاع نولون الشحن الجوي	حل مشاكل النولون أو دعمه من جهة الدولة	مصر للطيران – النقل البحري – وزارة الاقتصاد
2- محطة الحاويات بالأسكندرية خاصة الشحن قبل دخول الباخرة بـ48 ساعة و هذه لا تصلح مع النباتات الطازجة	لا بد من ايجاد اسلوب مع شركة الأسكندرية للحاويات لتطوير أفكار سياسة الشركة بما يتلائم مع نوعية البضاعة المصدرة	الشركة القابضة للنقل البحري
3- زيادة تكلفة الشحن خاصة بالحاويات الي الأضعاف	قرار وزير النقل البحري السابق اصداره لم ينفذ حتي الآن بخصوص خفض التكلفة	الشركة القابضة للنقل البحري
4- تذبذب المساحات المنزرعة مما يترتب عليه تذبذب الصادرات المصرية	توجيه البرامج الإرشادية من قبل وزارة الزراعة لتخصيص مناطق التصدير و عدم تذبذب المساحات المنزرعة	وزارة الزراعة
5- انحدار السلالات مما اثر علي الكم و النوع مثل الكمون وشيح البابونج والينسون وغيرها	يقوم المصدرين بالتعاون مع وزارة الزراعة باستيراد سلالات جديدة و تقوم وزارة الزراعة بتحسين السلالات المنزرعة	وزارة الزراعة
6- الأثار المتبقية من المبيدات علي النباتات و التربة	علي رجال وزارة الزراعة توعية المزارعين و ارشادهم لتلافي هذه الظاهرة و توفير المبيدات الملائمة	وزارة الزراعة
7- تعقيد إجراءات تصدير العينات والتي تتمثل في : - استيفاء بيانات الاستمارة الجمركية بالمجمع الجمركي - إرفاق الأستمارة بالعيينة و تقديمها للحجر الزراعي ثم تسليمها لمكتب البريد لإرسالها للخارج	تبسيط إجراءات تصدير العينات عن طريق تواجد مندوب الجمارك و مندوب الحجر الزراعي بالمكتب الرئيسي للبريد في فترات العمل الرسمية	مصلحة الجمارك – الحجر الزراعي
8- زيادة قيمة المستلزمات الإنتاجية و التصديرية مما يزيد من التكلفة التصديرية	تخفيض أو اعفاء مستلزمات الإنتاج من الرسوم الجمركية لخلق موقف تنافسي أفضل للسلع المصدرة	وزارة المالية - مصلحة الجمارك
9- تعقيد بعض الإجراءات الجمركية في ميناء الأسكندرية و الدخيلة من حيث تباعد المكاتب المعنية و كثرة التوقيعات المطلوبة	تسهيل إجراءات التصدير في ميناء الأسكندرية و الدخيلة و تجميع مندوبي الهيئات المعنية في مكان واحد واختصار التوقيعات	وزارة المالية - مصلحة الجمارك – هيئة ميناء الأسكندرية
10- التقلبات الحادة في اسعار تكلفة النباتات الطبية و العطرية من موسم لآخر مما يعرض المصدرين لخسائر كبيرة	يتولي صندوق موازنة أسعار الحاصلات الزراعية دعم السلع التي تزيد تكلفتها علي الأسعار العالمية	وزارة الاقتصاد – وزارة الزراعة
11- المغالاة في الضرائب المفروضة و عدم منسبة الضرائب لهامش الربح	تخفيض الضرائب علي المصدرين لتشجيعهم و تحفيزهم علي التصدير أو إقامة نظام لحوافز التصدير	وزارة المالية – وزارة الاقتصاد
12- عدم الأهتمام بالأنشطة التسويقية و الترويجية	بعثات ترويجية ومعارض دولية	مركز تنمية الصادرات المصرية