

المشكلات والمعوقات التي تواجه الصادرات المصرية من زهور القطف

د/ عباس أبو ضيف محمد مطاوع
د/ أحمد إبراهيم محمد احمد
قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة بالقاهرة
قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة بأسسيوط
جامعة الأزهر

مقدمة:

يعد التصدير أحد الركائز الأساسية، التي يستند عليها الانطلاق الاقتصادي، في توفير مصادر دائمة للنقد الأجنبي، حيث يمكن توظيف موارد الصادرات، لتمويل احتياجات الجهاز الإنتاج للدولة وخدمة المديونية الخارجية، وسداد فاتورة الواردات، وتتركز الصادرات الزراعية المصرية في عدد محدود من المحاصيل التقليدية، كما تتركز جغرافياً في مجموعة محدودة من الأسواق الخارجية، لذا يتطلب الأمر التركيز على تنمية الصادرات الزراعية غير التقليدية، وخاصة زهور القطف ونباتات الزينة التي يتزايد الطلب العالمي عليها، يطلق اسم زهور القطف على مجموعة الأزهار والنورات التي تصلح للقطف، بحيث تستخدم في عمل التنسيقات الزهرية^(مرجع رقم ٢)، وتعتبر زهور القطف إحدى السلع الزراعية غير التقليدية الهامة في التجارة الدولية العالمية، إلا أنها لا تحظى باهتمام مناسب في مصر، سواء على مستوى الإنتاج أو على مستوى التسويق والتجارة الخارجية^(مرجع رقم ٤)، حيث تمثل قيمة الصادرات المصرية من زهور القطف (أزهار مقطوفة وبراعم الزهور لباقات طازجة أو مجففة) (البند الجمركي) (٠٦٠٣) حوالي ٣٥,٩٣١ مليون دولار عام ٢٠١٤ أي تمثل نسبة ١,٢٥% من إجمالي الصادرات الزراعية المصرية خلال نفس العام والتي بلغت حوالي ٢,٨٧ مليار دولار^(مرجع رقم ٥).

مشكلة البحث:

يوضح الموقف التصديري الراهن تذبذب كمية وقيمة الصادرات الزراعية المصرية عامة وكذلك كمية وقيمة زهور القطف الموجهة إلى الأسواق الخارجية، ومع التزايد المستمر في العجز في الميزان التجاري وبشكل كبير خلال السنوات الأخيرة والذي بلغ عام ٢٠١٤ حوالي ٣٢٨,١٧ مليار جنيه، كما تزايدت في نفس الوقت قيمة العجز في الميزان الزراعي المصري، والتي بلغت حوالي ١١٥ مليار جنيه عام ٢٠١٤^(مرجع رقم ١)، وعلى الرغم من المقومات الإنتاجية والفرص التصديرية المتاحة لزهور القطف المصرية، إلا أن حجم إنتاجها وصادراتها مازال ضعيفاً ولا يتناسب مع تلك المقومات، الأمر الذي يشير بوضوح إلى عجزها في النفاذ إلى الأسواق الخارجية، وذلك يوضح المنافسة القوية التي تواجه الصادرات المصرية من زهور القطف وعدم القدرة على تلبية احتياجات السوق العالمي من الأصناف والكميات المطلوبة.

هدف البحث:

انطلاقاً من المشكلة البحثية، فقد تحدد الهدف الرئيسي للبحث في تحديد أو رصد وسائل وامكانيات ومتطلبات تنمية الصادرات المصرية من زهور القطف وذلك من خلال إلقاء الضوء على بعض المؤشرات الخاصة بالتجارة الخارجية لزهور القطف، بالإضافة إلى التعرف على التنافسية السعرية والطلب الخارجي لزهور القطف في أهم أسواقها الاستيرادية، فضلاً عن التعرف على المشكلات والمعوقات التي تواجه العاملين في مجال الصادرات المصرية من زهور القطف ووضع الحلول الملائمة لها وفقاً للإمكانات المتاحة.

الطريقة البحثية ومصادر البيانات:

تم استخدام أسلوب التحليل الوصفي والكمي، حيث استخدم الأسلوب الأول عند عرض مقدمة البحث وهدفه، بينما تم الاعتماد على الأسلوب الكمي من أجل قياس الظواهر والمتغيرات الاقتصادية المتعلقة بتحليل المشكلة البحثية وقياس المتغيرات المرتبطة بها، وذلك استناداً على النماذج الرياضية والقياسية الاقتصادية، مثل أسلوب تحليل الانحدار المتعدد، وتحليل التباين في اتجاه واحد واستخدام طريقة أقل فرق معنوي

(L.S.D) مع تفسير نتائج التحليل أو القياس في ضوء النظرية الاقتصادية والمنطقين الاقتصادي والإحصائي.

واعتمد البحث بصورة أساسية على البيانات الثانوية المنشورة، والتي تصدر من الجهاز المركزي للتعبة العامة والإحصاء، كما اعتمدت الدراسة على البيانات المنشورة على شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، وللتعرف على المشكلات والمعوقات التي تواجه العاملين في مجال تصدير زهور القطف، ومدى إمكانية التغلب عليها، فقد تم إجراء استقصاء رأي بعض المصدرين لزهور القطف، حيث تم تصميم استمارة لهذا الغرض، تتضمن مجموعة من الأسئلة التي تخدم البحث، وقد تم جمع البيانات عن طريق المقابلة الشخصية لعدد ثمانية من المصدرين المصريين وذلك خلال شهرى مارس وأبريل ٢٠١٦م.

نتائج البحث ومناقشاتها

أولاً: المؤشرات الاقتصادية لصادرات زهور القطف المصرية:

توضح بيانات الجدول رقم (١) أن أكبر كمية من صادرات زهور القطف المصرية كانت من نصيب السوق الليبي، والذي استوعب حوالي ٥٦٢٢ طن والتي مثلت حوالي ٧٢,٨% من إجمالي صادرات زهور القطف المصرية بقيمة بلغت حوالي ٢٦,١٥١ مليون دولار خلال عام ٢٠١٤م، والتي مثلت حوالي ٧٢,٨% من قيمة الصادرات المصرية من زهور القطف، الأمر الذي يشير إلى قدرة تلك الصادرات على النفاذ إلى السوق الليبي، كما تبين أن معدل النمو في قيمة وكمية الصادرات المصرية ما بين عامي (٢٠١٠-٢٠١٢) إلى السوق الليبي قد زاد بحوالي ١١٩%، ٥٣% على الترتيب، كما بلغ معدل النمو في تلك الصادرات ما بين عامي ٢٠١٣، ٢٠١٤ حوالي ٥٢%، كما تبين استحواذ السوق الليبي على المرتبة الثلاثون من الواردات العالمية لزهور القطف، بنسبة بلغت حوالي ٠,٣% من الواردات العالمية.

وتبين من بيانات نفس الجدول أن السوق الألماني احتل المرتبة الأولى عالمياً من حيث الواردات من زهور القطف، إلا أن كمية الصادرات المصرية له قد بلغت حوالي ٩٣ طن فقط، بقيمة بلغت حوالي ١,٠٥٦ مليون دولار، مثلت حوالي ٢,٩% من إجمالي حجم الصادرات المصرية من زهور القطف، الأمر الذي يوضح المنافسة القوية التي تواجه زهور القطف المصرية في السوق الألماني، كذلك انخفاض الكمية المصدرة إلى أسواق فرنسا وأمريكا وإيطاليا، الأمر الذي يوضح المنافسة القوية داخل أسواق تلك الدول، واتضح أيضاً أن الميزان التجاري لزهور القطف المصرية مع جميع الدول المصدر لها يحقق فائضاً، عدا دول باكستان، وكندا، والصين، وليبيا، والهند، وتايلاند، الأمر الذي يعكس أن مصر تستورد نسبة أكبر من وارداتها من باكستان، بينما نستورد فقط من باقي الدول السابق ذكرها على الترتيب وهو ما يعرض المنتج المصري للمنافسة داخل السوق المحلي وإنهيار تلك الصناعة.

وأشارت بيانات نفس الجدول إلى وجود بعض المعوقات أمام الصادرات المصرية من زهور القطف متمثلة في وجود تعريفات جمركية في دول أمريكا، وكوريا، وسريلانكا، وباكستان، وسويسرا، وجنوب أفريقيا، وروسيا، وكندا، والصين، والهند، وتايلاند، بلغت حوالي ١,١%، ٢٥%، ٢٥%، ٢٠%، ١٢,٥%، ٢٠%، ٢٢,٥%، ٦,٤%، ١٠,٦%، ٦٠%، ٥٠,٨% من قيمة صادرات زهور القطف.

وأشارت بيانات نفس الجدول إلى أن أهم الدول التي انخفض بها معدل النمو في قيمة الصادرات ما بين عامي ٢٠١٠، ٢٠١٢، هي دول سوريا، وسويسرا، وإيطاليا، وقبرص، والبحرين، حيث بلغ معدل نمو قيمة الصادرات خلال نفس الفترة حوالي -٦٧%، -٤٤%، -٤٢%، -٣٨%، -٣١% على الترتيب، الأمر الذي يوضح المنافسة الشديدة التي تواجهها الصادرات المصرية من زهور القطف في تلك الأسواق.

ثانياً: الطلب الخارجي على الصادرات المصرية من زهور القطف:

تستهدف الدراسة في هذا الجزء من البحث التوصل إلى بعض المؤشرات التي يمكن من خلالها تقدير الطلب على زهور القطف المصرية في أهم أسواقها الخارجية، وكذلك قياس السعر النسبي للحاصلات المصرية مقارنة بأسعار الدول المنافسة، وقد تم اختيار أهم تلك الأسواق موضع الدراسة، من بيانات

جدول رقم (١) المؤشرات الاقتصادية لصادرات زهور القطف المصرية القيمة: بالالف دولار الكمية: بالطن

الدول	المؤشرات	قيمة الصادرات ٢٠١٤	الميزان التجاري ٢٠١٤	% من الصادرات المصرية	كمية الصادرات المصرية ٢٠١٤	قيمة وحدة الصادرات	نمو قيمة الصادرات بين ٢٠١٤-٢٠١٥ (%)	نمو كمية الصادرات بين ٢٠١٤-٢٠١٥ (%)	نمو قيمة الصادرات بين ٢٠١٣-٢٠١٤ (%)	الترتيب على مستوى العالم	% من الواردات العالمية	معدل نمو الواردات بين ٢٠١٤-٢٠١٥ (%)	التعريف الجمركية
إجمالي مصر		٣٥٧٤٨	٣٥٩٣٦	١٠٠	٨٣٦٦	٤٢٩٥	٣٧	٢٧	٢٣		١٠٠	٢	
ليبيا		٢٦١٥١	٢٦١٥١	٧٢,٧٧١	٥٦٢٢	٤٦٥٢	١١٩	٥٣	٥٢	٣٠	٠,٣	١١٩	.
السعودية		٣٠٤١	٣٠٤١	٨,٤٦٢	٩٨٣	٣٠٩٤	١٨	١٨	١-	٢٠	٠,٧	٦٢	.
انجلترا		١٦٧٢	١٦٧٢	٤,٦٥٣	٣٢٧	٥١١٣	٢-	٤-	٥٦-	٢	١٣,٦	.	.
هولندا		١١٠٢	١١٠٢	٣,٠٦٧	١٧٢	٦٤٠٧	١	١-	٢٩	٤	١١,٨	١١	.
المانيا		١٠٥٦	١٠٥٦	٢,٩٣٩	٩٣	١١٣٥٥	٣	٩	١-	١	١٥,٨	٤	.
بلجيكا		٦٣٥	٦٣٥	١,٧٦٧	١١٨	٥٣٨١	٢٧-	١١-	٦٤	٨	٣,٩	٢	.
الإمارات		٥٢٠	٥٢٠	١,٤٤٧	١٣٦	٣٨٢٤	٤١	١١-	١٣	٢٤	٠,٥	٢٣	.
الكويت		٤٧٢	٤٧٢	١,٣١٣	١٣٥	٣٤٩٦	٤٠	٢٥	١٣-	٣٩	٠,٢	١٧	.
قطر		٣٥٣	٣٥٣	٠,٩٨٢	٣٦٦	٩٦٤	٣٢	٥٨	٥٣-	٣٨	٠,٢	١٩	.
الأردن		٢٥٩	٢٥٩	٠,٧٢١	٣٠	٨٦٣٣	٢٨	٢٦	٣٣	٩١	.	.	.
لبنان		٢١٥	٢١٥	٠,٥٩٨	٦٢	٣٤٦٨	٥-	١٨-	٤١-	٨٣	.	٩-	.
البحرين		٧٨	٧٨	٠,٢١٧	١٤	٥٥٧١	٥٧	٣١-	١٣	٥٤	٠,١	٣-	.
عمان		٦٨	٦٨	٠,١٨٩	٧٠	٩٧١	٦٧	١٩٩	٨٧١	٥٦	.	١٣	.
فرنسا		٦٣	٦٣	٠,١٧٥	٢٢	٢٨٦٤	٨	٢٨	٤٧٣	٦	٥,٣	٤-	.
امريكا		٥٤	٥٤	٠,١٥٠	٩	٦٠٠٠	٤٠-	٢٢-	٢٢-	٣	١٢,٢	٥	١,١
إيطاليا		٥٠	٥٠	٠,١٣٩	٤	١٢٥٠٠	٢٥-	٤٢-	٦٧-	٩	٢,٤	٥-	.
العراق		٤٠	٤٠	٠,١١١	١٢٥	٣٢٠			٤٠٠	٧٧	.	.	.
إسرائيل		٣٤	٣٤	٠,٠٩٥	١٧	٢,٠٠٠	٣٨-	٣٨-	٥٢-	٨٥	.	٣٤	.
فيران		١٦	١٦	٠,٠٤٥	٣	٥٣٣٣	٣٠-	١٨-	٢٥٠	٥٧	.	٧-	.
السودان		١٤	١٤	٠,٠٣٩	٥	٢٨٠٠			٢٥٠	١٣٣	.	٢٠	.
اليمن		١٤	١٤	٠,٠٣٩	٦	٢٣٣٣			٢٦-	١٠١	.	٦٨	.
تونس		٨	٨	٠,٠٢٢	٢	٤٠٠٠	١٨-	٥	٦٠-	١٥٧	.	١٧-	.
كوريا		٦	٦	٠,٠١٧	١	٦٠٠٠			١٠٠	٣٧	٠,٢	٥٢	٢٥
الدنمارك		٣	٣	٠,٠٠٨	٣				١٥	١٥	١,٢	١	.
سريلانكا		٢	٢	٠,٠٠٦	٣	٦٦٧			١٤٥	١٤٥	.	١	٢٥
باكستان		٢	٢	٠,٠٠٦	٤	٥٠٠			١٠٨	١٠٨	.	٧	٢٠
سنغافورا		٢	٢	٠,٠٠٦	٢				٢٥	٢٥	٠,٤	٢	.
سويسرا		٢	٢	٠,٠٠٦	١	٢٠٠٠	٣٣-	٤٤-	٣٣-	١٠	٢,٤	٢	١٢,٥
سوريا		٢	٢	٠,٠٠٦	١	٢٠٠٠	٧٨-	٦٧-	٦٧-	١٤٦	.	٥٣-	.
تركيا		٢	٢	٠,٠٠٦	٣٥	٥٧			٥٠	٥٠	٠,١	٦٣	.
مفراكس		١	١	٠,٠٠٣	٠				٩٣	٩٣	.	٣٨	.
ج افريقيا		١	١	٠,٠٠٣	٠				٦٠	٦٠	٤,٢	٦	٢٠
اليابان				٠,٠٠٠					٧	٧	٤,٢	١-	.
روسيا				٠,٠٠٠					٥	٥	٧,٣	٢	٢٢,٥
كندا		٣-		٠,٠٠٠					١١	١١	١,٧	٥	٦,٤
الصين		٧-		٠,٠٠٠					٣١	٣١	٠,٣	١٢	١٠,٦
كينيا		٥٩-		٠,٠٠٠					١٠٤	١٠٤	.	٣-	.
الهند		١٣-		٠,٠٠٠					٥٢	٥٢	٠,١	٦٧	٦٠
تايلاند		١٣-		٠,٠٠٠					٤٢	٤٢	٠,٢	٨	٥٠,٨

المؤشرات الاقتصادية للصادرات المصرية لزهور القطف، حيث تم اختيار كل من سوقي السعودية وهولندا لتمثلا أهم الأسواق للصادرات المصرية من زهور القطف.

١- الأسعار النسبية والطلب الخارجي على صادرات زهور القطف المصرية في السوق السعودي:

تم اختيار كل من كولومبيا، وهولندا، وكينيا، وتايلاند، كأهم الدول التي تتنافس جمهورية مصر العربية، في تصدير زهور القطف إلى السوق السعودي، وبمقارنة الأسعار النسبية لمصر لأسعار الدول المنافسة كما هو موضح بالجدول رقم (٢) تبين أنها كانت أقل من الواحد الصحيح بالنسبة لسعر كل من هولندا، وكينيا، وتايلاند خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠١١)، وهو ما يوضح أن صادرات مصر من زهور القطف لا تواجه منافسة سعرية مع تلك الدول، وربما يرجع الانخفاض في الكميات المصدرة مقارنة بتلك الدول للمنافسة على الجودة ونجاح الدعاية والإعلان عن منتجات تلك الدول، بينما تشير بيانات نفس الجدول إلى ارتفاع السعر النسبي لصادرات زهور القطف المصرية مقارنة بسعر زهور القطف الكولومبية خلال أعوام ٢٠١٠، ٢٠١١، ٢٠١٢، حيث بلغ السعر النسبي لتلك السنوات حوالي ١,٣٤، ١,٥٢، ١,٩٤، ١,٥٧ على الترتيب، الأمر الذي يوضح أن صادرات مصر من زهور القطف تواجه منافسة سعرية مع تلك الدولة.

جدول رقم (٢) الأسعار النسبية لصادرات زهور القطف المصرية بالنسبة للدول المنافسة. بالسوق السعودية خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠١١)

البيان السنوات	السعر النسبي لزهور القطف المصرية بالنسبة لزهور القطف الكولومبية	السعر النسبي لزهور القطف المصرية بالنسبة لزهور القطف الهولندية	السعر النسبي لزهور القطف المصرية بالنسبة لزهور القطف التايلاندية
٢٠٠١	٠,٢٢٢٧	٠,٣٨٩٥	٠,٢١٣٩
٢٠٠٢	٠,٣١٣٥	٠,٥٥٠٧	٠,٣٣٣٠
٢٠٠٣	٠,٢٦٣٢	٠,٤٦٠٣	٠,٢٨٤٨
٢٠٠٤	٠,٢٢٩٩	٠,٣٢٠٤	٠,٢٠٥٣
٢٠٠٥	٠,٢٧١٧	٠,٢٩٦٩	٠,٢٤٧٣
٢٠٠٦	٠,٢٩٤٢	٠,٢٨٩٦	٠,٢٦١٩
٢٠٠٧	٠,٣٦٧٤	٠,٢٣٨٠	٠,٢٥٩٩
٢٠٠٨	٠,٣٤٣٨	٠,٣٣٢٩	٠,٣٣٢٩
٢٠٠٩	١,٣٤٨٢	٠,٤١٢٦	٠,٧٨٤٧
٢٠١٠	١,٥٢٧٣	٠,٤٩٧٤	١,٣٩٥٥
٢٠١١	١,٩٤١٤	٠,٤٠٩٢	٠,٥٢٤٢
٢٠١٢	١,٥٧٣٠	٠,٤٣٣١	٠,٦٩٤٩
٢٠١٣	٠,٧٦٠٤	٠,٣٤٦٧	١,٠١٩٥

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الجدول رقم (١) بالملحق.

ولتقدير دالة الطلب الخارجي للسوق السعودي على صادرات مصر من زهور القطف نظرا لأنه سوق واعد ويزداد فيه متوسط دخل الفرد والطاقة الإستيعابية له كبيرة، فقد تم اختيار عدد من المتغيرات والتي من المتوقع أن يكون لها تأثير على الكمية المطلوبة من زهور القطف المصرية في السوق السعودي وذلك في الصورة العامة لدالة الطلب التالية:

$$ص = د (س١، س٢، س٣، س٤، س٥)$$

حيث: ص = الكمية المصدرة من زهور القطف المصرية للسوق السعودي بالطن.

س١ = متوسط دخل الفرد السعودي بالآلاف دولار سنوياً.

س٢ = إجمالي واردات السعودية من زهور القطف بالطن.

س٣ = أسعار تصدير زهور القطف المصرية بالآلاف دولار/طن.

س٤ = أسعار تصدير زهور القطف الكينية بالآلاف دولار/طن.

س٥ = أسعار تصدير زهور القطف الهولندية بالآلاف دولار/طن

وباستخدام نموذج الانحدار المتعدد في صورته الخطية، وهى من أفضل الصور لقياس دوال الطلب: فقد تم الحصول على النموذج الآتي:

النموذج الكلي (Fullmodel):

$$ص^٨ = ٣٠٣ - ٥,٢س١ + ٠,٣س٢ + ٠,١٦س٣ + ٠,٠١س٤ + ٠,٠٤س٥$$

$$- (٠,٤) (١,٣) (٢,٣) (٠,٢) (١,١)$$

$$٠,٩١ = ر^{-٢} \quad ٠,٨٥ = ف \quad ** (١٤,٧)$$

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات جدول رقم (١) بالملحق

() الأرقام بين الأقواس تشير إلى قيمة "ت" المحسوبة

* معنوية عند مستوى ٠,٠٥ ، ** معنوي عند مستوى ٠,٠١

حيث ص^٨ تمثل الكمية المقدرة لصادرات مصر من زهور القطف إلى السوق السعودي بالطن، ويشير تقدير النموذج إلى المعنوية الإحصائية للنموذج المقدر عند المستوى الإحتمالي ٠,٠١، كما اتضح من قيمة معامل التحديد المعدل (ر^{-٢}) أن حوالي ٨٥% من التغيرات التي حدثت في كمية الصادرات المصرية من زهور القطف إلى السوق السعودي إنما ترجع إلى التغير في العوامل المستقلة المقيسة بالنموذج، وقد ثبتت معنوية المتغير (س^٣) وهو سعر التصدير المصري لزهور القطف، كما تشير إلى ذلك قيمة (ت) المحسوبة على الرغم من عدم منطوقية العلاقة الطردية بين سعر التصدير المصري وكمية الصادرات من زهور القطف المصرية بالسوق السعودي، وقد يرجع ذلك إلى أن السعر ليس وحده فقط المؤثر في الكمية المصدرة بالسوق السعودي، وهناك عوامل أخرى قد تكون هي السبب مثل فعالية وسائل الدعاية والإعلان عن المنتج المصري.

٢- الأسعار النسبية للطلب الخارجي على صادرات زهور القطف المصرية بالسوق الهولندي:

تم اختيار كل من: تركيا، وتونس وزامبيا كأهم الدول المنافسة للصادرات المصرية من زهور القطف بالسوق الهولندي، وبمقارنة الأسعار النسبية لمصر بالنسبة لأسعار تونس، وزامبيا تبين من الجدول رقم (٣) أنها أقل من الواحد الصحيح خلال فترة الدراسة عدا السنة الأخيرة ٢٠١٤، مما يدل على أن مصر لها ميزة سعرية مقارنة بالدولتين المذكورتين، في حين إزداد السعر النسبي لزهور القطف المصرية بالنسبة لسعر تركيا خاصة في السنوات ٢٠٠٩، ٢٠١١، ٢٠١٣، ٢٠١٤، حيث بلغت النسبة السعرية حوالي ١,٠٣، ١,٠٥، ١,٢٦، ١,٠٤، ١,٨١ على الترتيب، مما يوضح المنافسة الشديدة بين مصر وكل من الدولتين.

جدول رقم (٣) الأسعار النسبية لصادرات زهور القطف المصرية بالنسبة للدول المنافسة بالسوق الهولندي

خلال الفترة (٢٠٠١-٢٠١٤)

السنوات	البيان	السعر النسبي لزهور القطف المصرية بالنسبة لزهور القطف التركية	السعر النسبي لزهور القطف المصرية بالنسبة لزهور القطف التونسية	السعر النسبي لزهور القطف المصرية بالنسبة لزهور القطف الزامبية
٢٠٠١		٠,٥٨٧٢	٠,٢٨٢٩	٠,٥٠٠٣
٢٠٠٢		٠,٧٩٨٠	٠,٩١٧١	٠,٥٠٣٤
٢٠٠٣		٠,٨١٤٨	٢,٠٣٢٥	٠,٥٧٥٢
٢٠٠٤		٠,٥٨٧٦	٠,٧٦٤٨	٠,٤٨٤٩
٢٠٠٥		٠,٥٣٣٣	٠,٧٥٠٦	٠,٤٨٦٠
٢٠٠٦		٠,٤٨٩٠	٠,١٦٧٣	٠,٥٢٠١
٢٠٠٧		٠,٤١١٣	٢,٣٠١٨	٠,٠٩٠١
٢٠٠٨		٠,٦٥٩١	٣,١٢٥٨	٠,٤٩٤٦
٢٠٠٩		١,٠٣٩٠	٠,٨٢٦٦	٠,٨٥٣٠
٢٠١٠		٠,٨٠٦٣	٢,٥١٥٥	٠,٦٠٢٥
٢٠١١		١,٠٥٤٦	١,٩٦٧٥	٠,٦٨٣٦
٢٠١٢		١,٢٦٤٢	١,٨٣١٦	٠,٦٧٠٢
٢٠١٣		١,٠٤٧٧	١,٢٧٩١	٠,٧٣٣٠
٢٠١٤		١,٣١٣٥	١,٩٠٣١	٢,٧٣٩٦

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الجدول رقم (٢) بالملحق.

ولتقدير دالة الطلب الخارجي على صادرات مصر من زهور القطف بالسوق الهولندي نظراً للطاقة الاستيعابية الكبيرة له، وقد تم اختيار عدد من المتغيرات المستقلة والتي من المتوقع أن لها تأثير على الطلب الخارجي على زهور القطف المصرية بالسوق الهولندي وذلك في الصورة العامة لدالة الطلب التالية:

$$ص = د (س١، س٢، س٣)$$

حيث: ص = الكمية المصدرة من زهور القطف المصرية للسوق الهولندي بالطن.

س١ = أسعار تصدير زهور القطف المصرية بالألف دولار/طن

س٢ = أسعار تصدير زهور القطف التونسية بالألف دولار/طن.

س٣ = أسعار تصدير زهور القطف التركية بالألف دولار/طن.

وقد تم استخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد لدراسة أهم العوامل المؤثرة على صادرات مصر من

زهور القطف إلى السوق الهولندي، وقد تم الحصول على النموذج التالي:

النموذج الكلي:

$$ص^٨ = ١٨٤ - ٠,٠٩٢ س١ + ٠,١٥ س٢ + ٠,٩١ س٣$$

$$*(٢,٧) \quad (١,١) \quad *(٢,٦)$$

$$٠,٥٢ = ٢^- \quad ٠,٣٧ = ٢^- \quad ٠,٣٦ = ف$$

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات جدول رقم (٢) بالملحق

() الأرقام بين الأقواس تشير إلى قيمة "ت" المحسوبة

* معنوية عند مستوى ٠,٠٥

ويتضح من معنوية (ف) المحسوبة أن النموذج ككل معنوي إحصائياً عند مستوى ٠,٠١، كما يتضح من قيمة معامل التحديد المعدل (ر⁻) أن المتغيرات المستقلة المقيسة بالنموذج مسئولة عن حوالي ٣٧% من التغيرات التي تحدث في كمية الصادرات المصرية من زهور القطف بالسوق الهولندي، وقد ثبتت معنوية المتغير (س١) الذي يمثل سعر التصدير المصري، وهي علاقة منطقية اقتصادياً ويدل ذلك على أنه كلما انخفض سعر تصدير زهور القطف المصرية بالألف دولار/طن تزداد الكمية المصدرة بحوالي ٠,١٥ طن.

كما ثبتت معنوية المتغير (س٢) والخاص بسعر تصدير زهور القطف التركية، والعلاقة الموجبة بين سعر التصدير التركي وكمية الصادرات المصرية من زهور القطف منطقية اقتصادياً، فزيادة سعر التصدير التركي بحوالي ألف دولار تزداد الكمية المصدرة من زهور القطف المصرية بحوالي ٠,٩١ طن، وعلى الرغم من عدم ثبوت معنوية المتغير (س٣) الذي يمثل أسعار التصدير التونسية بالسوق الهولندي إلا أن العلاقة بينه وبين الكمية المصدرة من زهور القطف المصرية منطقية اقتصادياً.

ثالثاً: المشكلات والمعوقات التي تواجه مصدري زهور القطف المصرية:

تواجه الصادرات المصرية من زهور القطف العديد من المشكلات والمعوقات، والتي تؤدي في مجملها إلى انخفاض الكميات المصدرة منها إلى الأسواق الخارجية، ونظراً لأهمية رصد وتحديد تلك المعوقات، فقد اهتم ذلك الجزء من البحث بتحليل مضمون ونتائج بيانات الاستمارة التي تم تصميمها خصيصاً لذلك الغرض حيث تم تجميع بياناتها من خلال المقابلة الشخصية التي أجريت لاستطلاع رأي ثمانية من مصدري زهور القطف المصرية.

ويعتبر (مرجع رقم ٣) تقدير الأهمية النسبية للمشكلة موضع الدراسة من الوسائل الجيدة لشرح وتوضيح مدى أهمية تلك المشكلة بالنسبة للمشكلات الأخرى، ولما كانت بعض الفروق النسبية بين تلك المشكلات طفيفة أو التساوى في الأهمية النسبية فيما بينها بحيث لا يمكن إعطاء أولوية في الحل وفقاً لأهميتها النسبية فقط، فإنه قد تم الاستعانة كذلك بأسلوب تحليل التباين لتوضيح مدى معنوية الفروق بين تلك المشكلات.

ونظراً لأن اختبار (ف) يختبر النموذج بأكمله فإذا كانت (ف) معنوية فإن هذا يعنى وجود اختلاف بين المتغيرات (المشكلات) المكونة للنموذج بأكمله ولكن لا يمكن القول بأن جميع تلك المتغيرات تختلف عن بعضها اختلافاً معنوياً عند مستوى معنوية معين، لذلك اقتضى الأمر استخدام طريقة أقل فرق معنوي Least Significant Differences (L.S.D) لتوضيح الفروق بين المشكلات التي تواجه المصدرين لزهور القطف في مصر.

وتستخدم طريقة أقل فرق معنوي (L.S.D) فقط في حالة ثبوت معنوي اختبار (ف) عند مستوى معنوية معين، وتعتمد هذه الطريقة على أن الفرق بين أي متوسطين يعتبر معنوياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥ أو ٠,٠١ إذا زاد هذا الفرق بين المتوسطين عن قيمة أقل فرق معنوي (L.S.D) عند مستوى معنوية ٠,٠٥ أو ٠,٠١ ثم يوضع خط تحت المشكلات التي لا توجد بينها فروق معنوية بعد ترتيب تلك المشكلات تصاعدياً.

وفيما يلي عرضاً تحليلياً للمشكلات التي تواجه مصدرى زهور القطف المصرية.

وقد تبين من استقصاء الرأي الذي تم اجراؤه على مصدرى زهور القطف المصرية، والذين تم مقابلتهم أن نسبة ١٠٠% منهم يقومون بتصدير زهور قطف ونباتات زينه، واتضح أيضاً أن ١٢,٥% منهم يقومون بالتصدير للسوق العربي فقط ممن شملهم استقصاء الرأي، بينما إتضح أن ٨٧,٥% منهم يقومون بالتصدير إلى الأسواق العربية والأوربية معاً، كما تبين أيضاً أن ٢٥% ممن شملهم الاستقصاء كانت سنوات الخبرة لهم من ٥-٩ سنوات، وحوالي ٧٥% منهم كانت سنوات الخبرة في مجال تصدير زهور القطف أكثر من ١٠ سنوات، إتضح أيضاً أن ١٠٠% من المصدرين ممن شملهم الاستقصاء كانوا منتجين ومصدرين معاً، وقد مثلت عمليات البيع التي يقومون بها حوالي ٢٥% عن طريق الوكلاء، وحوالي ٧٥% عن طريق تجار الجملة، وكانوا جميعاً يحصلون على ثمن السلعة نقداً أو عن طريق نظام الحوالات أو التحويلات.

واتضح كذلك أن مصادر معلومات المصدر نفسه عن السوق الخارجي، كانت عن طريق الخبرة الشخصية حيث مثلت حوالي ٧٥% ممن شملهم استقصاء الرأي، بينما مثل حضور المستورد نفسه وبحثه عن العميل (المصدر) حوالي ٢٥% ممن شملهم الاستقصاء، في الوقت الذي أجمع فيه جميع المصدرين باستقصاء الرأي أنه لا يوجد دور لمكاتب التمثيل التجاري المصرية بالدول المستوردة، واتضح أيضاً أن هناك مجموعة من المشاكل الخاصة بتمويل الصادرات، وقد تباينت تلك المشكلات بين أفراد عينة الدراسة حيث وجد أن ٧٥% من المصدرين باستقصاء الرأي لا يفضلون الحصول على قروض من البنوك، بينما اتضح أن ٢٥% من المصدرين، قد حصلوا بالفعل على قروض بنكية لتمويل صادراتهم، واتضح أيضاً أن جميع المصدرين الذين حصلوا بالفعل على قروض، يفضلون التمويل أثناء عملية الإنتاج، وكانوا يحصلون جميعاً على تلك القروض من بنوك تجارية، وكانت أهم مشكلات التمويل متمثلة في توفير الضمانات وبعض التعقيدات الإدارية، أما مشكلة سعر الفائدة، فقد رأى المصدرون أنها أصبحت مناسبة خاصة بعد قرار رئيس الجمهورية سنة ٢٠١٥ بجعل سعر الفائدة بنسبة ٥% للمشروعات الصغيرة المتوسطة.

واشارت النتائج أيضاً إلى أن جميع المصدرين يرون أن لمصر ميزة نسبية مرتفعة جداً، لإنتاج زهور القطف ونباتات الزينة، حيث تتوافر مقومات تلك الميزة النسبية من الجو المناسب، العمالة منخفضة التكاليف مقارنة بالدول الأخرى، والتربة الزراعية والمياه المناسبة، وأشار بعض المصدرين بأن زراعة زهور القطف خاصة، من الزراعات الكثيفة في استخدام العمالة، وهو ما يتناسب مع الاقتصاد المصري، إرتفاع نسب البطالة، وأوضح المصدرين باستقصاء الرأي أن لاتحادات المصدرين دور هام في تخفيض التكاليف من خلال خفض تكلفة الشحن، أو تحسين استراتيجيات التسويق، إلا إنها غير مفعلة، والجميع يعمل منفرداً، كما اتضح أيضاً أن ٧٥% من المصدرين يرون أهمية وجود موقع اليكتروني للشركة على شبكة المعلومات

الدولية (الإنترنت)، واتضح أيضاً أن من أهم فوائد التبادل الإلكتروني ووجود موقع للشركة على شبكة المعلومات الدولية، تمثل في امكانية التوصل إلى عدد مناسب من المستوردين الجدد والمصدرين لمستلزمات الإنتاج أيضاً، فضلاً عن الإستغناء عن الوسطاء غير الضروريين، مثل البيع في بورصة الزهور (المزادات) خاصة أنها تعمل على زيادة التكاليف التسويقية، كذلك امكانية البيع والشراء باستمرار وبشفافية أكبر.

ويستعرض الجزء التالي من البحث دراسة المشكلات والمعوقات التي تواجه مصدري زهور القطف المصرية إلى الأسواق الخارجية، حيث تبين أن المصدر المصري يواجه العديد من المشكلات داخل مصر، وأخرى خارج حدود الدولة المصدرة (مشكلات خارجية) وفيما يلي عرضاً لتلك النتائج.

أ- المشكلات الداخلية التي تواجه مصدري زهور القطف المصرية:

١- المشكلات المتعلقة بالتكاليف والخدمات التسويقية:

تبين عند دراسة المشاكل التي تواجه الصادرات الزراعية المصرية من زهور القطف، أن هناك العديد من المشاكل الداخلية التي تواجه مصدريها، والتي تؤثر على كفاءة العملية التصديرية، وانخفاض الكمية المصدرة منها، وتتضمن تلك المشكلات والتي تتعلق بالتكاليف والخدمات التسويقية ما يلي:

- ارتفاع تكاليف العبوات الجيدة (X₁).
- انخفاض مستوى الفرز والتدريج مقارنة بالدول المنافسة (X₂).
- ارتفاع تكاليف النقل الجوي (X₃).
- ارتفاع تكاليف إنتاج زهور القطف الأمر الذي يجعلها تواجه منافسة سعرية شديدة بالخارج (X₄).
- صعوبة تخزين زهور القطف (X₅)

وبدراسة الأهمية النسبية لتلك المشكلات تبين أنها جميعاً مثلت نسبة ١٠٠% من اهتمامات المصدرين، أي أنها تواجه جميع المصدرين باستقصاء الرأي، في حين أن تلك المشكلات تختلف في مدى أولويتها بالنسبة للمصدرين، وباستخدام تحليل التباين في اتجاه واحد كما في الجدول رقم (٤) اتضح أن قيمة (ف) المحسوبة معنوية إحصائياً عند المستوى الإجمالي ٠,٠١ ويدل ذلك على وجود فروق معنوية بين المشكلات التي تتعلق بالتكاليف والخدمات التسويقية، ولترتيب تلك المشكلات، ولمعرفة معنوية الفروق بينها، فقد استلزم الأمر استخدام طريقة أقل فرق معنوي (L.S.D) Least Significant Differences، كما هو مبين بالشكل رقم (١) حيث اتضح أن مشكلة ارتفاع تكاليف العبوات الجيدة (X₁)، وارتفاع تكاليف إنتاج زهور القطف الأمر الذي يجعلها تواجه منافسة سعرية شديدة بالخارج (X₄) على الترتيب، قد احتلتا معاً المرتبة الثانية، وذلك لعدم وجود فروق معنوية بينهما، بينما احتلتا معاً المرتبة الثالثة من اهتمامات المصدرين مشكلتنا صعوبة تخزين زهور القطف (X₅)، وانخفاض مستوى الفرز والتدريج مقارنة بالدول المنافسة (X₂).

جدول رقم (٤) : نتائج تحليل التباين للمشكلات المتعلقة بالتكاليف والخدمات التسويقية والتي تواجه

مصدري زهور القطف في مصر.

مصدر الاختلاف	درجات الحرية	مجموع مربعات الإتحرافات	متوسط مجموع مربعات الإتحرافات	(ف) المقدر
بين المشكلات	٤	٤٧,٦	١١,٩	*(١٧,٢)**
داخل المشكلات	٣٥	٢٤,٣	٠,٦٩	
المجموع	٣٩	٧١,٩		

ملحوظة: ** معنوي عند المستوى الإجمالي ٠,٠١

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات استطلاع الرأي لمصدري زهور القطف في مصر ٢٠١٦م.

شكل رقم (١): ترتيب المشكلات المتعلقة بالتكاليف والخدمات التسويقية والتي تواجه مصدرى زهور القطف في مصر حسب أولويتها باستخدام طريقة أقل فرق معنوي *

X3	x1	x4	x5	x2	المتوسط
	١,٢٥	٢,٧٥	٢,٨٨	٤,١٣	٤,٢٥

* المشكلات التي تحتها خط متصل ليس بينها فروق معنوية .

- قيمة (L.S.D) عند المستوى الإحتمالي ٠,٠٥ = ٠,٨٥

- قيمة (L.S.D) عند المستوى الإحتمالي ٠,٠١ = ١,١٤

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استطلاع الرأي لمصدرى زهور القطف في مصر ٢٠١٦م.

كما تبين وجود مشكلات أخرى لدى المصدرين، حيث تشكفت من إفادتهم عند المقابلة، وذلك مثل نقص العمالة المدربة خاصة أثناء عمليات النقل بالمطارات مثلاً، كذلك ارتفاع قيمة المنتج المصري من زهور القطف يرجع أساساً لتحميل الشركات (المصدرين) للعديد من الأعباء مثل الضرائب وأجور العمال، مقارنة بأصحاب المشاكل الصغيرة التي تكاد تكون فيها العمالة من داخل الأسرة وبالتالي انخفاض التكاليف، كذلك تبين استخدام بعض المصدرين عبوات غير جيدة لتقليل التكاليف، وفي ضوء ما تقدم من مشكلات تتعلق بالتكاليف والخدمات التسويقية، ومن آراء المصدرين وبعض الباحثين والمهتمين بمجال الصادرات، وكذلك ما أسفرت عنه نتائج استطلاع رأي المصدرين، فإنه للتغلب على تلك المشكلات، فإن الأمر يتطلب ضرورة الاهتمام بتعبئة المنتجات في عبوات ملائمة، والعمل على تسهيل استيراد التكنولوجيا اللازمة لتصنيعها، كذلك ضرورة الاستفادة من مخرجات البحث العلمي لتحسين الكفاءة الإنتاجية والاقتصادية والتسويقية لزهور القطف، كذلك يجب العمل على تخفيض قيمة التعريفه التي تدفع على مركبات النقل الداخلية (الكارثة) لتخفيض التكاليف التسويقية لتجعل المنتج المصري من زهور القطف قادراً على المنافسة السعرية في الأسواق الخارجية.

٢- المشكلات المتعلقة بإدارة العملية التسويقية:

تبين من نتائج استقصاء الرأي وجود عدة مشكلات متعلقة بإدارة العملية التسويقية والجهاز التسويقي، وقد تمثلت تلك المشكلات فيما يلي:

- نقص وتضارب المعلومات عن الأسواق المستوردة (X1).

- التعقيدات الإدارية أو البيروقراطية الإدارية (X2).

- كثرة المخاطر التي تواجه زهور القطف (X3).

- طول فترة بقاء السلعة في ميناء التصدير (X4).

- ضعف وسائل الدعاية والإعلان عن المنتج المصري في الأسواق الخارجية (X5).

وبدراسة الأهمية النسبية لتلك المشكلات، تبين أنها مثلت نسبة ١٠٠% من اهتمامات المصدرين لزهور القطف المصرية، حيث تبين وجود تلك المشكلات عند جميع المصدرين ممن شملهم استقصاء الرأي ونظراً لأن الأهمية النسبية لا تعبر عن أولوية المشكلة لدى المصدرين فقد تطلب الأمر استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد كما بالجدول رقم (٥)، حيث تبين أن قيمة (ف) المحسوبة معنوية إحصائياً عند المستوى الإحتمالي ٠,٠١، ويدل ذلك على وجود فروق معنوية بين تلك المشكلات التي تتعلق بإدارة العملية التسويقية،

وباستخدام طريقة أقل فرق معنوى كما هو بالشكل رقم (٢) اتضح أن مشكلة ضعف وسائل الدعاية والإعلان عن المنتج المصري في الأسواق الخارجية (X_5)، قد جاءت في المرتبة الأولى من اهتمامات المصدرين، في حين جاءت مشكلتا التعقيدات الإدارية أو البيروقراطية الإدارية (X_2)، ونقص وتصارب المعلومات عن الأسواق المستوردة (X_1) في المرتبة الثانية، الأمر الذي يتطلب حل كلتا المشكلتين معاً في نفس التوقيت، كما احتلتا مشكلتا كثرة المخاطر التي تواجه زهور القطف (X_3)، وطول فترة بقاء السلعة في ميناء التصدير (X_4) على الترتيب المرتبة الثالثة لعدم وجود فروق معنوية بينهما.

جدول رقم (٥) : نتائج تحليل التباين للمشكلات المتعلقة بإدارة العملية التسويقية والتي تواجه مصدرى زهور القطف فى مصر.

مصدر الاختلاف	درجات الحرية	مجموع مربعات الانحرافات	متوسط مجموع مربعات الانحرافات	(ف) المقدره
بين المشكلات	٤	٤٢,٨٥	١٠,٧	*(١٠,٩)
داخل المشكلات	٣٥	٣٤,١	٠,٩٨	
المجموع	٣٩	٧٦,٩٥		

ملحوظة: ** معنوى عند المستوى الإحتمالى ٠,٠١

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات استطلاع الرأى لمصدرى زهور القطف فى مصر ٢٠١٦م.

شكل رقم (٢): ترتيب المشكلات المتعلقة بإدارة العملية التسويقية والتي تواجه مصدرى زهور القطف فى مصر حسب أولويتها باستخدام طريقة أقل فرق معنوى *

	X5	x2	x1	x3	x4	المتوسط
	١,٥	٢,٦٣	٢,٦٣	٤,١٣	٤,٢٥	

* المشكلات التى تحتها خط متصل ليس بينها فروق معنوية .

– قيمة (L.S.D) عند المستوى الإحتمالى ٠,٠٥ = ١,٠١

– قيمة (L.S.D) عند المستوى الإحتمالى ٠,٠١ = ١,٣٦

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استطلاع الرأى لمصدرى زهور القطف فى مصر ٢٠١٦م.

كما اتضح أيضا وجود مشكلات أخرى لدى مصدرى زهور القطف تم التعرف عليها أثناء المقابلة الشخصية لهم، تمثلت في تأخير فترة بقاء السلعة في ميناء التصدير خاصة في الشحنات الزهور ونباتات الزينة المتجهة إلى الدول العربية، بالإضافة إلى صدور القرار الوزاري رقم ٤٨٣ بتاريخ ٢٣/٣/٢٠١٦ وخاصة بوضع قيود على استخدام واستيراد الشتلات للقطاع الخاص، الأمر الذي يتطلب تشكيل العديد من اللجان التي من شأنها إضافة معوق جديد من المعوقات الإدارية، كذلك اتضح أن عملية الدعاية للمنتج المصري من زهور القطف يتم بصورة فردية داخل الأسواق المستوردة.

وللتغلب على تلك المشكلات، يرى جميع المصدرين ممن شملهم الاستقصاء ضرورة جعل جميع الأوراق المطلوبة للعملية التصديرية من شباك واحد أو مكان واحد سهل التعامل معه، كذلك يجب على الدولة تقديم العديد من الدورات التدريبية للمصدرين والمنتجين على السواء لتوفير المعلومات اللازمة لهم عن العملية الإنتاجية والأسواق الخارجية ومتطلباتها.

٣- المشكلات المتعلقة بعملية نقل الصادرات:

تبين من دراسة المشكلات التي تواجه الصادرات المصرية من زهور القطف إلى الأسواق الخارجية، وجود العديد من المشكلات الخاصة بالنقل والتي تؤثر على كفاءة أداء العملية التصديرية، وتمثلت تلك المشكلات فيما يلي:

- نقص الفراغات اللازمة لشحن زهور القطف خاصة خلال بعض الفترات (X₁).
- وجود احتكار من جانب كبار المصدرين أو شركات الشحن للفراغات اللازمة لشحن الصادرات (X₂).
- قلة عدد خطوط الطيران المنتظمة في عملية زهور القطف (X₃)
- ارتفاع تكاليف الشحن وعدم تحقيق سرعة النقل المطلوبة (X₄)

وبدراسة الأهمية النسبية لتلك المشكلات، تبين إنها تواجه جميع المصدرين أي تمثل نسبة ١٠٠% من اهتمامات المصدرين، وباستخدام تحليل التباين كما في الجدول رقم (٦) تبين أن قيمة (ف) المحسوبة معنوية إحصائياً عند المستوى الإحتمالي ٠,٠١، مما يشير إلى وجود فروقاً معنوية بين المشكلات التي تتعلق بعملية نقل الصادرات من زهور القطف، وباستخدام طريقة أقل فرق معنوي (L.S.D) لترتيب تلك المشكلات، اتضح من الشكل رقم (٣) أن مشكلة نقص الفراغات اللازمة لشحن زهور القطف خاصة خلال بعض الفترات (X₁)، قد احتلت المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية مشكلة وجود احتكار من جانب كبار المصدرين أو شركات الشحن للفراغات اللازمة لشحن الصادرات (X₂)، بينما جاءت مشكلة ارتفاع تكاليف الشحن وعدم تحقيق سرعة النقل المطلوبة (X₄)، في المرتبة الثالثة، يليها في المرتبة الرابعة مشكلة قلة عدد خطوط الطيران المنتظمة في عملية شحن زهور القطف (X₃) خاصة لصادرات زهور القطف للدول العربية. كما أكد بعض المصدرين خلال استقصاء الرأي على تحملهم تكلفة شحن مرتفعة نظراً لسرعة تلف زهور القطف، كما أن مشكلة نقص الفراغات اللازمة للشحن تكون بسبب أن طراز الطائرة المتجهة إلى الدول العربية غالباً ما يكون من النوع الذي لا يتسع إلا إلى حوالي ٢ طن تقريباً وتكون الأولوية لأمتعة الركاب ثم البضائع، وفي مواسم الذروة والمناسبات قد لا تكفي تلك الفراغات لشحن الصادرات حتى وأن كانت زهور قطف، وبالتالي تنتظر الشحنات المتخلفة الرحلة التي تليها، الأمر الذي يجعل المصدر يضطر إلى استخدام شركات طيران أخرى مرتفعة الأجر، وللتغلب على تلك المشكلات أكد العديد من المصدرين والمختصين والمهتمين بهذا المجال ضرورة مخاطبة شركات الطيران بصورة رسمية لعدم تأخير أي شحنه زهور، وكذلك يجب شحن كافة الشحنات بغض النظر عن المصدر أو شركة الشحن لمنع الاحتكار.

جدول رقم (٦): نتائج تحليل التباين للمشكلات المتعلقة بنقل الصادرات والتي تواجه مصدري زهور القطف

في مصر

مصدر الاختلاف	درجات الحرية	مجموع مربعات الانحرافات	متوسط مجموع مربعات الانحرافات	(ف) المقدرة
بين المشكلات	٣	٢٩,١٣	٩,٧	*(٣١,١)**
داخل المشكلات	٢٨	٨,٧٥	٠,٣١	
المجموع	٣١	٣٧,٨٨		

ملحوظة: ** معنوي عند المستوى الإحتمالي ٠,٠١

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استطلاع الرأي لمصدري زهور القطف في مصر ٢٠١٦م.

شكل رقم (٣): ترتيب المشكلات المتعلقة بنقل الصادرات والتي تواجه مصدري زهور القطف في مصر حسب أولويتها باستخدام طريقة أقل فرق معنوي

X1	x2	x4	x3	المتوسط
	١,٢٥	٢,١٣	٣,١٢	٣,٧٥

- قيمة (L.S.D) عند المستوى الإحتمالي ٠,٠٥ = ٠,٥٧

- قيمة (L.S.D) عند المستوى الإحتمالي ٠,٠١ = ٠,٧٧

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استطلاع الرأي لمصدري زهور القطف في مصر ٢٠١٦م.

ب- المشكلات الخارجية التي تواجه مصدري زهور القطف المصرية:

تعد المشكلات الخارجية التي تواجه الصادرات المصرية من زهور القطف من أهم المشاكل التصديرية، وقد أمكن تقسيم تلك المشكلات إلى قسمين أحدهما ناتج عن الدولة المستوردة، وأخرى خاصة بالمنافسة بين زهور القطف المصرية وغير المصرية في الأسواق المستوردة.

١- المشكلات المتعلقة بالدولة المستوردة:

تبيين من استقصاء الرأي أن المشاكل المتعلقة بالدول المستوردة والتي تواجه الصادرات المصرية من زهور القطف تتمثل فيما يلي:

- انخفاض أسعار زهور القطف في الدول العربية بمقارنتها بالأسواق الخارجية (X_1).
- عدم التزام بعض المستوردين بشروط التعاقد أو الشحنة (X_2).
- تطبيق قوانين وقواعد حمائية في بعض الدول (X_3).
- تباطؤ مكاتب التمثيل التجاري المصرية (X_4).

وبدراسة الأهمية النسبية لتلك المشكلات، تبيين أنها تمثل نسبة ١٠٠% من اهتمامات المصدرين ممن شملهم استقصاء الرأي، وباستخدام تحليل التباين كما بالجدول رقم (٧) يتضح أن قيمة (ف) المحسوبة معنوية إحصائياً عند المستوى الإحتمالي ٠,٠١، وبالتالي فإنه يوجد فرق معنوي بين المشكلات السابق ذكرها والتي اشتمل عليها التحليل، وباستخدام طريقة أقل فرق معنوي (L.S.D) تبيين كما هو موضح بالشكل رقم (٤) أن مشكلة تباطؤ مكاتب التمثيل التجاري المصرية (X_4) جاءت في المرتبة الأولى من اهتمامات المصدرين، تليها في المرتبة الثانية مشكلة انخفاض أسعار زهور القطف في الدول العربية بمقارنتها بالأسواق الخارجية الأخرى (X_1)، كما جاءت معاً مشكلتنا عدم إلتزام بعض المستوردين بشروط التعاقد أو الشحنة (X_2)، وتطبيق قوانين وقواعد حمائية في بعض الدول (X_3) في المرتبة الثالثة من اهتمامات المصدرين.

واتضح أيضاً من استطلاع آراء المصدرين وجود بعض المشكلات والمعوقات الأخرى مثل فرض معايير الجودة وشهادات الجودة على زهور القطف، كذلك رش بعض النباتات بمعاملات معينة (نباتات الزينة)، فضلاً عن فرض بعض الدول على المصدرين تقديم شهادة عدم التحور الوراثي، وقيمة تلك الشهادة تبلغ حوالي ٢٠٠٠ جنيه لكل نوع مصدر، وهي ما تمثل عبء جديد يرفع من قيمة التكاليف، الأمر الذي ينعكس بالسلب على تنافسية السلعة، كما اتضح أيضاً أن لاتفاقية الكوميسا الأثر السلبى على المنتج المحلى من زهور القطف، أن المستورد المصرى يستورد تلك الزهور من الأسواق دول الكوميسا لانخفاض سعرها مما يضر بالمنتج المصرى وهذا ما أوضحته المؤشرات الاقتصادية لصادرات مصر من زهور القطف في الجزء السابق، وللتغلب على تلك المشكلات يتطلب الأمر العمل حل المشاكل والمعوقات التي تواجه صادرات زهور القطف المصرية في الأسواق الأوربية للاستفادة من السعر المرتفع بها، كذلك العمل على تفعيل دور مكاتب التمثيل التجاري، حيث تكون المعلومات والدراسات بها متاحة لكافة المصدرين، أيضاً العمل على توعية المصدرين بالاتفاقيات الدولية المبرمة، وشروط الدول والتكتلات الدولية، خاصة المتعلقة بمواصفات وشهادات الجودة، والشروط المتعلقة بالبيئة وحمائتها.

جدول رقم (٧): نتائج تحليل التباين للمشكلات المتعلقة بالدولة المستوردة والتي تواجه مصدري زهور

القطف في مصر

مصدر الاختلاف	درجات الحرية	مجموع مربعات الإنحرافات	متوسط مجموع مربعات الإنحرافات	(ف) المقدر
بين المشكلات	٣	٢٩,٧٥	٩,٩	(٣٣,٧)**
داخل المشكلات	٢٨	٨,٢٥	٠,٢٩	
المجموع	٣١	٣٨		

ملحوظة: ** معنوى عند المستوى الإحتمالي ٠,٠١

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استطلاع الرأي لمصدري زهور القطف في مصر ٢٠١٦م.

شكل رقم (٤): ترتيب المشكلات المتعلقة بالدول المستوردة والتي تواجه مصدري زهور القطف في مصر. حسب أولويتها باستخدام طريقة أقل فرق معنوي *

X4	x1	x2	x3	المتوسط
	١,٢٥	١,٨٨	٣,٣٨	٣,٥

* المشكلات التي تحتها خط متصل ليس بينها فروق معنوية .
 - قيمة (L.S.D) عند المستوى الإحتمالي $0,05 = 0,56$
 - قيمة (L.S.D) عند المستوى الإحتمالي $0,01 = 0,75$
 المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استطلاع الرأي لمصدري زهور القطف في مصر ٢٠١٦ م.

٢- مشكلات تتعلق بالدول المنافسة:

- تمثلت المشكلات والمعوقات التي تواجه الصادرات المصرية من زهور القطف والناجمة عن التنافس مع دول أخرى في أهم الأسواق الإستيرادية فيما يلي:
- منافسة الدول الأخرى لصادرات زهور القطف المصرية من حيث المنتج وطرق التعبئة والتغليف (X1).
 - منافسة الدول الأخرى لصادرات زهور القطف المصرية من حيث السعر (X3).
 - نجاح الكثير من الدول المنافسة في الدعاية والإعلان عن منتجاتها من زهور القطف (X3).
 - المنافسة الشديدة من جانب الدول الآسيوية (X4)

واتضح من استقصاء رأي المصدرين أن تلك المشكلات الأربع موجودة بالفعل وتعد من أهم المشكلات التي تواجه زهور القطف، حيث مثلت الأهمية النسبة لها حوالي ١٠٠% من اهتمامات المصدرين، وباستخدام تحليل التباين كما بالجدول رقم (٨) يتضح أن قيمة (ف) المحسوبة معنوية إحصائياً عند المستوى الإحتمالي $0,01$ ، وبالتالي فإنه يوجد فرق معنوي بين تلك المشكلات السابق ذكرها والتي اشتمل عليها التحليل، وباستخدام طريقة أقل فرق معنوي (L.S.D) بين المشكلات اتضح كما هو مبين بالشكل رقم (٥) أن مشكلة جدول رقم (٨): نتائج تحليل التباين للمشكلات المتعلقة بالدول المنافسة والتي تواجه مصدري زهور

القطف في مصر

مصدر الإختلاف	درجات الحرية	مجموع مربعات الإحترافات	متوسط مجموع مربعات الإحترافات	(ف) المقدره
بين المشكلات	٣	٢٣,١	٧,٧	
داخل المشكلات	٢٨	١٢,١	٠,٤٣	*(١٧,٨)
المجموع	٣١	٣٥,٢		

ملحوظة: * معنوي عند المستوى الإحتمالي $0,01$

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استطلاع الرأي لمصدري زهور القطف في مصر ٢٠١٦ م.

شكل رقم (٥): ترتيب المشكلات المتعلقة بالدول المنافسة والتي تواجه مصدري زهور القطف في مصر. حسب أولويتها باستخدام طريقة أقل فرق معنوي *

X3	x1	x2	x4	المتوسط
	١,٢٥	٢,١٣	٢,٣٨	٣,٦٣

* المشكلات التي تحتها خط متصل ليس بينها فروق معنوية .
 - قيمة (L.S.D) عند المستوى الإحتمالي $0,05 = 0,67$
 - قيمة (L.S.D) عند المستوى الإحتمالي $0,01 = 0,91$
 المصدر: جمعت وحسبت من بيانات استطلاع الرأي لمصدري زهور القطف في مصر ٢٠١٦ م.

نجاح الكثير من الدول المنافسة في الدعاية والإعلان عن منتجاتها من زهور القطف (X_3) جاءت في المرتبة الأولى من اهتمامات المصدرين.

في حين احتلتنا مشكلتنا منافسة الدول الأخرى لصادرات زهور القطف المصرية من حيث جودة المنتج وطرق التعبئة والتغليف (X_1)، ومشكلة منافسة الدول الأخرى لصادرات زهور القطف المصرية من حيث السعر (X_2) المرتبة الثانية معاً من اهتمامات المصدرين، كما احتلت مشكلة المنافسة الشديدة من جانب الدول الآسيوية (X_4) المرتبة الثالثة.

كما تبين من استقصاء الرأي وجود مشكلات أخرى تواجه مصدرى زهور القطف أهمها ظهور منافسين جدد أهمهم إيران وتايلاند والهند، والأردن وكذلك كينيا والتي تفوقت وبصورة قوية حيث التكنولوجيا المتقدمة التي تعمل على خفض التكاليف مع زيادة جودة المنتج، وللتغلب على المشكلات والمعوقات يجب العمل على إقامة العديد من المعارض الدولية سواء داخل مصر أو بالأسواق المستوردة، أيضاً العمل على تسهيل استيراد ومستلزمات الإنتاج اللازمة لتلك الصناعة تسهيل ودعم واستيراد التكنولوجيا اللازمة لضمان جودة التعبئة والتغليف.

ومن خلال مفهوم كيفية التطوير الذاتي للمصدرين عن طريق حل مشاكل المستوردين (العملاء)، فقد تم سؤال المصدرين عن أهم المشاكل والمعوقات الأخرى التي يواجهها المستورد نفسه فكان أهم تلك المشكلات عدم تطابق أصناف وأحجام الشحنة مع الطلبات، كذلك قد يكون هناك معالجة خاطئة لما بعد جمع الزهور أو تصنيفها، فضلاً عن فشل المصدر أحياناً في إخطار المستورد عن موعد وصول الشحنة بالضبط، بالإضافة إلى مواد التعبئة الرديئة والممارسات السيئة للتعبئة والتي ينتج عنها تلف كرتونات التعبئة والمنتجات أحياناً، والعرض السيء للمنتجات التالفة نتيجة الرطوبة العالية، كذلك عدم امتثال المصدر بجدول الشحنات المتفق عليها وذلك لارتباط تفتيح الزهور بدرجات الحرارة أو ارتفاع السعر في السوق المحلي، ومن المشكلات أيضاً إحتواء الزهور على بعض الحشرات أو الأمراض، ومن أهم المشكلات التي تواجه المستوردين (العملاء) لزهور القطف المصرية هي عدم استيفاء المنتجات لتوقعات المستورد والخاصة بالجودة والنضارة والتصنيف.

ومن أهم المشكلات التي يواجهها المصدر المصري لزهور القطف والتي تكشفت من استقصاء رأي المصدرين، تأخر أوامر التوريد والتي لا تعطي المصدر وقتاً كافياً لإعداد وتجهيز الشحنة والحجز لشحنها جويًا، بالإضافة إلى المبالغة غالباً في توقعات المستورد والخاصة بالجودة العالية جداً والتي يجعل المصدر (المنتج) يقوم بزراعة أصناف معينة والتي يطلبها العميل وبالتالي زيادة التكاليف الإنتاجية غالباً، كذلك تأخر المدفوعات أحياناً، ونزول المستورد العربي إلى السوق المصري وشراؤه زهور القطف بالعمله المحلية، بالإضافة إلى ذلك فإن السوق الأوروبي حالياً يطلب تقديم شهادة الملكية الفكرية لكل صنف جديد من الورود، ولذلك يجب دعم الأبحاث والدراسات الخاصة باستنباط سلالات جديدة من زهور القطف.

ومن خلال المقابلة الشخصية لمصدرى زهور القطف فقد تبين أنه وعلى الرغم من أن المسافة بين السوق المصري والأوروبي وأيضاً العربي قد تكون واحدة إلا أن بعض المصدرين يُقبلون على الأسواق العربية، لعدة أسباب أهمها ارتفاع الدخول وبالتالي ارتفاع القوة الشرائية، فضلاً عن أن الأسواق العربية مفتوحة وبدون قيود تقريباً، بالإضافة إلى ازدياد الطاقة الإستيعابية لتلك الأسواق، كذلك وجود إتفاقيات تجارة حرة، وسهولة التعامل مع المستوردين الخليجيين، وكذلك أيضاً الإستقرار النسبي للسوق العربي، وعلى الرغم من تلك المميزات للسوق العربي إلا أن الأسعار به منخفضة غالباً عن السوق الأوروبي، ويوضح المصدرين الخسارة الكبيرة التي لحقت بصادرات زهور القطف المصرية نتيجة خسارة السوق الليبي والسوري، وبسؤال المصدرين عن مشاكل الأسواق الأوروبية، فقد اتضح أن من أهم المشكلات التي يواجهها

المنتج المصري هي المنافسة الشديدة من الدول المنافسة بتلك الأسواق، وارتفاع تكاليف المنتج المصري لها، وكذلك عدم توافر المعلومات الكافية عن تلك الأسواق، وقد لا يحتاج المصدر تلك الأسواق إلى الدخول في مخاطر جديدة مع عملاء جدد.

ومما سبق فقد أكدت النتائج المتحصل عليها من استقصاء الرأى صحة ما تم الحصول عليه من نتائج في الجزء الخاص بالطلب الخارجي للصادرات المصرية من زهور القطف، حيث تبين أن السعر ليس وحده فقط هو المحدد أو المؤثر في الكمية المطلوبة فعلى الرغم من امتلاك مصر لميزة سعرية كبيرة مقارنة بغالبية الدول المنافسة إلا أن الكمية المصدرة من زهور القطف منخفضة مقارنة بكميات الدول المنافسة، وقد يرجع ذلك إلى ضعف وسائل الدعاية والإعلان للمنتج المصري، كذلك إنتاج الدول المنافسة لأصناف مطلوبة بالأسواق الإستيرادية، وكذلك وجود الكثير من المشاكل الإدارية التي تعوق عملية التصدير، فضلاً عن نقص وتضارب المعلومات عن الأسواق المستوردة.

الملخص والتوصيات

يعد التصدير أحد الركائز الأساسية، التي يستند عليها الإنطلاق الاقتصادي، في توفير مصادر دائماً للنقد الإجنبي، وتتركز الصادرات الزراعية المصرية في عدد محدود من المحاصيل التقليدية، كما تركز جغرافياً في مجموعة محدود من الأسواق الخارجية، الأمر الذي يتطلب التركيز على تنمية الصادرات غير التقليدية، وخاصة زهور القطف، والتي يتزايد الطلب العالمي عليها، وقد تمثلت مشكلة البحث في تذبذب كمية وقيمة الصادرات المصرية عامة، وكذلك كمية وقيمة زهور القطف الموجهة إلى الأسواق الخارجية، ومع التزايد المستمر في العجز في الميزان التجاري والزراعي المصري، وعلى الرغم من المقومات الإنتاجية والفرص التصديرية المنافسة لزهور القطف المصرية، إلا أن حجم إنتاجها وصادراتها مازال صغيفاً ولا يتناسب مع تلك المقومات، الأمر الذي يشير بوضوح إلى عجزها عن النفاذ للأسواق الخارجية، وانطلاقاً من المشكلة البحثية فقط استهدف البحث رصد وتحديد متطلبات تنمية الصادرات المصرية من زهور القطف وذلك من خلال إلقاء الضوء على بعض المؤشرات الخاصة بالتجارة الخارجية لزهور القطف، ودراسة الطلب الخارجي لتلك الصادرات، بالإضافة إلى التعرف على المشكلات والمعوقات التي تواجه العاملين في مجال الصادرات المصرية من زهور القطف، وقد تم استخدام أسلوب التحليل الوصفي والكمي لعرض وقياس أهم الظواهر والمتغيرات الاقتصادية المتعلقة بالمشكلة البحثية، وقياس المتغيرات المرتبطة بها، واعتمدت الدراسة على صورة أساسية على البيانات الثانوية التي تصدر عن الجهات المختصة، ولذلك اعتمدت الدراسة على البيانات الأولية، حيث تم إجراء استقصاء رأى بعض المصدرين لزهور القطف، للوقوف على المشكلات والمعوقات التي تواجههم وسبل التغلب عليها، حيث تم تصميم استمارة أعدت خصيصاً لهذا الغرض، وقد تم جمع البيانات عن طريق المقابلة الشخصية لعدد ثمانية مصدرين لزهور القطف المصرية.

واتضح من نتائج البحث ضرورة العمل لتنمية الصادرات المصرية من زهور القطف، خاصة في ظل العجز المستمر في الميزان التجاري المصري وارتفاع سعر الدولار أمام الجنيه المصري، كما تبين أيضاً استحواذ السوق الليبي على ٧٢,٨% من إجمالي صادرات زهور القطف المصرية، كذلك مواجهة صادرات زهور القطف المصرية منافسة قوية بالسوق الألماني، حيث بلغت كمية صادرات مصر إليه حوالي ٢,٩% من حجم الصادرات المصرية من زهور القطف، على الرغم من أن السوق الألماني الأول عالمياً من حيث الواردات من زهور القطف، ودراسة الطلب الخارجي على الصادرات المصرية من زهور القطف تبين أن لمصر ميزة سعرية كبيرة مقارنة بالدول المنافسة في السوق السعودي والهولندي، وأتضح أيضاً أن سعر التصدير المصري لزهور القطف من أهم العوامل المؤثرة على الكمية المصدرة منها في السوق السعودي، وأن سعر التصدير المصري وسعر التصدير التونسي من أهم العوامل المؤثرة على كمية الصادرات في السوق الهولندي.

وتبين من دراسة المشكلات والمعوقات التي تواجه مصدرى زهور القطف المصرية، أن أهم تلك المشكلات تمثلت في ارتفاع تكاليف النقل الجوي، وصعوبة تخزين زهور القطف، كما تبين أن مشكلة ضعف وسائل الدعاية والإعلان عن المنتج المصري في الأسواق الخارجية احتلت المرتبة الأولى من المشاكل المتعلقة بإدارة العملية التسويقية، يلها في المرتبة الثانية مشكلتا التعقيدات الإدارية والبيروقراطية، وتقصى وتضارب المعلومات عن الأسواق المستوردة، وجاءت مشكلة نقص الفراغات اللازمة لشحن الزهور في المرتبة الأولى بالنسبة للمشاكل المتعلقة بعملية الصادرات، كما احتلت مشكلة تباطؤ مكتب التمثيل التجاري المصرية المرتبة الأولى في المشكلات المتعلقة بالدولة المستوردة، وجاءت مشكلة نجاح الكثير من الدول المنافسة في الدعاية والإعلان عن منتجاتها من زهور القطف في المرتبة الأولى من المشاكل المتعلقة بالدول المنافسة.

وفي ضوء ما توصل إليه البحث من نتائج فقد أمكن التوصل إلى التوصيات الآتية:

- ١- التفاوض مع بعض الدول المستوردة لزهور القطف من أجل تخفيض أو إزالة التعريفات الجمركية التي تفرضها على الصادرات المصرية من زهور القطف
- ٢- تسهيل استيراد مستلزمات الإنتاج الخاصة بتصنيع العبوات الجيدة اللازمة لزهور القطف.
- ٣- تفعيل دور مكاتب التمثيل التجاري بالدول المستوردة لزهور القطف وتقديم دورات تدريبية
- ٤- إقامة العديد من المعارض لزهور القطف المصرية بالخارج وتكثيف دور الدعاية والإعلان عنها.
- ٥- التفاوض مع شركات الطيران بشأن أولوية شحن زهور القطف خاصة في مواسم الذروة.
- ٦- مد المصدرين بمواصفات الجودة المطلوبة بالأسواق الخارجية بزهور القطف.
- ٧- دعم الأبحاث والدراسات الخاصة باستنباط سلالات جديدة من زهور القطف.

المراجع:

- ١- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، الكتاب الإحصائي السنوي، إصدار سبتمبر ٢٠١٥م.
- ٢- دلال نواف الزامل، تسويق ازهار القطف في الاردن العناصر والمعلومات والحلول، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا ، الجامعة الاردنية ، ٢٠٠٨م.
- ٣- على أبوضيف محمد مطاوع، دراسة إقتصادية للعوامل المؤثرة على كفاءة الإنتاج الزراعى فى الأراضى الجديدة، رسالة دكتوراه، قسم الإقتصاد الزراعى، كلية الزراعة، جامعة الأزهر، ٢٠٠٢م.
- ٤- عمرو محسن محمد أحمد، دراسة إقتصادية لامكانيات النهوض بالصادرات الزراعية المصرية من زهور القطف، رسالة ماجستير، قسم الإقتصاد الزراعى، كلية الزراعة، جامعة الفيوم، ٢٠١٣م.
- ٥- شبكة المعلومات الدولية الإنترنت

1- www.trademap.prg

2- <http://data-albankaldawli.org/indcator.ng.GNP.CD>

الملاحق:

جدول رقم (١) العوامل المؤثرة على صادرات مصر من زهور القطف إلى السوق السعودي خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠٠١)

البيان / السنوات	صادرات مصر من زهور القطف إلى السوق السعودي (بالطن)	متوسط دخل الفرد السعودي (ألف دولار أمريكي)	إجمالي واردات السعودية من زهور القطف	أسعار تصدير زهور القطف المصرية	أسعار تصدير زهور القطف الكينية	أسعار تصدير زهور القطف التايلندية	أسعار تصدير زهور القطف الهولندية	أسعار تصدير زهور القطف الكولومبية
٢٠٠١	٤٣	٨,١٣	٢١٦٧	١١٦٣	١٠٠٠	٥٤٣٨	٢٩٨٦	٥٢٢٢
٢٠٠٢	٦٤	٨,١٥	١٦٥٢	١٦٧٢	٣٦٦٧	٥٠٢١	٣٠٣٦	٥٣٣٣
٢٠٠٣	٩٥	٨,٨٧	٢١٩٩	١٥٧٩	٥٥٨٣	٥٥٤٥	٣٤٣٠	٦٠٠٠
٢٠٠٤	١٦٤	١٠,٥٣	٣٤٧١	١٢٥٠	٥٣٨٥	٦٠٨٨	٣٩٠١	٥٤٣٨
٢٠٠٥	٢٠٢	١٢,٤٦	٢٦٧٠	١٥٩٩	٤٧٥٩	٦٤٦٦	٥٣٨٦	٥٨٨٦
٢٠٠٦	٢٣٢	١٤,١٦	٢٧٣٨	١٧٣٧	٥١٠٤	٦٦٣٢	٥٩٩٨	٥٩٠٥
٢٠٠٧	١٥٨	١٥,٨٣	١٤٥٣	١٩٠٥	٥١٢٨	٧٣٣٠	٨٠٠٤	٥١٨٥
٢٠٠٨	١٣٦,٨٥٧١	١٨,٣٨	٦٢٢	١٥٥٧	٦٢٦٨	٤٦٧٧,٢٨٦	٤٦٧٧,٢٨٦	٤٥٢٩
٢٠٠٩	٦٦٥,٢٥	١٧,٩٤	٩٣٥	٣٥٥١,٢٥	٦٤٦٩	٤٥٢٥,٥	٨٦٠٦	٢٦٣٤
٢٠١٠	٥٤٥	١٨,٤٧	٥٦١٤	٣٢١٨	٦٢٧٥	٢٣٠٦	٦٤٧٠	٢١٠٧
٢٠١١	٧٢٩	٢٠,٤٥	٥٨٦٦	٣٥٤٧	٥٩٨٨	٦٧٦٦	٨٦٦٩	١٨٢٧
٢٠١٢	٥٠٥	٢٣,٦٩	٥٦٨١	٣٧٨٠	٥٦١٥	٥٤٤٠	٨٧٢٨	٢٤٠٣
٢٠١٣	٨٨٢	٢٥,١٤	٧٨١٥	٣٦٦٠	٤١٠٨	٣٥٩٠	١٠٥٥٧	٤٨١٣

المصدر: جمعت وحسبت من:

١- شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) www.trademap.org

جدول رقم (٢) أهم العوامل المؤثرة على صادرات مصر من زهور القطف للسوق الهولندي خلال الفترة (٢٠١٤-٢٠٠١) الكمية بالطن ، السعر بالآلف دولار

البيان / السنوات	صادرات مصر من زهور القطف إلى السوق الهولندي	أسعار تصدير زهور القطف المصرية	أسعار تصدير زهور القطف الزامبية	أسعار تصدير زهور القطف التونسية	أسعار تصدير زهور القطف التركية
٢٠٠١	٧٢	١٦٣٩	٣٢٧٦	٥٧٩٤	٢٧٩١
٢٠٠٢	١٣٢	١٧٥٨	٣٤٩٢	١٩١٧	٢٢٠٣
٢٠٠٣	٢٨٦	٢٢٥٢	٣٩١٥	١١٠٨	٢٧٦٤
٢٠٠٤	٣١٧	١٩١٢	٣٩٤٣	٢٥٠٠	٣٢٥٤
٢٠٠٥	٥٥٨	١٨٦٠	٣٨٢٧	٢٤٧٨	٣٤٨٨
٢٠٠٦	٧٥٠	٢٢٢٠	٤٢٦٨	١٣٢٦٧	٤٥٤٠
٢٠٠٧	٥٢٦	٣١٦٥	٣٥١٢١	١٣٧٥	٧٦٩٦
٢٠٠٨	٥٥٩	٣٧٥١	٧٥٨٤	١٢٠٠	٥٦٩١
٢٠٠٩	١٧٤	٧١٠٩	٨٣٣٤	٨٦٠٠	٦٨٤٢
٢٠١٠	١٩٤	٤٢١٦	٦٩٩٧	١٦٧٦	٥٢٢٩
٢٠١١	٢١٢	٤٨٤٤	٧٠٨٦	٢٤٦٢	٤٥٩٣
٢٠١٢	٢١٦	٤٥٧٩	٦٨٣٢	٢٥٠٠	٣٦٢٢
٢٠١٣	١١٧	٤٣٠٨	٥٨٧٧	٣٣٦٨	٤١١٢
٢٠١٤	٢٣٨	٤٢٨٢	١٥٦٣	٢٢٥٠	٣٢٦٠

المصدر: جمعت وحسبت من: شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) www.trademap.org

Problems And Obstacles Facing Egyptian Exports Of Cut Flowers

Dr. Abbas Abu Daif Mohamed

Dr. Ahmed Ibrahim Mohamed

Summary

Export is one of the main pillars which economic progress relies on it to provide permanent sources of foreign exchange, which requires a focus on the development of non-traditional exports, particularly cut flowers, which is demanded globally.

The problem of Study is fluctuations in the amount of Egyptian exports of cut flowers, and with the continuing deficit in the Egyptian balance of trade and agricultural balance it is necessary to work on the development of these exports .the study aimed to monitor and identify the Egyptian Export Development requirements throughout studying the factors affecting their required amount of the most important import markets, it is aimed also to identify the most important problems and obstacles facing Egyptian exporters cut flowers. The study relied on secondary data issued by the competent authorities; it is also relied on the initial data, where it had been consulted the opinion of some exporters of cut flowers Egyptian.

It is clear from research that it is necessary to work on the development of Egyptian exports of cut flowers and work to resolve the problems and constraints faced, and that was the most important price competition in some countries in the import markets, as well as higher transportation costs, in addition to the problem of weak media advertising for Egyptian products in the markets State, which was ranked first of the concerns of exporters,

It also turns out that the most important problems facing the cut flower exports is the lack of spaces needed for shipping and conflicting information about importing markets, and the problem of the ineffectiveness of the Egyptian trade representation offices of the importing countries, and therefore the study recommends that:

1. Activate the role of commercial representation offices of importing countries.
2. Work on the reduction or elimination of tariffs offered by some countries.
3. Facilitate the importation and production requirements and the mobilization of cut flowers.
4. Provide technical support to exporters and provide information on markets.