

بسم الله الرحمن الرحيم

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
2	الباب الاول : المقدمة والاستعراض المرجعي
2	المقدمة
3	مشكلة الدراسة
4	هدف الدراسة
5	الطريقة البحثية
6	مصادر البيانات
6	تنظيم الدراسة
8	الاستعراض المرجعي
44	الباب الثانى : التطور الإنتاجى لحاصلات الخضر و الفاكهة
44	الفصل الاول : الأهمية الاقتصادية للحاصلات البستانية
44	أولاً : الأهمية النسبية لقيمة صادرات الحاصلات البستانية
46	ثانياً : الأهمية النسبية لقيمة انتاج الحاصلات البستانية
49	ثالثاً : الأهمية النسبية لمساحة الحاصلات البستانية
49	أسباب اختيار حاصلات الدراسة
55	الفصل الثانى : التطور الإنتاجى لحاصلات الخضر و الفاكهة فى مصر
رقم الصفحة	الموضوع
55	التطور الإنتاجى لمحصول البطاطس
56	أهم الأصناف المحلية و التصديرية للبطاطس
58	الاهمية النسبية لمساحة و انتاج اهم اصناف البطاطس التصديرية
58	مواسم زراعة البطاطس (العروات الزراعية)
60	تطور المساحة الكلية للبطاطس والأهمية النسبية لعروات الزراعة

64	تطور إجمالي إنتاج البطاطس والأهمية النسبية لعروات الزراعة
68	الأهمية النسبية للمحافظات المنتجة للبطاطس
71	التطور الإنتاجي لمحصول الفاصوليا الخضراء
72	أهم أصناف الفاصوليا الخضراء المزروعة
73	مواسم زراعة الفاصوليا الخضراء (العروات الزراعية)
74	تطور المساحة الكلية المزروعة من الفاصوليا الخضراء والأهمية النسبية لعروات الزراعة
78	تطور الإنتاج الكلي الفاصوليا الخضراء والأهمية النسبية لعروات الزراعة
80	الأهمية النسبية للمحافظات المنتجة للفاصوليا الخضراء
85	التطور الإنتاجي لمحصول البرتقال
85	أهم أصناف البرتقال
88	تطور المساحة الكلية المزروعة بالبرتقال
رقم الصفحة	الموضوع
91	تطور المساحة المثمرة للبرتقال
91	تطور إنتاجية البرتقال
92	تطور إنتاج البرتقال
92	الأهمية النسبية للمحافظات المنتجة للبرتقال
96	التطور الإنتاجي لمحصول العنب
96	أهم أصناف العنب
98	تطور المساحة الكلية المزروعة بالعنب
99	تطور المساحة المثمرة للعنب
99	تطور إنتاجية العنب
101	تطور إنتاج العنب
103	الأهمية النسبية للمحافظات المنتجة للعنب
106	ملخص لأهم ما تضمنه الباب الثاني
109	الباب الثالث: تسويق الخضر و الفاكهة
110	الفصل الأول : تسويق البطاطس و الفاصوليا الخضراء و البرتقال و

111	تسويق البطاطس
111	اولا : تسويق البطاطس محليا
112	الفروق التسويقية
113	الفروق التسويقية وتوزيع جنيه المستهلك للبطاطس
رقم الصفحة	الموضوع
113	ثانيا : تصدير البطاطس
115	العمليات التسويقية التي تجرى على البطاطس المعدة للتصدير
117	المواصفات المطلوبة لتصدير البطاطس
119	الفروق التسويقية للبطاطس المصدرة ونصيب المنتج والمصدر من سعر التصدير
122	تسويق الفاصوليا الخضراء
122	اولا : تسويق الفاصوليا الخضراء محليا
123	الفروق التسويقية وتوزيع جنيه المستهلك للفاصوليا الخضراء
124	ثانيا : تصدير الفاصوليا الخضراء
124	العمليات التسويقية للفاصوليا الخضراء المعدة للتصدير
126	المواصفات المطلوبة لتصدير الفاصوليا الخضراء الرفيعة
127	الفروق التسويقية للفاصوليا الخضراء المصدرة ونصيب المنتج والمصدر من سعر التصدير
127	تسويق البرتقال
127	اولا : تسويق البرتقال محليا
130	الفروق التسويقية وتوزيع جنيه المستهلك للبرتقال
131	ثانيا : تصدير البرتقال
131	العمليات التسويقية للبرتقال المعد للتصدير
132	المواصفات المطلوبة لتصدير البرتقال الطازج
رقم الصفحة	الموضوع
133	الفروق التسويقية للبرتقال المصدرة ونصيب المنتج والمصدر

	من سعر التصدير
134	تسويق العنب
134	أولاً : تسويق العنب محلياً
136	الفروق التسويقية وتوزيع جنيه المستهلك للعنب
137	ثانياً : تصدير العنب
137	العمليات التسويقية للعنب المعد للتصدير
138	المواصفات المطلوبة لتصدير العنب الطازج
139	الفروق التسويقية للعنب المصدر ونصيب المنتج والمصدر من سعر التصدير
141	الفصل الثانى : استراتيجية تنمية الصادرات الزراعية
144	مواصفة الممارسات الزراعية الجيدة GAP
144	تعريف بمواصفة EUREPGAP
146	استراتيجية تطبيق مواصفة EUREPGAP
147	الاستراتيجية المقترحة للتوسع فى الزراعة العضوية المصرية
148	الهيئات والمؤسسات ذات الصلة بتنمية وتطوير الصادرات الزراعية ودورها فى هذا المجال
148	أولاً : الاتحاد العام لمنتجى و مصدرى الحاصلات البستانية
150	ثانياً : الهيئة العامة للرقابة على الصادرات والواردات
رقم الصفحة	الموضوع
152	ثالثاً : البنك المصري لتنمية الصادرات
153	رابعاً : نقطة التجارة الدولية
155	خامساً : جهاز التمثيل التجاري المصري
156	سادساً : صندوق تنمية الصادرات
159	اجراءات صرف مبالغ التعويض
160	أثر برنامج مساندة الصادرات على صادرات حاصلات الدراسة
162	المحددات التى تواجه الصادرات الزراعية بصفة عامة
165	المحددات الرئيسية التى تعوق تنمية صادرات الحاصلات البستانية
168	مقترحات تطوير التسويق المحلى لتنمية الصادرات الزراعية

171	ملخص لأهم ما تضمنه الباب الثالث
175	الباب الرابع : صادرات الخضر و الفاكهة
176	الفصل الأول : الأهمية النسبية لصادرات الخضر و الفاكهة
176	الأهمية النسبية لصادرات البطاطس والفاصوليا الخضراء والبرتقال والعنب
179	تطور صادرات البطاطس
183	التوزيع الجغرافى لصادرات البطاطس
186	موسمية الصادرات
186	الصادرات الشهرية من البطاطس
188	الصادرات الشهرية من البطاطس إلى دول الاتحاد الأوروبى
رقم الصفحة	الموضوع
190	تطور صادرات الفاصوليا الخضراء
195	التوزيع الجغرافى لصادرات الفاصوليا الخضراء
197	الصادرات الشهرية من الفاصوليا الخضراء
197	الصادرات الشهرية من الفاصوليا الخضراء إلى دول الاتحاد الأوروبى
200	تطور صادرات البرتقال
204	التوزيع الجغرافى لصادرات البرتقال
207	الصادرات الشهرية من البرتقال
209	الصادرات الشهرية من البرتقال إلى دول الاتحاد الأوروبى
211	تطور صادرات العنب
216	التوزيع الجغرافى لصادرات العنب الطازج
218	الصادرات الشهرية من العنب الطازج
220	الصادرات الشهرية من العنب لدول الاتحاد الأوروبى
222	الفصل الثانى : مؤشرات الأداء التصديرى لحاصلات الخضر و الفاكهة
223	أولاً : الميزة النسبية الظاهرة
224	الميزة النسبية الظاهرة للبطاطس و الفاصوليا الخضراء و البرتقال و

226	ثانياً : الاستقرار الاقتصادى لصادرات البطاطس والفاصوليا الخضراء والبرتقال والعنب
رقم الصفحة	الموضوع
227	معامل عدم الاستقرار للبطاطس
229	معامل عدم الاستقرار للفاصوليا الخضراء
230	معامل عدم الاستقرار للبرتقال الطازج
232	معامل عدم الاستقرار للعنب الطازج
234	ثالثاً : مؤشرات تنافسية الصادرات
234	التنافسية السعرية
235	معدل اختراق السوق
236	مؤشرات تنافسية صادرات محصول البطاطس
236	1- السوق الايطالى
240	2- السوق اليونانى
243	مؤشرات تنافسية صادرات محصول الفاصوليا الخضراء
243	1- السوق الايطالى
246	2- السوق الهولندى
249	مؤشرات تنافسية صادرات محصول البرتقال
249	1- سوق روسيا الاتحادية
254	2- السوق السعودى
256	مؤشرات تنافسية صادرات محصول العنب
256	1- سوق المملكة المتحدة
261	2- السوق الهولندى
رقم الصفحة	الموضوع
263	رابعاً : إمكانية تنمية صادرات البطاطس والفاصوليا الخضراء والبرتقال والعنب
268	ملخص لأهم ما تضمنه الباب الرابع
275	الباب الخامس : إقتصاديات إنتاج البطاطس و الفاصوليا الخضراء

	و اليرتقال والعنب بعينة الدراسة
276	الفصل الأول : توصيف مجتمع الدراسة واختيار العينة
276	أولاً : مجتمع الدراسة
277	ثانياً : حجم العينة
278	ثالثاً : اختيار محافظات الدراسة الميدانية
283	رابعاً : اختيار المراكز داخل كل محافظة
287	خامساً : اختيار مزارعي عينة الدراسة
289	سادساً : تصميم استمارة الاستبيان واختبارها ميدانياً
291	الفصل الثاني: مؤشرات إنتاج وتسويق حاصلات البطاطس والفاصوليا الخضراء و اليرتقال و العنب بعينة الدراسة
291	أولاً : محصول البطاطس
291	نمط الحيازة السائد بين أفراد العينة
292	الأهمية النسبية لمساحة البطاطس من إجمالي الحيازة
293	المؤشرات الإنتاجية والاقتصادية والتسويقية للبطاطس
293	أولاً : الإنتاج
رقم الصفحة	الموضوع
295	ثانياً : جودة الإنتاج على مستوى المزرعة
296	ثالثاً : المسالك التسويقية لمحصول البطاطس لأفراد عينة الدراسة
298	رابعاً : التكاليف الإنتاجية للبطاطس الصيفي لمزارعي عينة الدراسة
300	خامساً: تقديرات معالم الدالة الإنتاجية لمحصول البطاطس (الدالة الإنتاجية)
303	سادساً : متوسط الإيرادات وصافي عائد فدان البطاطس الصيفي بعينة الدراسة
305	سابعاً : صافي العائد على الجنيه المستثمر
305	ثانياً : محصول الفاصوليا الخضراء
305	نمط الحيازة السائد بين أفراد العينة
305	الأهمية النسبية لمساحة الفاصوليا الخضراء من إجمالي الحيازة
307	أصناف الفاصوليا الخضراء

309	المؤشرات الإنتاجية والاقتصادية والتسويقية للفاصوليا الخضراء
310	أولاً : الإنتاج
310	ثانياً : جودة الإنتاج على مستوى المزرعة
311	ثالثاً : المسالك التسويقية لمحصول الفاصوليا الخضراء لأفراد عينة الدراسة
313	رابعاً : التكاليف الإنتاجية للفاصوليا الخضراء لمزارعي عينة الدراسة
رقم الصفحة	الموضوع
315	خامساً : تقديرات معالم الدالة الإنتاجية لمحصول الفاصوليا الخضراء (الدالة الإنتاجية)
318	سادساً : متوسط الإيرادات وصافي عائد فدان الفاصوليا لمزارعي عينة الدراسة
319	سابعاً : صافي العائد على الجنيه المستثمر
319	ثالثاً : محصول البرتقال
319	نمط الحيازة السائد بين أفراد العينة
320	المؤشرات الإنتاجية والاقتصادية والتسويقية للبرتقال
320	أولاً : الإنتاج
322	ثانياً : جودة الإنتاج على مستوى المزرعة
324	ثالثاً : المسالك التسويقية لمحصول البرتقال لأفراد عينة الدراسة
326	رابعاً : التكاليف الإنتاجية للبرتقال لمزارعي عينة الدراسة
328	خامساً : تقديرات معالم الدالة الإنتاجية لمحصول البرتقال (الدالة الإنتاجية)
330	سادساً : متوسط الإيرادات وصافي عائد فدان البرتقال بعينة الدراسة
331	سابعاً : صافي العائد على الجنيه المستثمر
331	رابعاً : محصول العنب
331	نمط الحيازة السائد بين أفراد العينة
332	المؤشرات الإنتاجية والاقتصادية والتسويقية للعنب
رقم الصفحة	الموضوع

332	أولاً : الإنتاج
335	ثانياً : جودة الإنتاج على مستوى المزرعة
335	ثالثاً : المسالك التسويقية لمحصول العنب لأفراد عينة الدراسة
338	رابعاً : التكاليف الإنتاجية للعنب لمزارعي عينة الدراسة
340	خامساً : تقديرات معالم الدالة الإنتاجية لمحصول العنب (الدالة الإنتاجية)
342	سادساً : متوسط الإيرادات وصافي عائد فدان العنب بعينة الدراسة
342	سابعاً : صافي العائد على الجنيه المستثمر
343	الفصل الثالث : مشكلات مزارعي العينة وأراءهم ومقترحاتهم لسبل حلها
343	أولاً : أهم المشكلات التي تواجه مزارعي البطاطس الصيفي بعينة الدراسة
346	أراء ومقترحات مزارعي البطاطس الصيفي بعينة الدراسة للتغلب على مشاكلهم الإنتاجية و التسويقية
349	ثانياً : أهم المشكلات التي تواجه مزارعي الفاصوليا الخضراء الشتوي بعينة الدراسة
352	أراء ومقترحات مزارعي الفاصوليا الخضراء بعينة الدراسة للتغلب على مشاكلهم الإنتاجية و التسويقية
354	ثالثاً : أهم المشكلات التي تواجه مزارعي البرتقال بعينة الدراسة
رقم الصفحة	الموضوع
357	أراء ومقترحات مزارعي البرتقال بعينة الدراسة للتغلب على مشاكلهم الإنتاجية و التسويقية
360	رابعاً : أهم المشكلات التي تواجه مزارعي العنب بعينة الدراسة
363	أراء ومقترحات مزارعي العنب بعينة الدراسة للتغلب على مشاكلهم الإنتاجية و التسويقية
366	الفصل الرابع : أراء ومقترحات بعض مصدري الحاصلات البستانية حول مشاكل ومعوقات تصدير الحاصلات البستانية ومقترحاتهم نحو سبل حلها

367	1- أهم الأصناف التي يتم تصديرها والميعاد المناسب للتصدير
369	2- أسباب التخصص في تصدير أكثر من منتج
369	3- كيفية تحديد أسواق التصدير
370	4- مصادر الحصول على معلومات عن الأسواق الخارجية
370	5- مصادر توفير احتياجات الشركة من السلع المصدرة
371	6- مشاكل متعلقة بالإنتاج التصديري
371	7- مشاكل متعلقة بتوفير الكميات المتعاقد عليها من المحصول التصديري
372	8- مشاكل متعلقة بخدمات التخزين
372	9- مشاكل متعلقة بالعبوات والتعبئة
372	10- مشاكل متعلقة بالحجر الزراعي (جهات الرقابة والتفتيش)
372	11- مشاكل متعلقة بفراغات الشحن
رقم الصفحة	الموضوع
373	12- مشاكل متعلقة بخدمات التأمين
374	13- تكاليف التصدير
374	ملخص لأهم ما تضمنه الباب الخامس
379	الملخص و التوصيات
406	الملاحق
418	المراجع باللغة العربية
421	المراجع باللغة الانجليزية
	الملخص باللغة الانجليزية

الملخص

تعد قضية تنمية الصادرات الزراعية المصرية من القضايا المصرية التي توليها الدولة اهتماماً كبيراً باعتبارها ركيزة التنمية الاقتصادية المستدامة ، حيث تعتبر الصادرات الزراعية من المصادر الرئيسية للدخل القومي ، ونظراً لأهمية ما تمثله الحاصلات البستانية من إجمالي قيمة الصادرات الزراعية المصرية فقد تناولت الدراسة اقتصاديات إنتاج وتسويق الحاصلات البستانية بهدف التصدير، وذلك للتعرف على المشاكل و المعوقات التي تحول دون زيادة صادرات الحاصلات البستانية رغم ما تتمتع به مصر من ميزه نسبية كبيرة فى إنتاج الكثير من الحاصلات البستانية .

وتنحصر مشكلة الدراسة فى أنه على الرغم من التزايد الملحوظ فى مساحة وإنتاجية و إنتاج الحاصلات البستانية فى السنوات الأخيرة ، إلا أن الصادرات المصرية من تلك الحاصلات تعاني من التذبذب وعدم الاستقرار سواء فى كمية الصادرات أو قيمتها ، كما يعتبر حجم صادراتها ضئيلاً مقارنة بحجم إنتاجها .

تهدف الدراسة إلى التعرف على أهم العوامل المؤثرة على اقتصاديات إنتاج وتسويق حاصلات الدراسة بغرض التصدير، وذلك من خلال دراسة تطور مستوى الإنتاج المحلى والكفاءة التسويقية والتعرف على إمكانية تنمية هذه الصادرات وسبل التغلب على المشاكل والعقبات التي تعوق برامج وخطط النهوض بتصدير هذه الحاصلات .

وقد اعتمدت الدراسة على البيانات الثانوية المنشورة والغير منشورة الصادرة عن الجهات المعنية إلى جانب الدراسات والبحوث ذات الصلة ، هذا بالإضافة إلى بيانات قطاعية تم تجميعها عن طريق استمارة استبيان ، وقد استخدم فى الدراسة بعض الأساليب الإحصائية الوصفية وطرق التحليل الكمي اللازمة كل حسب طبيعة البيان والهدف من التحليل .

وقد اشتملت الدراسة على خمسة أبواب رئيسية بالإضافة إلى الملخص باللغتين العربية والإنجليزية ، تناول الباب الأول المقدمة و التعريف بمشكلة الدراسة والهدف منها و الطريقة البحثية ومصادر البيانات بالإضافة إلى الاستعراض المرجعي للدراسات والبحوث السابقة ، و الباب الثانى تناول فى الفصل الاول منه الاهمية النسبية لحاصلات الدراسة واسباب اختيارها ، وتناول الفصل الثانى التطور الانتاجى للحاصلات موضع الدراسة ، أما الباب الثالث فقد تضمن فصلين تناول الفصل الأول تسويق حاصلات الدراسة محلياً وبغرض التصدير ، فى حين تناول الفصل الثانى استراتيجية تنمية الصادرات الزراعية والدور الذى تقوم به الهيئات و

تبين من دراسة الاستعراض المرجعي

محدودية الدراسات التي تناولت الإنتاج بهدف التصدير ، وأن معظم هذه الدراسات تناولت الجوانب المتعلقة بتصدير فائض الاستهلاك المحلى من الحاصلات البستانية ، بالإضافة الى أن غالبية تلك الدراسات تناولت المشاكل المتعلقة بالتصدير من جانب التسويق الخارجى فقط دون أن تربط بينها وبين مشاكل الإنتاج و التسويق المحلى باعتبارها مجموعة من المشاكل المتداخلة معا والتي يجب التعامل معها كوحدة واحدة من اجل النهوض بالصادرات الزراعية و البستانية المصرية .

وتشير نتائج الباب الثانى

الى انه قد تم اختيار محاصيل البطاطس و الفاصوليا الخضراء و البرتقال و العنب كنموذج للحاصلات البستانية وفقا لمجموعة من الأسس و المعايير من بينها الأهمية النسبية المساحية وأهميتها من حيث قيمة صادراتها و ارتفاع ميزتها النسبية ، هذا بالإضافة لتمتع تلك المحاصيل بمزايا خاصة فى اتفاقية المشاركة المصرية الأوروبية .

وأشارت النتائج الى أن محصول البطاطس يأتى فى المرتبة الأولى بين محاصيل الخضر التصديرية بأهمية نسبية بلغت نحو 45.36% من اجمالى قيمة صادرات الخضر مقدرة بالاسعار الحقيقية كمتوسط للفترة (2001-2005) ، ويحتل المرتبة الثانية من حيث اجمالى مساحة الخضر بأهمية نسبية مقدارها 13.8 % كمتوسط لنفس الفترة ، وتأتى العروة الصيفية فى مقدمة عروات البطاطس الثلاث من حيث المساحة و الإنتاج بأهمية نسبية مقدارها 37.7 % ، 41.1 % على الترتيب كمتوسط للفترة (1990-2005) ، تليها كل من العروة النيلية ثم الشتوى ، وقد أشارت الدراسة إلى تعدد وتنوع أصناف البطاطس التى يتم زراعتها فى مصر سواء للتسويق المحلى أو للتصدير ويأتى فى مقدمة هذه الأصناف الصنف

أما بالنسبة لمحصول الفاصوليا الخضراء فقد بلغت أهمية النسبية نحو 2.92% من اجمالى قيمة صادرات الخضر مقدرة بالاسعار الحقيقية كمتوسط للفترة (2005-2001) ، وتمثل مساحة الفاصوليا الخضراء 3.34 % من اجمالى مساحة الخضر كمتوسط لنفس الفترة ، وتعتبر العروة الصيفى هى العروة الرئيسية للفاصوليا الخضراء من حيث المساحة و الإنتاج حيث تمثل هذه العروة نحو 42 % من اجمالى مساحة الفاصوليا الخضراء كمتوسط للفترة (2005-1990) ، تليها العروة الشتوى ثم العروة النبلى ، كما أشارت الدراسة الى تنوع وتعدد أصناف الفاصوليا الخضراء وفقا للغرض من زراعتها سواء للتسويق المحلى أو للتصدير ومن أهم أصناف الفاصوليا الخضراء التى يتم زراعتها فى مصر بغرض التصدير أصناف بوليستا ، نارينا ، جيزة3 ، فلكسو ، جيزة4 ، وتشير النتائج إلى أن ما يقرب من 39.76 % من المساحة المنزرعة بالفاصوليا الخضراء والمقدرة بنحو 54.8 الف فدان تتركز بمحافظات الوجه البحرى وذلك كمتوسط للفترة (2005-2001) ، كما تشير بيانات نفس الجدول إلى أن ما يقرب من 28.41% من المساحات المزروعة بالفاصوليا الخضراء خلال تلك الفترة تتركز خارج الوادى ، أما بالنسبة لأهم المحافظات فتأتى منطقة النوبارية فى المرتبة الأولى بأهمية نسبية مساحية مقدارها 28.29% ، يليها كل من محافظات الجيزة ، الاسماعيلية ، البحيرة ثم الاسكندرية ، أما بالنسبة لأهم المحافظات إنتاجاً للفاصوليا الخضراء فتأتى محافظة الجيزة فى المرتبة الأولى بين محافظات الجمهورية وذلك بأهمية نسبية مقدارها 36.37% يليها كل من منطقة النوبارية ثم محافظات الاسماعيلية ، الاسكندرية ثم البحيرة .

أما بالنسبة لمحصول البرتقال فإنه يحتل المرتبة الاولى من قيمة صادرات الفاكهة مقدرة بالاسعار الحقيقية وذلك بأهمية نسبية مقدارها 72.02 % كمتوسط للفترة (2005-2001) ، كما أوضحت الدراسة أن الصنف برتقال ابو سره يأتى فى مقدمة أصناف البرتقال التى يتم زراعتها فى مصر من حيث المساحة المثمرة حيث تمثل مساحته 55.2 % من اجمالى مساحة البرتقال المثمرة كمتوسط لنفس الفترة يليه كلا من الفالانشيا الصيفى ، البلدى طعم ، السكرى ، البلدى بذرة ، كما تشير الدراسة إلى ان ما يقرب من 70.4 % من اجمالى المساحة المثمرة للبرتقال تتركز زراعتها فى الوجه البحرى ، وأن نحو 19.9 % من مساحة البرتقال المثمرة

أما بالنسبة لمحصول العنب فإنه يحتل المرتبة الثانية من قيمة صادرات الفاكهة مقدرة بالأسعار الحقيقية وذلك بأهمية نسبية مقدارها 9.2% كمتوسط للفترة (2001-2005) ، وتشير النتائج إلى أن أهم أصناف العنب التصديرية التي يتم زراعتها في مصر هي الأصناف اللابذرية مثل السويبيوريور ، إيرلي سويبيوريور ، فيلام سيدلس ، طومسون سيدلس (بناتي) ، كما تشير الدراسة إلى أن ما يقرب من 54.3% من إجمالي المساحة المثمرة للعنب تتركز زراعتها خارج الوادي ، وأن ما يقرب من 22.7% من إجمالي مساحة العنب المثمرة تتركز زراعتها بالوجه البحري وذلك كمتوسط لنفس الفترة ، وتأتي منطقة النوبارية في مقدمة مناطق الجمهورية من حيث المساحة المثمرة للعنب وذلك بأهمية نسبية تقدر بنحو 51.4% من إجمالي مساحة العنب المثمرة على مستوى الجمهورية كمتوسط لنفس الفترة تليها كل من المنيا ، الغربية ثم الدقهلية ، وبدراسة الأهمية النسبية لمحافظة الجمهورية المنتجة للعنب يتضح أن منطقة النوبارية تأتي في المرتبة الأولى بأهمية نسبية تبلغ نحو 59.21% من إجمالي إنتاج الجمهورية من العنب كمتوسط لتلك الفترة ، تليها كل من محافظات المنيا ، الغربية ، الجيزة ثم الدقهلية كمتوسط للفترة (2001-2005) .

وتشير نتائج الباب الثالث

الى انه قد تم تقدير الفروق التسويقية لحاصلات الدراسة حيث بلغت نحو 67.4 ، 113.7 ، 49.7 ، 77.0 قرش/كجم على الترتيب لكل من البطاطس ، الفاصوليا الخضراء ، البرتقال ، العنب ، وقد تبين ان جملة هذه الفروق التسويقية تمثل 54.8% ، 67% ، 35.4% ، 33.9% من متوسط سعر التجزئة و الذي بلغ حوالي 123.0 ، 169.7 ، 140.2 ، 227 قرش/كجم على الترتيب وذلك كمتوسط للفترة (2001-2005) ، وبتقدير توزيع جنية المستهلك تبين أن نصيب كلا من المنتج ، تاجر الجملة ، وتاجر التجزئة قد بلغ نحو 45.9% ، 27.5% ، 26.6% على الترتيب لمحصول البطاطس ، ونحو 33% ، 41.2% ، 25.8% على الترتيب لمحصول الفاصوليا الخضراء ، ونحو 65.2% ، 8.2% ، 26.6% على الترتيب لمحصول البرتقال ، ونحو 65.8% ، 8.5% ، 25.7% على الترتيب لمحصول العنب كمتوسط للفترة (2001-2005) .

وقد أوضحت الدراسة الفروق التسويقية ونصيب كلا من المنتج و المصدر من سعر التصدير لمحاصيل الدراسة وقد بلغ نصيب المنتج و المصدر من سعر تصدير البطاطس نحو 83.7% ، 16.3% على الترتيب كمتوسط للفترة (2001-2005) ، بينما بلغ نصيب المنتج و المصدر من سعر تصدير الفاصوليا الخضراء نحو 35.0% ، 65.0% على الترتيب من سعر التصدير كمتوسط لنفس الفترة ، ويعزى ارتفاع نصيب شركات التصدير من سعر تصدير محصول الفاصوليا نتيجة لما تقوم به من خدمات انتاجية وتسويقية لانتاج فاصوليا التصدير. بالنسبة للبرتقال فقد أوضحت الدراسة انخفاض نصيب المنتج من سعر التصدير فى حين ارتفع نصيب شركات التصدير وقد بلغ نصيب المنتج و المصدر من سعر تصدير البرتقال نحو 73.9% ، 26.1% على الترتيب من سعر التصدير كمتوسط لنفس الفترة . و فيما يتعلق بمحصول العنب فقد أشارت الدراسة إلى أن نصيب المنتج و المصدر من سعر تصدير العنب قد بلغ نحو 77.4% ، 22.6% على الترتيب من سعر التصدير كمتوسط لنفس الفترة ، ويرجع التحسن فى نصيب شركات التصدير من سعر تصدير العنب فى السنوات الأخيرة نتيجة لتحسن أسعار تصدير العنب بالإضافة إلى تزايد الكميات المصدرة .

أما فيما يتعلق بتطبيق برامج مساندة الصادرات و أثره على كمية وقيمة صادرات محاصيل الدراسة أشارت النتائج الى ان البطاطس و الفاصوليا الخضراء و البرتقال و العنب قد زادت قيمة صادراتها عام 2004 بنسبة بلغت 254.7% ، 153.6% ، 104.5% ، 1175% على الترتيب عما كانت عليه عام 2001 قبل تطبيق برامج مساندة الصادرات .

وتشير نتائج الباب الرابع

الى أن قيمة الصادرات الزراعية المصرية من الخضر و الفاكهة تمثل نحو 14.9% ، 8.9% من إجمالي قيمة الصادرات الزراعية و البالغة نحو 3049.6 مليون جنيه مقدرة بالاسعار الحقيقية كمتوسط للفترة (2001-2005) ، وأن قيمة صادرات حاصلات الدراسة مجتمعة تمثل ما يقرب من 62.1% من إجمالي قيمة الصادرات الكلية للخضر و الفاكهة كمتوسط لنفس الفترة .

كما أوضحت النتائج أن كمية الصادرات المصرية من البطاطس قد بلغت 390.3 ألف طن عام 2005 وهذه الكمية تمثل 14.1% من إجمالي الإنتاج الموجه للتصدير فى ذلك العام ، كما أشارت النتائج إلى أن أسواق الاتحاد الاوروبى تعتبر أهم الأسواق العالمية المستوردة للبطاطس المصرية حيث تستحوذ على 71.4% من إجمالي الصادرات المصرية من البطاطس و البالغة نحو 296.2 ألف طن كمتوسط للفترة (2001-2005) تليها أسواق الدول العربية بأهمية نسبية مقدارها 18.8% . وتأتى اليونان فى مقدمة الدول المستوردة للبطاطس المصرية حيث تستحوذ على 21.2% من إجمالي صادرات مصر من البطاطس تليها كل من

أما بالنسبة لمحصول الفاصوليا الخضراء فقد أشارت النتائج إلى التزايد الملحوظ في حجم الصادرات المصرية من الفاصوليا الخضراء حيث بلغت 10.8 ألف طن عام 2005 تمثل 15.3% من إجمالي الإنتاج الموجه للتصدير في ذلك العام بنسبة زيادة قدرت بنحو 99.9% عما كانت عليه كمية الصادرات المصرية من الفاصوليا الخضراء عام 1991 ، وقد تبين أن أهم الأسواق العالمية المستوردة للفاصوليا الخضراء المصرية هي أسواق الاتحاد الأوروى حيث تمثل وارداتها 72.5% من إجمالي الصادرات المصرية من الفاصوليا الخضراء المصرية والبالغة نحو 8116.1 طن كمتوسط للفترة (2001-2005) تليها أسواق الدول العربية بأهمية نسبية مقدارها 17.8% مما يشير إلى أن هناك فرص تصديرية متاحة للأسواق الأخرى خارج نطاق دول الاتحاد الأوروى ، وتأتى إيطاليا فى مقدمة الدول المستوردة للفاصوليا الخضراء المصرية حيث تستحوذ على 38.1% من إجمالي صادرات مصر من الفاصوليا الخضراء تليها كل من هولند ، ألمانيا ثم المملكة المتحدة بأهمية نسبية مقدارها 9.35% ، 8.11% ، 7.23% على الترتيب ، هذا وقد أشارت الدراسة إلى أن أفضل الفترات التصديرية هي الفترة من نوفمبر حتى مايو حيث تغطى نحو 75.3% من إجمالي الصادرات المصرية من الفاصوليا الخضراء والبالغة نحو 8493.5 طن كمتوسط للفترة (2003-2005) ، كما أوضحت الدراسة ان حجم الصادرات المصرية لدول الاتحاد الأوروى لم يغطى الحصة المسموح بتصديرها بموجب اتفاق المشاركة المصرية الأوروية والمعفاة من الرسوم الجمركية حيث بلغت نسبة التغطية 48.55% من الحصة المسموح بها عام 2005 ، الامر الذى يدعو لبذل مزيد من الجهد للتنسيق بين المصدرين و المنتجين و جهاز الارشاد الزراعى لتوعية المنتجين بالاصناف التصديرية ومواصفات الجودة المطلوبة الى جانب التوسع فى زراعة اصناف الفاصوليا الخضراء التصديرية فى الاراضى الجديدة .

أما بالنسبة لمحصول البرتقال فقد أوضحت النتائج تذبذب الكميات المصدرة من البرتقال الطازج خلال الفترة (1991-2005) ، حيث بلغ الحد الأعلى للكميات المصدرة من البرتقال المصرى نحو 257.9 ألف طن وذلك عام 2001 تمثل

أما بالنسبة لمحصول العنب فقد أوضحت النتائج ان الصادرات المصرية من العنب الطازج عانت من تذبذب كبير فى الكميات المصدرة من سنة لأخرى خلال الفترة (1991-2005) وعلى الرغم من وجود تحسن نسبي فى كمية الصادرات من العنب الطازج خلال السنوات الخمس الأخيرة الا ان نسبة ما تمثله تلك الكميات من حجم إنتاج اصناف العنب التصديرية يعتبر ضئيل للغاية ، فقد تراوحت كمية الصادرات المصرية من العنب ما بين حد أدنى بلغ نحو 473.1 طن عام 1991 تمثل نحو 0.16 % من إنتاج أصناف العنب التصديرية فى تلك السنة ، وحد أقصى صادرات العنب الطازج بلغ نحو 24602 طن عام 2005 بما يعادل 2.47% من إنتاج أصناف العنب التصديرية فى تلك السنة ، وبمتوسط عام بنحو 4657.6 طن وبما لا يتعدى 0.7 % فقط من حجم إنتاج أصناف العنب التى يتم تصديرها خلال تلك الفترة ، كما أشارت النتائج إلى أن أهم الأسواق العالمية المستوردة للعنب المصرى الطازج هى أسواق دول الاتحاد الاوروبى والتى تستورد ما يقرب من 83.3% من إجمالي صادرات العنب والبالغة نحو 11.39 ألف طن كمتوسط للفترة (2001-2005) ، تليها أسواق الدول العربية بأهمية نسبية مقدارها 9.7% . وتأتى المملكة المتحدة فى مقدمة الدول المستوردة للعنب

وفيما يتعلق بمؤشرات الاداء التصديري لحاصلات الدراسة من الخضر و الفاكهه فقد اشارت النتائج الى ارتفاع الميزة النسبية الظاهرة لمحاصيل الدراسة حيث بلغ المؤشر لمحاصيل الدراسة البطاطس ، الفاصوليا الخضراء ، البرتقال ، العنب نحو 16.5 ، 5.9 ، 11.2 ، 1.1 على الترتيب كمتوسط للفترة (1999-2005) ، وبدراسة معامل عدم الاستقرار لكل من كمية الانتاج الصالح للتصدير وكمية الصادرات وسعر وقيمة التصدير لمحاصيل الدراسة وجد انها جميعا تعاني من عدم استقرار فى معظم سنوات الدراسة وكمتوسط لفترة الدراسة (1999-2005) الامر الذى يدعو لبذل جهد اكبر فى تخصيص مساحات للانتاج المخصص للتصدير لضمان استقرار الكميات المنتجة للتصدير فى السنوات القادمة ، الى جانب السعى للتوسع فى فتح اسواق خارجية جديدة فى الاسواق الاسيوية و الافريقية و الامريكية ، وبدراسة التنافسية السعرية لصادرات محاصيل الدراسة داخل اهم اسواقها التصديرية اوضحت النتائج أنه بالنسبة لمحصول البطاطس فإن الوضع التنافسى السعرى للبطاطس المصرية فى سوق ايطاليا ضعيف للغاية حيث قدرت الـ (R_{AJ}) بنحو 0.02 وانه ينافسنا فية المانيا وفرنسا كما ان معدل اختراق هذا السوق ضعيف ولم يتجاوز الـ 0.250 ، كما اشارت النتائج ان الوضع التنافسى السعرى لمحصول البطاطس المصرية فى سوق اليونان يعد ضعيفا ايضا حيث قدرت الـ (R_{AJ}) بنحو 0.45 وانه ينافسنا فية تركيا و المانيا وفرنسا كما ان معدل اختراق هذا السوق ضعيف للغاية ولم يتجاوز الـ 0.205

أما بالنسبة لمحصول الفاصوليا الخضراء فتشير النتائج إلى أن الوضع التنافسى السعرى هو الاعلى فى السوق الهولندى و الايطالى مقارنة بالدول المنافسة

وفيما يتعلق بمحصول البرتقال فقد أوضحت النتائج أن الوضع التنافسي السعري للبرتقال المصري يعد جيدا في سوق روسيا الاتحادية حيث قدرت الـ(RAJ) بنحو 0.723 لا ينافسنا فيه الا البرتقال التركي ، بينما لا يحظى البرتقال المصري بميزة تنافسية سعريه في السوق السعودي حيث قدرت الـ(RAJ) بنحو 0.083 وينافسنا فيه البرتقال اللبناني ، أما بالنسبة لمؤشر معدل الاختراق فهو مرتفع عن الواحد الصحيح في كلا السوقين الامر الذي يشير الى وجود فرصة لزيادة صادرات البرتقال لكلا السوقين مستقبلا .

وفيما يتعلق بمحصول العنب فقد أوضحت النتائج أن الوضع التنافسي السعري للعنب المصري لا يحظى بأى ميزة سعرية في السوق الهولندي حيث قدرت الـ(RAJ) بصفر وانه ينافسنا فيه ايطاليا ومانيا و اليونان ، بينما تشير النتائج الى ان الوضع التنافسي السعري لمحصول العنب داخل سوق المملكة المتحدة يعد جيدا حيث قدرت الـ(RAJ) بنحو 0.781 وينافسنا في السوق شيلي واسبانيا ، كما أوضحت النتائج أن مؤشر معدل اختراق العنب في كلا السوقين مرتفع عن الواحد الصحيح الامر الذي يشير الى اتساع السوقين وقدرتهم على استيعاب كميات اكبر من صادرات العنب مما يستلزم ضرورة العمل دراسة هذين السوقين لزيادة حجم الصادرات المصرية من العنب الطازج اليهما .

كما اشارت النتائج الى إمكانية تنمية صادرات محاصيل الخضر والفاكهة موضع الدراسة ، حيث أوضحت النتائج أنه يمكن زيادة الكميات المصدرة من كل من البطاطس ، الفاصوليا الخضراء ، البرتقال ، العنب بكميات إضافية تمثل نحو 43% ، 50% ، 39% ، 231% على الترتيب من متوسط الكميات التي تم تصديرها خلال الفترة (1995-2005) ، وأن هذه الكميات المقترحة تصديرها من تلك المحاصيل تمثل 25% ، 14% ، 18.3% ، 2.6% على الترتيب من حجم الإنتاج التصديري كمتوسط لنفس الفترة ، كما أوضحت الدراسة أن تلك النسب من الإنتاج قد تم تجاوزها بالفعل في بعض السنوات خاصة لمحصولي البطاطس والبرتقال الأمر الذي يتطلب استمرار البحث والدراسة لتنمية الأسواق التصديرية

وتشير نتائج الباب الخامس

انه بالنسبة لمحصول البطاطس فإن غالبية مزارعى عينة الدراسة يمتلكون الأراضى التى يزرعونها ، وأن مساحة البطاطس تمثل نحو 62.5% ، 43.1% من إجمالى الحيازة لكل من الزراعة لغرض التصدير والزراعة للسوق المحلى على الترتيب ، كما بلغ متوسط إنتاجية الفدان 11.8 ، 10.76 طن/فدان لكلا الفئتين على الترتيب ، وقد تبين وجود فرق معنوى مؤكد إحصائيا بين متوسطى مساحة البطاطس لفئتى العينة مما يعنى تأثير الغرض من الزراعة على حجم المساحة التى يتم زراعتها بالمحصول .

كما اشارت النتائج الى أنه بالنسبة للزراعة من أجل التصدير فإن 57.2% من الإنتاج يتم توجيهه لشركات التصدير أو وكلائهم ، فى حين أنه فى حالة الزراعة للسوق المحلى فيتم توجيهه 65% من الإنتاج لأسواق الجملة و 13.6% فقط يتم شرائه من قبل شركات التصدير أو وكلائهم . وانه قد بلغ متوسط التكاليف الإنتاجية للفدان للزراعة لغرض التصدير نحو 6021 جنيه فى حين بلغت نحو 4263 جنيه فى حالة الزراعة للسوق المحلى ، وقد تبين وجود فرق معنوى مؤكد إحصائيا بين متوسطى تكاليف إنتاج فدان البطاطس لفئتى العينة .

كما أوضحت النتائج أن أهم المتغيرات الكمية تأثرت على إنتاجية فدان البطاطس لغرض التصدير هى " التقاوى ، السماد الأزوتى ، الأسمدة الفوسفاتية ، العمل البشرى ، عدد ساعات العمل الآلى " ، وقد قدرت المرونة الإجمالية بحوالى 0.079 ، أما بالنسبة للزراعة للسوق المحلى فقد تبين أن أهم المتغيرات المؤثرة على إنتاجية الفدان هى " السماد العضوى ، السماد الأزوتى ، كمية الأسمدة البوتاسيه ، كمية العمل البشرى " ، وتقدر المرونة الإجمالية بنحو - 0.103 ، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أنه بالرغم من ارتفاع تكاليف إنتاج الزراعة لغرض التصدير فإنها تحقق صافى عائد للفدان يفوق نظيره فى الزراعة للسوق المحلى .

و بالنسبة لمحصول الفاصوليا الخضراء فقد أشارت النتائج الى أن غالبية مزارعى عينة الدراسة يمتلكون الأراضى التى يزرعونها ، وأن مساحة الفاصوليا الخضراء تمثل نحو 44.5% ، 22.7% من إجمالى الحيازة لكل من الزراعة لغرض التصدير والزراعة للسوق المحلى على الترتيب ، كما بلغ متوسط إنتاجية الفدان 3.91 ، 4.93 طن/فدان لكلا الفئتين على الترتيب ، وقد تبين وجود فرق معنوى مؤكد إحصائيا بين متوسطى مساحة الفاصوليا الخضراء لفئتى العينة .

كما أوضحت النتائج أنه بالنسبة للزراعة من أجل التصدير فإن 81.8% من الإنتاج الصالح للتسويق يتم توجيهه لشركات التصدير أو وكلائهم ، فى حين أنه

كما أوضحت النتائج أن أهم المتغيرات الكمية تأثيراً على إنتاجية فدان الفاصوليا الخضراء لغرض التصدير هي " كمسة السماد الأزوتى ، كمية الأسمدة البوتاسية ، كمية المبيدات " ، وقد قدرت المرونة الإجمالية بحوالى - 2.342 ، أما بالنسبة للزراعة للسوق المحلى فقد تبين أن أهم المتغيرات المؤثرة على إنتاجية الفدان هي " كمية السماد الأزوتى ، كمية المبيدات المستخدمة ، كمية العمل البشرى " ، وتقدر المرونة الإجمالية بنحو - 0.902 ، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أنه بالرغم من ارتفاع تكاليف إنتاج الزراعة لغرض التصدير فإنها تحقق صافى عائد للفدان يفوق نظيره فى الزراعة للسوق المحلى .

وقد أشارت النتائج انه بالنسبة لمحصول البرتقال فان جميع مزارعى عينة الدراسة يمتلكون الأراضى التى يزرعونها ، وأن متوسط إنتاجية الفدان 9.12 ، 8.37 طن/فدان لكل من منتجى البرتقال لغرض التصدير ومنتجى البرتقال للسوق المحلى على الترتيب .

كما أوضحت النتائج أنه بالنسبة للزراعة من أجل التصدير فإن 58.4 % من الإنتاج الصالح للتسويق يتم توجيهه لشركات التصدير أو وكلائهم ، فى حين أنه فى حالة الزراعة للسوق المحلى فيتم توجيه 46.7% من الإنتاج لأسواق الجملة و 22.3% لشركات التصدير أو وكلائهم . بلغ متوسط التكاليف الإنتاجية للفدان للزراعة لغرض التصدير نحو 4436 جنيه فى حين بلغت نحو 3728.9 جنيه فى حالة الزراعة للسوق المحلى ، وقد تبين وجود فرق معنوى مؤكد إحصائياً بين متوسطى تكاليف إنتاج فدان البرتقال بين فئتى العينة .

كما أوضحت النتائج أن أهم المتغيرات الكمية تأثيراً على إنتاجية فدان البرتقال لغرض التصدير هي " كمية المبيدات ، كمية العمل البشرى " ، وقد قدرت المرونة الإجمالية بحوالى 0.19 ، أما بالنسبة للزراعة للسوق المحلى فقد تبين أن أهم المتغيرات المؤثرة على إنتاجية الفدان هي " كمية المبيدات ، كمية العمل البشرى " وتقدر المرونة الإجمالية بنحو - 0.127 ، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أنه بالرغم من ارتفاع تكاليف إنتاج الزراعة لغرض التصدير فإنها تحقق صافى عائد للفدان يفوق نظيره فى الزراعة للسوق المحلى.

أما بالنسبة لمحصول العنب فقد أشارت النتائج أن جميع مزارعى عينة الدراسة يمتلكون الأراضى التى يزرعونها ، وأن متوسط إنتاجية الفدان 10.41 ،

كما أوضحت النتائج أنه بالنسبة للزراعة من أجل التصدير فإن 17.1 % من الإنتاج الصالح للتسويق يتم توجيهه لشركات التصدير أو وكلائهم ، فى حين أنه فى حالة الزراعة للسوق المحلى فىتم توجيهه 43.2% من الإنتاج لأسواق الجملة ونحو 5.6% فقط لشركات التصدير أو وكلائهم . وقد بلغ متوسط التكاليف الإنتاجية للقدان للزراعة لغرض التصدير نحو 5319 جنيهه فى حين بلغت نحو 4261.6 جنيهه فى حالة الزراعة للسوق المحلى ، وقد تبين وجود فرق معنوى مؤكد إحصائيا بين متوسطى تكاليف إنتاج قدان العنب لفتنى العينة .

كما أوضحت النتائج أن أهم المتغيرات الكمية تأثرا على إنتاجية قدان العنب لغرض التصدير هى " كمية العمل البشرى " وقد بلغت قيمة المرونه الإنتاجية 0.402 ، أما بالنسبة للزراعة للسوق المحلى فقد تبين أن أهم المتغيرات المؤثرة على إنتاجية القدان هى " كمية العمل البشرى " وقد بلغت قيمة المرونه الإنتاجية 0.328 وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أنه بالرغم من ارتفاع تكاليف إنتاج الزراعة لغرض التصدير فإنها تحقق صافى عائد للقدان يفوق نظيره فى الزراعة للسوق المحلى .

وفىما يتعلق بالمشاكل التى تواجه مزارعى البطاطس لغرض التصدير فتأتى فى مقدمتها ارتفاع تكاليف عناصر الإنتاج تليها كل من عدم توفر تقاوى من مصادر موثوق بها ، عدم توفر العمالة المتخصصة ، بينما أهم المشاكل الإنتاجية التى تواجه منتجى البطاطس للسوق المحلى هى ارتفاع تكاليف عناصر الإنتاج ، عدم توافر التمويل ، عدم توفر تقاوى من مصادر موثوق بها .

أما بالنسبة للمشاكل التسويقية التى تواجه منتجى البطاطس لغرض التصدير فأتى فى مقدمتها القرار الخاص بجعل التصدير قاصرا على كبار المنتجين يليه فى الترتيب عدم وجود جمعيات لتصدير المحصول بمناطق الإنتاج ، عدم وجود محطات لتجهيز المحصول ، عدم توفر المعلومات التسويقية عن متطلبات التصدير ، بينما يرى منتجى البطاطس لغرض التسويق المحلى أن أهم مشاكلهم التسويقية هى انخفاض أسعار البيع بالسوق المحلى يليها تحكم التجار فى أسعار البيع ، عدم توفر المعلومات التسويقية عن متطلبات التصدير ، بعد الأسواق عن مناطق الإنتاج .

أما بالنسبة لمقترحات أفراد عينة الدراسة لحل المشاكل التى تواجههم فقد أظهرت النتائج أن مزارعى البطاطس لغرض التصدير يقترحون حل مشاكلهم الإنتاجية توفير مستلزمات الإنتاج بأسعار مناسبة ، عمل دورات إرشادية لتوفير العمالة المدربة ، توفير مصادر تمويل مناسبة بالإضافة إلى توفير منافذ بيع

كما يقترح أفراد العينة من منتجي البطاطس لغرض التصدير لحل مشاكلهم التسويقية أن يتم إلغاء القرار الخاص بجعل التصدير قاصرا على كبار المنتجين ، يلي ذلك توفير محطات تجهيز وإعداد المحصول ، توفير المعلومات التسويقية ، إنشاء جمعيات تتولى عملية ، فى حين يرى منتجي البطاطس للسوق المحلى أن حل مشاكلهم التسويقية يتطلب فتح منافذ تسويقية للحد من تحكم التجار ، توفير المعلومات التسويقية ، توفير محطات اعداد وتجهيز المحصول ثم توفير وسائل نقل مجهزة .

وفيما يتعلق بالمشاكل التى تواجه مزارعى الفاصوليا الخضراء لغرض التصدير فتأتى فى مقدمتها ارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج تليها كل من عدم توفر العماله المتخصصة ثم عدم توفر تقاوى الأصناف المطلوبة للتصدير ، بينما يعتبر كل من ارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج ، عدم توفر تقاوى الأصناف المطلوبة للتصدير ، عدم كافية التمويل ثم عدم توفر العماله المتخصصة أهم المشاكل الإنتاجية التى تواجه منتجي الفاصوليا الخضراء للسوق المحلى .

أما بالنسبة للمشاكل التسويقية التى تواجه منتجي الفاصوليا الخضراء لغرض التصدير فيأتى فى مقدمتها عدم وفاء المصدر بالتعاقدات يليه فى الترتيب رفض المصدر استلام المحصول فى حالة وجود مشاكل فى التصدير ، عدم توفر المعلومات التسويقية عن متطلبات التصدير ، عدم وجود محطات لتجهيز المحصول ، بينما يرى منتجي الفاصوليا الخضراء لغرض التسويق المحلى أن أهم مشاكلهم التسويقية هى تناقص الطلب محليا على الأصناف المخصصة للتصدير ثم كل من انخفاض أسعار البيع بالسوق المحلى ، عدم توفر المعلومات التسويقية عن متطلبات التصدير ، عدم وفاء المصدر بالتعاقدات .

كما أظهرت نتائج الدراسة أن مزارعى الفاصوليا الخضراء لغرض التصدير يقترحون لحل مشاكلهم الإنتاجية توفير تقاوى الأصناف التصديرية بعيدا عن المصدرين ، توفير مستلزمات الإنتاج بأسعار مناسبة ، توفير مصادر تمويل مناسبة بالإضافة إلى توفير أصناف عالية الإنتاجية ، وقد اتفقت آراء مزارعى الفاصوليا الخضراء للسوق المحلى مع هذه الحلول وان اختلف الأمر بالنسبة لتوفير أصناف عالية الإنتاجية فقد جاء هذا الاقتراح فى المرتبة الأولى بالنسبة لهم .

وبالنسبة لمقترحات أفراد عينة الدراسة لحل مشاكلهم التسويقية فيرى منتجي الفاصوليا الخضراء لغرض التصدير أن يتم وضع ضوابط للتعاقدات لحماية المزارعين يلي ذلك إنشاء جمعيات تتولى عملية التصدير وفتح منافذ تسويقية جديدة ، توفير المعلومات التسويقية ، فى حين يرى منتجي الفاصوليا للسوق المحلى أن حل

وفيما يتعلق بالمشاكل التي تواجه منتجي البرتقال لغرض التصدير فتأتى في مقدمتها ارتفاع تكاليف عناصر الإنتاج تليها كل من عدم توفر التمويل الكافي ثم ارتفاع نسبة الفاقد لقلّة خبرة ، وقد اتفقت آراء منتجي البرتقال للسوق المحلي على هذه المشاكل من حيث ترتيبها وان اختلفت أهميتها النسبية .

أما بالنسبة للمشاكل التسويقية التي تواجه منتجي البرتقال لغرض التصدير فيأتى في مقدمتها عدم توفر محطات كافية لتجهيز المحصول للتصدير يليه في الترتيب صعوبة الحصول على التصاريح الخاصة بمطابقة المواصفات التصديرية ، تذبذب الأسعار وانخفاض الأسعار بالسوق المحلي ثم عدم توفر الخبرة الكافية في التسويق الخارجى ، بينما يرى منتجي البرتقال لغرض التسويق المحلي أن أهم مشاكلهم التسويقية هي تذبذب الأسعار وانخفاض الأسعار بالسوق المحلي ثم كل من تحكم التجار فى الأسعار ، بعد الأسواق عن مناطق الإنتاج ، عدم توفر محطات كافية لتجهيز المحصول .

و أظهرت نتائج الدراسة أن منتجي البرتقال لغرض التصدير يقترحون لحل مشاكلهم الإنتاجية توفير منافذ بيع لمستلزمات الإنتاج قريبة من مناطق لإنتاج بأسعار مناسبة ، عمل دورات تدريبية لتوفير العمالة المدربة ، توفير المرشدين المتخصصين ثم توفير مصادر تمويل مناسبة ، وقد اتفقت آراء منتجي البرتقال للسوق المحلي مع هذه الحلول .

وبالنسبة لمقترحات أفراد عينة الدراسة لحل مشاكلهم التسويقية فيرى منتجي البرتقال لغرض التصدير أن يتم تسهيل إجراءات الحصول على شهادات تطبيق الجودة والمواصفات المطلوبة للتصدير ، يلى ذلك توفير محطات تجهيز وإعداد المحصول بتكلفة مناسبة ، توفير العبوات اللازمة لنقل المحصول ، توفير المعلومات التسويقية الكافية عن الأسواق ، فى حين يرى منتجي البرتقال للسوق المحلي أن الامر يتطلب فتح منافذ تسويقية للحد من تحكم التجار ، توفير المعلومات التسويقية ، توفير العبوات اللازمة لنقل المحصول ، توفير محطات تجهيز وإعداد المحصول بتكلفة مناسبة ثم تسهيل إجراءات الحصول على شهادات تطبيق الجودة والمواصفات المطلوبة للتصدير .

وفيما يتعلق بالمشاكل التي تواجه منتجي العنب لغرض التصدير فتأتى في مقدمتها ارتفاع تكاليف عناصر الإنتاج تليها كل من نقص العمالة المدربة ، عدم توفر التمويل الكافي ثم محدودية دور الأجهزة الإرشادية بالمنطقة ، وقد اتفقت آراء منتجي العنب للسوق المحلي على هذه المشاكل وان اختلف الأمر بالنسبة لعدم توفر

أما بالنسبة للمشاكل التسويقية التي تواجه منتجي العنب لغرض التصدير فيأتي في مقدمتها عدم وجود وحدات تبريد أولى وسريع بالمزرعة يليه في الترتيب عدم توفر محطات كافية لتجهيز المحصول للتصدير، عدم تقبل الأسواق المحلية للإنتاج الموجه للتصدير في حالة عدم تصديره، ارتفاع أسعار العبوات المطابقة لمواصفات التصدير ثم صعوبة الحصول على التصاريح الخاصة بمطابقة المواصفات التصديرية، بينما يرى منتجي العنب لغرض التسويق المحلي أن أهم مشاكلهم التسويقية هي بعد الأسواق عن مناطق الإنتاج، صعوبة الحصول على التصاريح الخاصة بمطابقة المواصفات التصديرية، عدم تقبل الأسواق المحلية للإنتاج الموجه للتصدير في حالة عدم تصديره ثم عدم وجود وحدات تبريد أولى وسريع بالمزرعة.

كما أظهرت نتائج الدراسة أن أهم مقترحات منتجي العنب لغرض التصدير لحل مشاكلهم كانت توفير مستلزمات الإنتاج بأسعار مناسبة، توفير الأصناف عالية الجودة مع إجراء عمليات الإحلال والتجديد للأصناف القديمة، عمل دورات تدريبية لتوفير العمالة المدربة، تنشيط دور أجهزة الإرشاد الزراعي ثم توفير مصادر تمويل مناسبة، وقد اتفقت آراء منتجي العنب للسوق المحلي مع هذه الحلول وأن اختلفت الأهمية النسبية لكل مقترح.

وبالنسبة لمقترحات أفراد عينة الدراسة لحل مشاكلهم التسويقية فيرى منتجي العنب لغرض التصدير أن يتم إتاحة وتعميم كل المعلومات المتعلقة بمعايير الجودة والمواصفات العالمية، يلي ذلك توفير المواد الخام اللازمة لصنع العبوات المستخدمة في التعبئة، فتح منافذ لتجميع وتجهيز إنتاج الحيازات الصغيرة ثم فتح منافذ تسويقية جديدة للحد من تحكم التجار، في حين يرى منتجي العنب للسوق المحلي أن حل مشاكلهم التسويقية يتطلب فتح منافذ لتجميع وتجهيز إنتاج الحيازات الصغيرة يلي ذلك في الأهمية فتح منافذ تسويقية للحد من تحكم التجار، توفير المعلومات التسويقية والمتعلقة بمعايير الجودة ثم توفير المواد الخام اللازمة لصنع العبوات المستخدمة في التعبئة.

وقد أوضحت نتائج المقابلات مع ممثلي بعض الشركات المصدرة للحاصلات البستانية أن هذه الشركات منتجة ومصدرة في نفس الوقت، كما أنها حاصلة على تراخيص الزراعة العضوية وكذلك شهادة اليوروجاب، كما أنها تمتلك وحدات خاصة لتجهيز المحاصيل للتصدير هذا بالإضافة إلى أنها تتعامل في أكثر من محصول تصديرى ومنتج زراعى على مدار العام.

وعن أهم المشاكل التي تواجههم فكانت مشكلة الحصول على أصناف جديدة وجمود النشاط البحثي ، عدم توافر الكميات المطلوبة للتصدير وفقا للمعايير والمواصفات المطلوبة للتصدير ، هذا بالإضافة إلى وجود مشاكل متعلقة بضعف الاستثمارات المحلية الموجهة لصناعة العبوات ، عدم تشغيل الثلاجات ومحطات تجهيز المحاصيل بكامل طاقتها لعدم توفر الكميات الواردة لها مما يزيد من تكلفة تشغيلها الذي يؤثر على سعر التصدير ، يضاف إلى ذلك بعض المشاكل المتعلقة بجهات الرقابة والتفتيش والمتعلقة بطول الفترة التي يستغرقها الإفراج عن البذور والتقاوى ، ومن المشاكل الهامة التي تواجه هؤلاء المصدرين أيضا هو المشاكل المتعلقة بخدمات التأمين خاصة إجمام كثير من البنوك عن تمويل الصادرات الزراعية خاصة سريعة التلف ، إلى جانب أن عمليات التأمين والضمان لا تغطي كل السلع الزراعية .

التوصيات

هذا وقد خلصت الدراسة الى بعض التوصيات الهامه والمأخوذة من نتائج الدراسة ومن آراء ومقترحات المنتجين والمصدرين والهيئات والجهات المعنية بالمنظومه التصديرية لكي تكون امام صانعي ومتخذى القرار للاستفادة منها بقدر الامكان ، والتي نوجزها فيما يلي:

- 1- الاهتمام بعمليات التداول ومعاملات ما بعد الحصاد للحاصلات البستانية لتحويل نسبة عالية من الفاقد الى منتج للاستهلاك المحلى أو التصدير.
- 2- ضبط ومراقبة سوق مستلزمات الانتاج لضمان توافر البذور والتقاوى الشتلات المعتمده والموثوق بها وخاصة للاصناف التصديرية ، وكذلك لضمان عدم استخدام اسمه مغشوشه، ومبيدات ممنوعه ، و اعادة تفعيل دور بنك التنمية و الائتمان الزراعى فى لتوفير الاسمدة ومستلزمات الانتاج للمزارعين .
- 3- الاهتمام والتوسع فى الزراعة العضويه خاصة فى الاراضى الجديده التى تنتشر بها الحاصلات البستانية التصديرية والتى تتمتع مصر بميزة نسبية فى انتاجها .
- 4- تفعيل دور اجهزة الارشاد الزراعى التسويقى بالتعاون مع معهدى الاقتصاد و الارشاد الزراعى لتحقيق ذلك بهدف عقد الندوات لتعريف صغار المنتجين بطرق التداول المحسن للمحاصيل الزراعية والاصناف التصديرية والمواصفات التصديرية ومتطلبات الجودة مثل مواصفة EUROP GAP ، والشروط الصحيه والبيئيه العالميه ، ومواصفات العبوات القياسيه .
- 5- العمل على تعديل بنود اتفاقية المشاركة المصريه الاوروبيه فى المرحلة القادمة من التفاوض لزيادة حجم حصه مصر المسموح بتصديرها من البطاطس والبرتقال واطالة الفترة التصديرية للعنب .
- 6- الاهتمام بزراعة الاصناف التصديرية مبكرة النضج من العنب وتطوير نظم الانتاج للتصدير حتى يمكن دخول العنب المصرى خلال فترة تزايد الطلب الاوروبى ونقص العرض من المنافسين من الدول الاخرى.
- 7- التوسع فى فتح منافذ تسويقيه جديده فى الدول الافريقية والاسيوية وغيرها من دول العالم وفق دراسات تجرى بهذا الخصوص .
- 8- تسهيل وتيسير اجراءات الحصول على شهادات تطبيق الجودة والمواصفات التصديرية المطلوبة للتصدير نظرا لما تبين من طول اجراءات الحصول على تلك الشهادات .

- 9- تشجيع المستثمرين على الاستثمار فى مجالات البنية الاساسية التسويقية (محطات التجهيز و التعبئة ووسائل النقل المبردة وصناعة العبوات وانشاء الثلجات) بإتاحة قروض بشروط ميسرة و إطاله فترات الاعفاء الضريبي لمثل هذه المشروعات.
- 10- انشاء معامل متخصصة فى تحليل الاثار المتبقية من الاسمدة و المبيدات وفقا للشروط الصحية ومعايير الجودة التى تتطلبها الاسواق العالمية خاصة الاتحاد الاوروبى باعتبارة الشريك الرئيسى لصادرات مصر من الحاصلات البستانية على ان تنشأ تلك المعامل بالمطارات والموانئ .
- 11- توافر الضمانات الكافية للمزارعين لحمايتهم من عدم وفاء المصدرين بتعاقداتهم وذلك بوضع شروط قانونية واضحة للعقد وملزمة للطرفين.
- 12- توافر مصادر تمويل متنوعه وكافية مع تطبيق نظم التأمين المناسبة على الحاصلات الزراعية كالتأمين ضد تلف أو رفض الرساله .
- 13- تشجيع تكوين اتحادات بين المزارعين ويمكن ربطها بحوافز من قبل بنك التنمية فى صورة قروض ميسرة لتمويل الانتاج والمساعدة فى التسويق عن طريق ربط هذه الجمعيات بالمصدرين من خلال شبكه معلومات ينشئها البنك.
- 14- تشجيع وتفعيل دور الجامعات والمراكز البحثيه لإيجاد حلول غير تقليديه للمشاكل الانتاجيه والتسويقية والتصديرية، وانشاء صندوق او برنامج لدعم الابحاث والدراسات التطبيقية .