

الملاحم والمؤشرات الاقتصادية لإنتاج وتسويق الألبان بمحافظة الفيوم

عبدالعظيم محمد مصطفى ، محمد أحمد سعيد ومحمود عبدالسلام أحمد
الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة- جامعة الفيوم - مصر

مقدمة:

يحتل القطاع الزراعي مكانة رئيسية في الاقتصاد القومي المصري وذلك لدوره الأساسي في توفير جزء هام من الاحتياجات الغذائية لأفراد المجتمع ومساهمته في التنمية الاقتصادية، كما يعتبر القطاع الزراعي قطاعاً اقتصادياً هاماً كمصدر للدخل لما يزيد عن نصف عدد السكان في مصر. كما أنه قطاع متميز بين القطاعات الاقتصادية الأخرى في مصر حيث يساهم بحوالي ١٣.٤% من الناتج القومي الإجمالي، ويعتبر قطاع الإنتاج الحيواني ركيزة أساسية للإنتاج الزراعي إلي جوار الإنتاج النباتي، حيث بلغت قيمته حوالي ٣٤.١ مليار جنيه، تمثل حوالي ٣٤.٦% من قيمة الإنتاج الزراعي والبالغة نحو ٩٨.٧٨ مليار جنيه، وترجع الأهمية الاقتصادية للألبان إلي أنها من أهم مكونات الإنتاج الحيواني حيث تقدر قيمة الإنتاج المحلي من الألبان بنحو ٨.٠٦ مليار جنيه تمثل حوالي ٢٣.٥% من قيمة الإنتاج الحيواني وذلك كمتوسط للفترة (٢٠٠٠-٢٠٠٦).

ويعتبر اللبن ومنتجاته من الأغذية الأساسية الهامة للإنسان في جميع الأعمار فهو غذاء كامل للطفل الرضيع ويحتوي علي جميع العناصر الغذائية اللازمة لبناء الجسم بالنسبة للشباب، كما يحتاجه المسنين لعلاج مشكلة هشاشة العظام الناتج عن نقص عنصر الكالسيوم المصاحب للشيخوخة. وترجع أهميته أيضاً إلي أنه غذاء شبه كامل يحتوي علي حوالي ٨٥ عنصر غذائي جميعها هامة لنمو الجسم وحيويته، فهو مصدر للبروتين الحيواني مرتفع القيمة الغذائية لإحتوائه علي الأحماض الامينية الأساسية والضرورية، كما يحتوي علي الدهون وسكر اللاكتوز والأملاح المعدنية والفيتامينات وجميعها يلزم لإمداد الجسم بالطاقة وعمليات البناء الحيوية المختلفة. وكذلك يعتبر اللبن المادة الخام لكثير من الصناعات اللبنية كألبان الشرب والألبان المتخمرة والجبن والزبد.

مشكلة الدراسة:

يعتمد إنتاج الألبان في مصر علي ثروة حيوانية تضم العديد من نوعيات حيوانية ذات صفات وسلالات إنتاجية متعددة وتنصف غالباً بعدم التخصص في إنتاج الألبان، فجاناب الجاموس الذي يعتبر المصدر الرئيسي للألبان فهناك الأبقار والأغنام والماعز. وهناك ثلاث نظم رئيسية لإنتاج الألبان في مصر وهي إنتاج الألبان من المزارع الصغيرة (القطاع التقليدي)، والمزارع التجارية للماشية الأجنبية، وإنتاج الألبان من قطعان الجاموس التجاري، ويمثل القطاع التقليدي النمط الرئيسي لإنتاج الألبان حيث يساهم بحوالي ٧٥% من إجمالي الألبان المنتجة في مصر، ويتكون من منتجات المزارع الخاصة التقليدية المختلفة التي تجمع بين الأنشطة الإنتاجية النباتية والحيوانية والتي يتم فيها تربية الأبقار والجاموس محملة علي مساحة من البرسيم المستديم.

ورغم أن النظام التقليدي يضم أعداد كبيرة من إجمالي الحيوانات الحلابة إلا أنها تنصف بانخفاض الإنتاجية من الألبان نتيجة لوجود عدد من المشكلات والمعوقات التي تواجه الإنتاج والتي يأتي في مقدمتها نوع السلالة والأعلاف وعدم ملاءمة المناخ الاقتصادي الذي يجري فيه الإنتاج. بالإضافة إلي مشاكل إنتاج الألبان التي تتوقف علي عدد الحيوانات المنتجة للبن وإنتاجية الوحدة منها. وبالتالي فإن الإنتاج المحلي المنخفض من الألبان والذي يبلغ في المتوسط نحو ٤.٧٢ مليون طن يعجز عن الوفاء بالإحتياجات الاستهلاكية المتزايدة والتي تبلغ نحو ٦.٠٧ مليون طن، وتبلغ الفجوة للبنية نحو ١.٤ مليون طن كمتوسط للفترة (٢٠٠٠-٢٠٠٦). وتشير تقديرات منظمة الأغذية والزراعة إلي أن متوسط نصيب الفرد من الألبان في الدول المتقدمة يعادل ما يزيد علي خمسة أمثال نظيره في الدول النامية.

بالإضافة إلي ذلك وجود جهاز تسويقي يتسم بالقصور في تسويق الألبان ومنتجاتها مما أدي إلي ارتفاع ملحوظ في أسعارها خلال الأونة الأخيرة، خاصةً مع زيادة الطلب عليها نتيجة للزيادة السكانية وارتفاع مستوي الدخل الفردي. ومن المعروف أن محافظة الفيوم من المحافظات التي يعتبر النشاط الزراعي فيها هو النشاط الرئيسي وإملاك المزارعين لثروة حيوانية لإنتاج اللبن، وعلي الرغم من ذلك فإن

أسعار اللبن ومنتجاته مرتفعة. وتتنوع أعداد الإناث الحلابية المنتجة للبن وكمية الإنتاج من الألبان في محافظة الفيوم إلى التذبذب بين الزيادة والنقصان، لذا فمن الأهمية إجراء هذه الدراسة للتعرف على الوضع الراهن للألبان ومنتجاتها في جمهورية مصر العربية بصفة عامة وفي محافظة الفيوم بصفة خاصة، ودراسة وتحليل الكفاءة الإنتاجية والتسويقية للألبان في محافظة الفيوم، والتعرف على المعوقات والمشاكل التي تواجه هذا القطاع المهم من أجل العمل على تحسين الأداء الاقتصادي به والنهوض بمستويات الإنتاج من الألبان ومنتجاتها وزيادة معدلات الإكتفاء الذاتي.

أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة التعرف على الملامح والمؤشرات الاقتصادية لإنتاج وتسويق الألبان بمحافظة الفيوم وذلك من خلال الأهداف الفرعية الآتية:

- ١- دراسة الكفاءة الإنتاجية للألبان في الحيازات المختلفة بمحافظة الفيوم.
- ٢- دراسة المسارات التسويقية والكفاءة التسويقية للألبان بمحافظة الفيوم.
- ٣- التعرف على أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه منتجي الألبان بمحافظة الفيوم والوصول إلى أهم الحلول والتوصيات المناسبة للتغلب على هذه المشاكل والمعوقات من أجل النهوض بالإنتاج والوصول إلى مستويات عالية منه.

الطريقة البحثية ومصادر جمع البيانات:

إعتمدت الدراسة على نوعين من البيانات:

١-البيانات الثانوية:

والتي تم الحصول عليها من الهيئات الرسمية مثل وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، وإدارة الإنتاج الحيواني بمديرية الزراعة بالفيوم، ومركز المعلومات بمديرية الزراعة بالفيوم. بالإضافة إلى الاستعانة بالعديد من الكتب والأبحاث والرسائل العلمية ذات الإرتباط الوثيق بموضوع الدراسة.

٢-البيانات الأولية:

والتي تم تجميعها من منتجي الألبان بمركز إطسا وأبشواي في الفئات الحيازاتية المختلفة وقد تم الحصول على البيانات بالمقابلة الشخصية عن طريق ٢٠٠ إستمارة إستبيان صممت لذلك في الموسم الإنتاجي ٢٠٠٨. وبالنسبة للطريقة البحثية فقد تم استخدام أساليب التحليل الوصفي والكمي للبيانات التي تم جمعها واستخدمت مقاييس الكفاءة الإنتاجية.

عينة الدراسة:

تشتمل محافظة الفيوم على ٦ مراكز إدارية وهي (الفيوم- سنورس- إطسا- أبشواي- طامية - يوسف الصديق) والجدول رقم (١) يوضح أعداد الحائزين وعدد الماشية المنتجة للبن والنسبة المئوية لكل مركز من المراكز الستة، وقد استخدمت الدراسة عينة طبقية حيث تم إختيار مركز إطسا وأبشواي تبعاً للأهمية النسبية للوسط الهندسي حيث يمثل مركز إطسا حوالي ٣٧.٤% من إجمالي المحافظة ويمثل مركز أبشواي حوالي ١٤.٤% من إجمالي المحافظة، ومن مركز إطسا تم إختيار قرية منيا الحيط وجرود ومن مركز أبشواي تم إختيار قرية أبوجنشو والنصارية، وبالتالي فقد حددت الدراسة حجم العينة (٢٠٠) منتج على أساس إختيار ١٠% من عدد الحائزين في القرى المختارة تم توزيعهم على مركز إطسا وأبشواي موزعين على ثلاثة فئات لكلاً من الجاموس والأبقار وهي: الفئة الأولى من (١-٣) رؤوس. والفئة الثانية: من (٤-٦) رؤوس. والفئة الثالثة: ٧ رؤوس فأكثر.

جدول رقم (١): أعداد الحائزين وعدد الماشية موزعة على مراكز محافظة الفيوم

المركز	عدد الحائزين	عدد الماشية	الوسط الهندسي	النسبة المئوية
--------	--------------	-------------	---------------	----------------

٣٧.٤	١٢٥٠.٨	٢٤٥٢٢	٦٣٨٠	إطسا
١٤.٤	٤٧٨١.٦	٦٤٩٠	٣٥٢٥	أبشواي
١٤.٢	٤٧٥٦	١٠٢٠٠	٢٢١٨	طامية
١٢.٢	٤٠٩٢	٩٤٢٧	١٧٧٧	الفيوم
١١.٣	٣٨١٨	٦٦٥٨	٢١٩٠	يوسف الصديق
١٠.٤	٣٤٧٥	٧١١٥	١٦٩٨	سنورس
١٠٠	٣٣٤٣٠	٦٤٤١٢	١٧٧٨٨	الإجمالي

المصدر: مديرية الزراعة بالفيوم، مركز المعلومات، بيانات غير منشورة، ٢٠٠٧.

توضح الجداول رقم (٢، ٣) توزيع عينة الدراسة علي القرى التي تم إختيارها من مركزي إطسا وابشواي حسب الفئات الإنتاجية الثلاث حيث تم إختيار ٤٢ منتج من الفئة الأولى، ١٤ منتج من الفئة الثانية، ١٤ منتج من الفئة الثالثة ليكون إجمالي المنتجين ٧٠ منتج من قرية منيا الحيط. كما تم إختيار ٣٦ منتج من الفئة الأولى، ١٢ منتج من الفئة الثانية، ١٢ منتج من الفئة الثالثة ليكون إجمالي المنتجين ٦٠ منتج من قرية جردو ليصبح عدد المنتجين من مركز إطسا ١٣٠ منتج. وفي مركز ابشواي تم إختيار ٢٢ منتج من الفئة الأولى، ٧ منتج من الفئة الثانية، ٧ منتج من الفئة الثالثة ليكون إجمالي المنتجين ٣٦ منتج من قرية أبو جنشوا، كما تم إختيار ٣٤ منتج من قرية النصارية منهم ٢٠ منتج من الفئة الأولى، ٧ منتج من الفئة الثانية، ٧ منتج من الفئة الثالثة ليصبح عدد المنتجين من مركز ابشواي ٧٠ منتج.

جدول رقم (٢): توزيع العينة علي مركزي إطسا وابشواي

المركز	القرية	عدد المنتجين	الإجمالي
إطسا	منيا الحيط	٧٠	١٣٠
	جردو	٦٠	
ابشواي	أبو جنشو	٣٦	٧٠
	النصارية	٣٤	
الإجمالي			٢٠٠

المصدر: مديرية الزراعة بالفيوم، مركز المعلومات، بيانات غير منشورة، ٢٠٠٧.

جدول رقم (٣): توزيع فئات العينة علي القرى المختارة

الفئة القرية	(٣-١) رأس	(٦-٤) رأس	(٧) رأس فأكثر	الإجمالي
منيا الحيط	٤٢	١٤	١٤	٧٠
جردو	٣٦	١٢	١٢	٦٠
أبو جنشو	٢٢	٧	٧	٣٦
النصارية	٢٠	٧	٧	٣٤
الإجمالي	١٢٠	٤٠	٤٠	٢٠٠

المصدر: مديرية الزراعة بالفيوم، مركز المعلومات، بيانات غير منشورة، ٢٠٠٧.
نتائج الدراسة:

أولاً: الكفاءة الإنتاجية والاقتصادية لمزارع اللب:
(١) - هيكل التكاليف الكلية للرأس من الماشية الحلابة:

تم تقدير بنود التكاليف لمزارع إنتاج اللبن الجاموسي والبقرى بمحافظة الفيوم على مستوى الفئات الإنتاجية الثلاث، وفيما يلي أهم النتائج:

أ- هيكل التكاليف الكلية للرأس للفئة الأولى (١-٣ رأس):

- الأهمية النسبية لبنود التكاليف الثابتة والمتغيرة للرأس من الجاموس:

باستعراض البيانات بالجدول رقم (٤) والذي يوضح بنود عناصر التكاليف المتغيرة والثابتة والكلية للرأس المنتجة من لبن الجاموس، يتضح أن التكاليف الكلية بلغت نحو ٣٧٨٠ جنيه، وقدرت التكاليف المتغيرة بنحو ٣٥٨٠ جنيه تمثل ٩٤.٧% من إجمالي التكاليف الكلية، في حين قدرت التكاليف الثابتة بنحو ٢٠٠ جنيه تمثل نحو ٥.٣%. وبدراسة الأهمية النسبية لبنود التكاليف المتغيرة يتضح أن قيمة التغذية تأتي في المرتبة الأولى حيث بلغت نحو ٢٣٨٠ جنيه تمثل نحو ٦٣% من إجمالي التكاليف الكلية. في حين تأتي أجور العمال في المرتبة الثانية حيث قدرت بنحو ١٠٠٠ جنيه تمثل نحو ٢٦.٤٣% من إجمالي التكاليف الكلية، أما الرعاية البيطرية والتلقيح فتأتي في المرتبة الثالثة والرابعة بقيمة بلغت ١٨٥، ١٥ جنيهات تمثل نحو ٤.٨٩%، ٠.٣٨% من إجمالي التكاليف الكلية للرأس علي الترتيب.

- الأهمية النسبية لبنود التكاليف الثابتة والمتغيرة للرأس من الأبقار:

باستعراض بيانات الجدول رقم (٤) يتضح أن التكاليف الكلية للرأس المنتجة من لبن الأبقار بلغت نحو ٣٤٦٠ جنيه، وقدرت التكاليف المتغيرة بنحو ٣٢٦٠ جنيه تمثل ٩٤.٢٢% من إجمالي التكاليف الكلية، في حين قدرت التكاليف الثابتة بنحو ٢٠٠ جنيه تمثل نحو ٥.٧٨%. وبدراسة الأهمية النسبية لبنود التكاليف المتغيرة يتضح أن قيمة التغذية تأتي في المرتبة الأولى حيث بلغت نحو ٢٢١٠ جنيهات تمثل نحو ٦٣.٨٧% من إجمالي التكاليف الكلية في حين تأتي أجور العمال في المرتبة الثانية حيث قدرت بنحو ٩٥٠ جنيهات تمثل نحو ٢٧.٤٦%، أما الرعاية البيطرية والتلقيح فتحلت المرتبة الثالثة والرابعة بقيمة بلغت ٨٨، ١٢ جنيهات تمثل نحو ٢.٥٤%، ٠.٣٥% من إجمالي التكاليف الكلية للرأس الإنتاجية علي الترتيب.

جدول رقم (٤): هيكل التكاليف الكلية للرأس المنتجة للفئة الأولى * بعينة الدراسة

البند	الجاموس		الأبقار	
	القيمة بالجنيه	%	القيمة بالجنيه	%
التغذية	٢٣٨٠	٦٣	٢٢١٠	٦٣.٨٧
العمالة	١٠٠٠	٢٦.٤٣	٩٥٠	٢٧.٤٦
الرعاية البيطرية	١٨٥	٤.٨٩	٨٨	٢.٥٤
التلقيح	١٥	٠.٣٨	١٢	٠.٣٥
إجمالي التكاليف المتغيرة	٣٥٨٠	٩٤.٧	٣٢٦٠	٩٤.٢٢
إجمالي التكاليف الثابتة	٢٠٠	٥.٣	٢٠٠	٥.٧٨
إجمالي التكاليف الكلية	٣٧٨٠	١٠٠	٣٤٦٠	١٠٠

* الفئة الأولى (١-٣ رأس).

المصدر: جمعت وحسبت من إستمارة الإستهتبان بعينة الدراسة للموسم الزراعي (٢٠٠٨).

ب- هيكل التكاليف الكلية للرأس للفئة الثانية (٤-٦ رأس):

- الأهمية النسبية لبنود التكاليف الثابتة والمتغيرة للرأس من الجاموس:

باستعراض البيانات بالجدول رقم (٥) والذي يوضح بنود عناصر التكاليف المتغيرة والثابتة والكلية للرأس المنتجة من لبن الجاموس يتضح أن التكاليف الكلية بلغت نحو ٣٥٥٠ جنيه، وقدرت التكاليف المتغيرة بنحو ٣٣٥٠ جنيه تمثل ٩٤.٣٧% من إجمالي التكاليف الكلية، في حين قدرت التكاليف الثابتة بنحو ٢٠٠ جنيه تمثل نحو ٥.٦٣%. وبدراسة الأهمية النسبية لبنود التكاليف المتغيرة يتضح أن قيمة التغذية تأتي في المرتبة الأولى حيث بلغت نحو ٢٣٥٠ جنيهات تمثل نحو ٦٦.٢% من إجمالي التكاليف الكلية في حين تأتي أجور العمال في المرتبة الثانية حيث قدرت بنحو ٩٠٠ جنيهات تمثل نحو ٢٥.٣٥%، أما الرعاية

البيطرية والتلقيح فتأتي في المرتبة الثالثة والرابعة بقيمة بلغت ٨٨، ١٢ جنيهاً تمثل نحو ٢.٤٨%، ٠.٣٨% من إجمالي التكاليف الكلية للرأس الإنتاجية علي الترتيب.

- الأهمية النسبية لبنود التكاليف الثابتة والمتغيرة للرأس من الأبقار:

باستعراض بيانات الجدول رقم (٥) يتضح أن التكاليف الكلية للرأس المنتجة من لبن الأبقار بلغت نحو ٣١٣٠ جنية، قدرت التكاليف المتغيرة بنحو ٢٩٧٠ جنية تمثل ٩٤.٩% من إجمالي التكاليف الكلية، في حين قدرت التكاليف الثابتة بنحو ١٦٠ جنية تمثل نحو ٥.١%. وبدراسة الأهمية النسبية لبنود التكاليف المتغيرة يتضح أن قيمة التغذية تأتي في المرتبة الأولى حيث بلغت نحو ٢٠٠٠ جنيهاً تمثل نحو ٦٣.٩% من إجمالي التكاليف الكلية في حين تأتي أجور العمال في المرتبة الثانية حيث قدرت بنحو ٨٩٠ جنيهاً تمثل نحو ٢٨.٤%، أما الرعاية البيطرية والتلقيح فتأتي في المرتبة الثالثة والرابعة بقيمة بلغت ٧٠، ١٠ جنيهاً تمثل نحو ٢.٢٧%، ٠.٣٣% من إجمالي التكاليف الكلية للرأس الإنتاجية علي الترتيب.

جدول رقم (٥): هيكل التكاليف الكلية للرأس المنتجة للفئة الثانية* بعينة الدراسة

الأبقار		الجاموس الأبقار		البند
%	القيمة	%	القيمة	
٦٣.٩	٢٠٠٠	٦٦.٢	٢٣٥٠	التغذية
٢٨.٤	٨٩٠	٢٥.٣٥	٩٠٠	العمالة
٢.٢٧	٧٠	٢.٤٨	٨٨	الرعاية البيطرية
٠.٣٣	١٠	٠.٣٤	١٢	التلقيح
٩٤.٩	٣٩٧٠	٩٤.٣٧	٣٣٥٠	إجمالي التكاليف المتغيرة
٥.١	١٦٠	٥.٦٣	٢٠٠	إجمالي التكاليف الثابتة
١٠٠	٣١٣٠	١٠٠	٣٥٥٠	إجمالي التكاليف الكلية الكلية متغيرة

* الفئة الثانية (٤-٦ رأس)

المصدر: جمعت وحسبت من إستمارة الإستبيان بعينة الدراسة للموسم الزراعي (٢٠٠٨).

ج- هيكل التكاليف الكلية للرأس للفئة الثالثة (٧ رأس فأكثر):

- الأهمية النسبية لبنود التكاليف الثابتة والمتغيرة للرأس من الجاموس:

باستعراض بيانات الجدول رقم (٦) يتضح أن التكاليف الكلية للرأس المنتجة من لبن الجاموس في الفئة الثالثة بلغت نحو ٣٧٥٠ جنية، و قدرت التكاليف المتغيرة بنحو ٣١٧٥ جنية تمثل ٩٤.٨% من إجمالي التكاليف الكلية، في حين قدرت التكاليف الثابتة بنحو ١٧٥ جنية تمثل نحو ٥.٢%. وبدراسة الأهمية النسبية لبنود التكاليف المتغيرة يتضح من ذات الجدول أن قيمة التغذية تأتي في المرتبة الأولى حيث بلغت نحو ٢٢٥٠ جنيهاً تمثل نحو ٦٧.٢% من إجمالي التكاليف الكلية في حين تأتي أجور العمال في المرتبة الثانية حيث قدرت بنحو ٨٢٥ جنيهاً تمثل نحو ٢٤.٦٢%، أما الرعاية البيطرية والتلقيح فتأتي في المرتبة الثالثة والرابعة بقيمة بلغت ٩٠، ١٠ جنيهاً تمثل نحو ٢.٦٨%، ٠.٣% من إجمالي التكاليف الكلية للرأس الإنتاجية علي الترتيب.

- الأهمية النسبية لبنود التكاليف الثابتة والمتغيرة للرأس من الأبقار:

باستعراض البيانات بالجدول رقم (٦) والذي يوضح بنود عناصر التكاليف المتغيرة والثابتة والكلية للرأس المنتجة من لبن الأبقار يتضح أن التكاليف الكلية بلغت نحو ٣٠٠٠ جنية، و قدرت التكاليف المتغيرة بنحو ٢٨٨٠ جنية تمثل ٩٦% من إجمالي التكاليف الكلية، في حين قدرت التكاليف الثابتة بنحو ١٢٠ جنية تمثل نحو ٤%. وبدراسة الأهمية النسبية لبنود التكاليف المتغيرة يتضح من ذات الجدول أن قيمة التغذية تأتي في المرتبة الأولى حيث بلغت نحو ١٩٣٠ جنيهاً تمثل نحو ٦٤.٣% من إجمالي التكاليف الكلية في حين تأتي أجور العمال في المرتبة الثانية حيث قدرت بنحو ٨٥٠ جنيهاً تمثل نحو ٢٨.٣%، أما الرعاية البيطرية والتلقيح فتأتي في المرتبة الثالثة والرابعة بقيمة بلغت ٩٠، ١٠ جنيهاً تمثل نحو ٣%، ٠.٣٥% من إجمالي التكاليف الكلية للرأس علي الترتيب.

جدول رقم (٦): هيكل التكاليف الكلية للرأس المنتجة للفئة الثالثة* بعينة الدراسة

البند	الجاموس		الابقار	
	القيمة بالجنيه	%	القيمة بالجنيه	%
التغذية	٢٢٥٠	٦٧.٢	١٩٣٠	٦٤.٣
العمالة	٨٢٥	٢٤.٦٢	٨٥٠	٢٨.٣
الرعاية البيطرية	٩٠	٢.٦٨	٩٠	٣
التلقيح	١٠	٠.٣	١٠	٠.٣٥
إجمالي التكاليف المتغيرة	٣١٧٥	٩٤.٨	٢٨٨٠	٩٦
إجمالي التكاليف الثابتة	١٧٥	٥.٢	١٢٠	٤
إجمالي التكاليف الكلية	٣٣٥٠	١٠٠	٣٠٠٠	١٠٠

* الفئة الثالثة (٧ رأس فأكثر).

المصدر : جمعت وحسبت من إستمارة الإستبيان بعينة الدراسة للموسم الزراعي (٢٠٠٨).

(٢) مؤشرات الكفاءة الإنتاجية:

يوضح هذا الجزء تطبيق بعض مؤشرات الكفاءة الإنتاجية والاقتصادية للإستدلال بها على مدى كفاءة العملية الإنتاجية في الساعات المختلفة بمناطق عينة الدراسة، لذا إستخدمت الدراسة المؤشرات التالية:

- إنتاجية الرأس الحيوانية من اللبن بالكجم. - إجمالي صافي العائد.

- مؤشر العائد علي الجنيه المستثمر. - تكلفة الوحدة المنتجة.

أ- مؤشرات الكفاءة الإنتاجية بالفئة الأولى (١-٣ رأس):

- الكفاءة الإنتاجية للجاموس:

يتضح من الجدول رقم (٧) أن إنتاج اللبن الجاموسي للرأس بالفئة الأولى يبلغ نحو ١٨٣٦ كيلو جرام، أما عن التكاليف الكلية للرأس المنتجة للبن الجاموسي فقدت بنحو ٣٧٨٠ جنيهاً، بينما يقدر قيمة إنتاج اللبن الجاموسي وهو الناتج الرئيسي بالفئة الأولى بنحو ٤١٣١ جنيهاً. ويقدر الإيراد الكلي (قيمة اللبن ومنتجاته، قيمة النجاس الحيواني) بحوالي ٥٢٠٠ جنيهاً. وبالنسبة لصافي العائد فيقدر بنحو ٤٢٠ جنيهاً، بينما يقدر العائد علي الجنيه المستثمر بنحو ٠.٣٧٩. أما عن تكلفة إنتاج الكيلوجرام من اللبن الجاموسي في هذه الفئة فقد قدرت بنحو ٢.٠٦ جنيه.

- الكفاءة الإنتاجية للأبقار:

يتضح من الجدول رقم (٧) أن إنتاج اللبن البقري للرأس بالفئة الأولى يبلغ نحو ٤٠٠ كيلو جرام، أما عن التكاليف الكلية للرأس المنتجة للبن البقري فقدت بنحو ٣٤٦٠ جنيهاً، بينما يقدر قيمة إنتاج اللبن البقري وهو الناتج الرئيسي بالفئة الأولى بنحو ٢٨٠٠ جنيهاً. ويقدر الإيراد الكلي (قيمة اللبن ومنتجاته، قيمة النجاس الحيواني) بحوالي ٤٥٦٠ جنيهاً. وبالنسبة لصافي العائد فيقدر بنحو ١١٠٠ جنيهاً، بينما يقدر العائد علي الجنيه المستثمر بنحو ٠.٣١٨. أما عن تكلفة إنتاج الكيلوجرام من اللبن البقري في هذه الفئة فقد قدرت بنحو ٢.٤٧ جنيه.

ب- مؤشرات الكفاءة الإنتاجية بالفئة الثانية (٤-٦ رأس):

- الكفاءة الإنتاجية للجاموس:

يتضح من الجدول رقم (٧) أن إنتاج اللبن الجاموسي للرأس بالفئة الثانية يبلغ نحو ١٨٦٨ كيلو جرام أما عن التكاليف الكلية للرأس المنتجة للبن الجاموسي فقدت بنحو ٣٥٥٠ جنيهاً، بينما يقدر قيمة إنتاج اللبن الجاموسي وهو الناتج الرئيسي بالفئة الثانية بنحو ٤٢٠٣ جنيهاً. ويقدر الإيراد الكلي (قيمة اللبن ومنتجاته، قيمة النجاس الحيواني) بحوالي ٥٢٠٠ جنيهاً. وبالنسبة لصافي العائد فيقدر بنحو ١٦٥٠ جنيهاً، بينما يقدر العائد علي الجنيه المستثمر بنحو ٠.٤٦٥. أما عن تكلفة إنتاج الكيلوجرام من اللبن الجاموسي في هذه الفئة فقد قدرت بنحو ١.٩ جنيه.

- الكفاءة الإنتاجية للأبقار:

يتضح من الجدول رقم (٧) أن إنتاج اللبن البقري للرأس بالفئة الثانية يبلغ نحو ١٤٩٠ كيلو جرام أما عن التكاليف الكلية للرأس المنتجة للبن البقري فقدرت بنحو ٣١٣٠ جنيهاً، بينما يقدر قيمة إنتاج اللبن البقري وهو الناتج الرئيسي بالفئة الثانية بنحو ٢٩٨٠ جنيهاً. ويقدر الإيراد الكلي (قيمة اللبن ومنتجاته، قيمة الناتج الحيواني) بحوالي ٤٤٣٠ جنيهاً. وبالنسبة لصافي العائد فيقدر بنحو ١٣٠٠ جنيهاً، بينما يقدر العائد على الجنيه المستثمر بنحو ٠.٤١٥. أما عن تكلفة إنتاج الكيلوجرام من اللبن البقري في هذه الفئة فقد قدرت بنحو ٢.١ جنيهاً.

ج- مؤشرات الكفاءة الإنتاجية بالفئة الثالثة (٧ رأس فأكثر): - الكفاءة الإنتاجية للجاموس:

يتضح من الجدول رقم (٧) أن إنتاج اللبن الجاموسي للرأس بالفئة الثالثة يبلغ نحو ١٩٠٠ كيلو جرام أما عن التكاليف الكلية للرأس المنتجة للبن الجاموسي فقدرت بنحو ٣٣٥٠ جنيهاً، بينما يقدر قيمة إنتاج اللبن الجاموسي وهو الناتج الرئيسي بالفئة الثالثة بنحو ٤٢٧٥ جنيهاً. ويقدر الإيراد الكلي (قيمة اللبن ومنتجاته، قيمة الناتج الحيواني) بحوالي ٥٥٠٠ جنيهاً. وبالنسبة لصافي العائد فيقدر بنحو ٢١٥٠ جنيهاً، بينما يقدر العائد على الجنيه المستثمر بنحو ٠.٦٤١. أما عن تكلفة إنتاج الكيلوجرام من اللبن الجاموسي في هذه الفئة فقد قدرت بنحو ١.٧٦ جنيهاً.

- الكفاءة الإنتاجية للأبقار:

يتضح من الجدول رقم (٧) أن إنتاج اللبن البقري للرأس بالفئة الثالثة يبلغ نحو ١٥٥٠ كيلو جرام أما عن التكاليف الكلية للرأس المنتجة للبن البقري فقدرت بنحو ٣٠٠٠ جنيهاً، بينما يقدر قيمة إنتاج اللبن البقري وهو الناتج الرئيسي بالفئة الثالثة بنحو ٣١٠٠ جنيهاً. ويقدر الإيراد الكلي (قيمة اللبن ومنتجاته، قيمة الناتج الحيواني) بحوالي ٤٧٠٠ جنيهاً. وبالنسبة لصافي العائد فيقدر بنحو ١٧٠٠ جنيهاً، بينما يقدر العائد على الجنيه المستثمر بنحو ٠.٥٦٧. أما عن تكلفة إنتاج الكيلوجرام من اللبن البقري في هذه الفئة فقد قدرت بنحو ١.٩٤ جنيهاً.

جدول رقم (٧): مؤشرات الكفاءة الإنتاجية لمزارع اللبن الجاموسي والبقري بعينة الدراسة

نوع الإنتاج	الفئات	كمية الإنتاج (كجم)	قيمة الألبان (جنيه)	التكاليف الكلية (جنيه)	إجمالي الإيراد (جنيه)	صافي العائد (جنيه)	العائد على الجنيه	تكلفة كجم لبن (جنيه)
الجاموس	فئة أولى*	١٨٣٦	٤١٣١	٣٧٨٠	٥٢٠٠	١٤٢٠	٠.٣٧٩	٢.٠٦
	فئة ثانية*	١٨٦٨	٤٢٠٣	٣٥٥٠	٥٢٠٠	١٦٥٠	٠.٤٦٥	١.٩
	فئة ثالثة*	١٩٠٠	٤٢٧٥	٣٣٥٠	٥٥٠٠	٢١٥٠	٠.٦٤١	١.٧٦
الأبقار	فئة أولى*	١٤٠٠	٢٨٠٠	٣٤٦٠	٤٥٦٠	١١٠٠	٠.٣١٨	٢.٤٧
	فئة ثانية*	١٤٩٠	٢٩٨٠	٣١٣٠	٤٤٣٠	١٣٠٠	٠.٤١٥	٢.١
	فئة ثالثة*	١٥٥٠	٣١٠٠	٣٠٠٠	٤٧٠٠	١٧٠٠	٠.٥٦٧	١.٩٤

* الفئة الأولى (١-٣ رأس)، الفئة الثانية (٤-٦ رأس)، الفئة الثالثة (٧ رأس فأكثر).

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستمارة الإستبيان بعينة الدراسة للموسم الزراعي (٢٠٠٨).

من العرض السابق لمؤشرات الكفاءة الإنتاجية تبين أن الجاموس المصري ذو كفاءة أعلى بالنسبة للأبقار المصرية سواء من ناحية كمية الإنتاج من اللبن أو من حيث إجمالي الإيراد أو من حيث صافي العائد للرأس المنتجة وذلك في الفئات الإنتاجية الثلاث، ومن حيث تكلفة إنتاج الكيلوجرام من اللبن فقد إتضح من النتائج السابقة أن تكلفة إنتاج الكيلوجرام من اللبن الجاموسي تكون أقل من تكلفة إنتاج الكيلوجرام من اللبن البقري وذلك في الفئات الإنتاجية الثلاث. ومن هنا فإن الدراسة توصي بضرورة الإهتمام بالجاموس المصري وتقديم الرعاية البيطرية حتي يتمكن من تغطية الكمية المستهلكة من الألبان. كما يتضح من نتائج

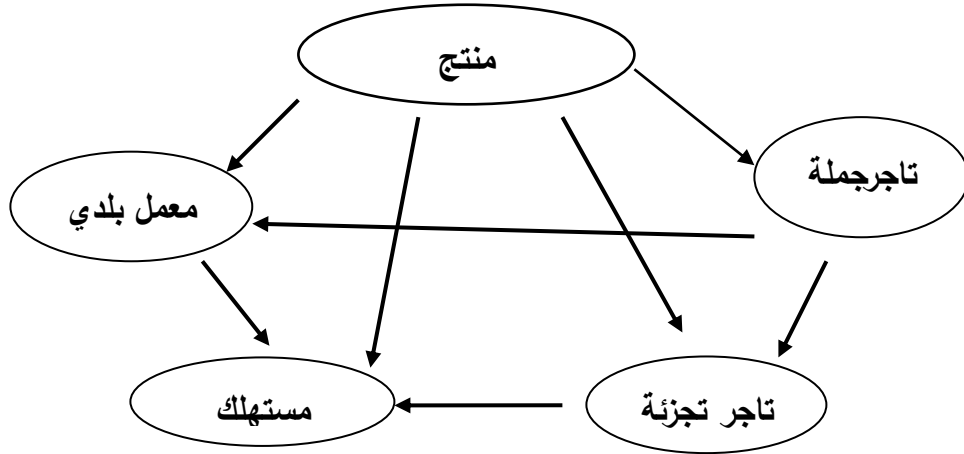
الجدول السابق أنه كلما زاد حجم القطيع (عدد الرؤوس المنتجة للبلين) كلما كان هناك زيادة العائد علي السعة وذلك في حالة الجاموس والأبقار.

ثانياً - أهم المعالم التسويقية للبلين الخام في محافظة الفيوم:

يتصف إنتاج اللبن كسلعة زراعية بعدم التركيز في مناطق محددة بل ينتشر بكميات صغيرة علي مساحات واسعة من الأرض حيث ينتجه عدد كبير من صغار المزارعين وهذا يجعل إمكانية إستغلاله صناعياً وبطريقة اقتصادية أمراً صعباً، بالإضافة إلي أن ماشية اللبن متعددة الأغراض ضئيلة الإنتاج، كما يتصف اللبن بكونه سلعة سريعة التلف والفساد والتلوث وتتطلب عناية خاصة في نقلها وتداولها. وتفقر محافظة الفيوم للمزارع اللبئية المتخصصة ذات الحيازات الحيوانية الكبيرة والتي يشجع إنتاجها اللبني علي التسويق المباشر بعيداً عن الوسطاء لخفض التكاليف التسويقية، وتتحصر حجم حيازات معظم المزارع لأقل من عشرة رؤوس، ويتناول هذا الجزء تسويق الألبان في محافظة الفيوم من خلال التعرض للمسالك التسويقية، والهوامش والكفاءة التسويقية للبلين الخام بالفيوم.

(١)- المسلك التسويقي للبلين الخام وهيكل توزيعه:

تبين من الدراسة الميدانية إختلاف المسار التسويقي للبلين الخام وفقاً لنوعية اللبن، ومدى حاجة منتجي اللبن لرأس المال اللازم لتمويل الإنتاج، وهذا الجزء يتناول المسلك التسويقي للبلين الخام وهيكل توزيعه سواء للبلين الجاموسي أو البقري وذلك للفئات الثلاث بعينة الدراسة. حيث يشير الشكل التوضيحي رقم (١) إلي المسارات التسويقية المختلفة التي يسلكها اللبن الخام سواء الجاموسي أو البقري. حيث بين الشكل أن هناك أربعة مسارات تسويقية لكمية اللبن الخام الموجهة للتسويق. المسلك الأول يكون من المنتج إلي تاجر الجملة ومنه إلي تاجر التجزئة ثم إلي المستهلك النهائي أو إلي معمل بلدي، المسلك الثاني يكون من المنتج إلي إلي تاجر التجزئة ثم إلي المستهلك النهائي، المسلك الثالث يكون من المنتج إلي المستهلك النهائي مباشرة، المسلك الرابع يكون من المنتج إلي معمل بلدي ثم إلي المستهلك.



شكل رقم (١) المسالك التسويقية للبلين الخام في محافظة الفيوم

المصدر: إستمارة الإستبيان بعينة الدراسة للموسم الزراعي (٢٠٠٨).

أ- هيكل توزيع اللبن الخام في الفئة الأولى (١-٣ رأس):

- هيكل توزيع اللبن الخام الجاموسي:

تبين بيانات الجدول رقم (٨) توزيع اللبن المنتج علي النحو التالي: حوالي ٥% من الإنتاج لرضاعة العجول الصغيرة حتي الفطام، وحوالي ١٠% من الإنتاج يستهلك منزلياً في الشرب، وحوالي ٤٠% من الإنتاج يتم تصنيعه منزلياً يتم إستهلاك جزء منه منزلياً والجزء المتبقي يتم بيعه للمستهلك مباشرة دون اللجوء للوسطاء نظراً لصغر الكمية، أما الجزء الأكبر وهو حوالي ٤٥% فيتم بيعه في صورة

سائنة سواء لتاجر الجملة حوالي ٢٠%، ومعامل بلدي حوالي ١٠%، وتاجر التجزئة حوالي ٧%، ومستهلك مباشر حوالي ٨%.

- هيكل توزيع اللبن الخام البقري:

تبين بيانات الجدول رقم (٨) توزيع اللبن المنتج علي النحو التالي: حوالي ٥% من الإنتاج لرضاعة العجول الصغيرة حتي الفطام، وحوالي ٨% من الإنتاج يستهلك منزلياً في الشرب، وحوالي ٢٧% من الإنتاج يتم تصنيعه منزلياً يتم إستهلاك جزء منه منزلياً والجزء المتبقي يتم بيعه للمستهلك مباشرة دون اللجوء للوسطاء نظراً لصغر الكمية، أما الجزء المتبقي وهو حوالي ٦٠% فيتم بيعه في صورة سائنة سواء لتاجر الجملة حوالي ٢٠%، ومعامل بلدي حوالي ٢٠%، وتاجر التجزئة حوالي ١٠%، ومستهلك مباشر حوالي ١٠%.

ب- هيكل توزيع اللبن الخام في الفئة الثانية (٤-٦ رأس):

- هيكل توزيع اللبن الخام الجاموسي:

تبين بيانات الجدول رقم (٨) توزيع اللبن المنتج علي النحو التالي: حوالي ٥% من الإنتاج لرضاعة العجول الصغيرة حتي الفطام، وحوالي ٧% من الإنتاج يستهلك منزلياً في الشرب، وحوالي ٢٢% من الإنتاج يتم تصنيعه منزلياً يتم إستهلاك جزء منه ذاتي والجزء المتبقي يتم بيعه للمستهلك مباشرة أو عن طريق اللجوء للوسطاء لتسويق الكمية المتبقية. أما الجزء الأكبر وهو حوالي ٧٠% فيتم بيعه في صورة سائنة سواء لتاجر الجملة حوالي ٣٠%، ومعامل بلدي حوالي ٢٥%، وتاجر التجزئة حوالي ١٠%، ومستهلك مباشر حوالي ٥%.

- هيكل توزيع اللبن الخام البقري:

تبين بيانات الجدول رقم (٨) توزيع اللبن المنتج علي النحو التالي: حوالي ٥% من الإنتاج لرضاعة العجول الصغيرة حتي الفطام، وحوالي ٥% من الإنتاج يستهلك منزلياً في الشرب، وحوالي ١٥% من الإنتاج يتم تصنيعه منزلياً يتم إستهلاك جزء منه ذاتي والجزء المتبقي يتم بيعه للمستهلك مباشرة أو اللجوء للوسطاء لتسويق الكمية المتبقية، أما الجزء الأكبر وهو حوالي ٧٥% فيتم بيعه في صورة سائنة سواء لتاجر الجملة حوالي ٣٥%، ومعامل بلدي حوالي ٢٥%، وتاجر التجزئة حوالي ١٠%.

ج- هيكل توزيع اللبن الخام في الفئة الثالثة (٧ رأس فأكثر):

- هيكل توزيع اللبن الخام الجاموسي:

تبين بيانات الجدول رقم (٨) توزيع اللبن المنتج علي النحو التالي: حوالي ٥% من الإنتاج لرضاعة العجول الصغيرة حتي الفطام، وحوالي ٥% من الإنتاج يستهلك منزلياً في الشرب، وحوالي ١٥% من الإنتاج يتم تصنيعه منزلياً. أما الجزء الأكبر وهو حوالي ٧٥% فيتم بيعه في صورة سائنة سواء لتاجر الجملة حوالي ٣٥%، ومعامل بلدي حوالي ٢٥%، وتاجر التجزئة حوالي ١٠%.

- هيكل توزيع اللبن الخام البقري:

تبين بيانات الجدول رقم (٨) توزيع اللبن المنتج علي النحو التالي: حوالي ٥% من الإنتاج لرضاعة العجول الصغيرة حتي الفطام، و ٣% من الإنتاج يستهلك منزلياً في الشرب، وحوالي ١٠% من الإنتاج يتم تصنيعه منزلياً، والجزء المتبقي وهو حوالي ٧٧% فيتم بيعه في صورة سائنة سواء لتاجر الجملة حوالي ٤٥%، ومعامل بلدي حوالي ٢٥%، وتاجر التجزئة حوالي ٧%.

جدول رقم (٨): هيكل توزيع كمية اللبن المنتجة بالفئات الإنتاجية الثلاث بعينة الدراسة.

نوع الإنتاج		لبن جاموسي			لبن بقري	
		فئة ١ *	فئة ٢ *	فئة ٣ *	فئة ١ *	فئة ٢ *
رضاعة	الكمية	٩٢	٩٣	٩٥	٧٤.٥	٧٧.٥
	%	٥	٥	٥	٥	٥
شرب منزلي	الكمية	١٨٤	١٣٠	٩٥	٧٤.٥	٤٦.٥
	%	١٠	٧	٥	٥	٣

١٥٥	٢٢٣.٥	٣٧٨	٢٨٥	٤١١	٧٣٥	الكمية	تصنيع
١٠	١٥	٢٧	١٥	٢٢	٤٠	%	منزلي
٦٩٧.٥	٥٢١.٥	٢٨٠	٦٦٥	٥٨٥	٣٦٧	الكمية	تاجر جملة
٤٥	٣٥	٢٠	٣٥	٣٠	٢٠	%	
١٠٨.٥	١٤٩	١٤٠	١٩٠	١٨٦	١٢٨	الكمية	تاجر تجزئة
٧	١٠	١٠	١٠	١٠	٧	%	
٥٤٢.٥	٣٧٢.٥	٢٨٠	٤٧٥	٤٦٧	١٨٤	الكمية	معمل بلدي
٣٥	٢٥	٢٠	٢٥	٢٥	١٠	%	
-	-	١٤٠	-	٩٣	١٤٦	الكمية	مستهلك
-	-	١٠	-	٥	٨	%	مباشر
١٥٥٠	١٤٩٠	١٤٠٠	١٩٠٠	١٨٦٨	١٨٣٦	الكمية	الإجمالي
١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	%	

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات إستمارة الإستبيان بعينة الدراسة للموسم الزراعي (٢٠٠٨).

(٢) الهوامش والكفاءة التسويقية للبلين الخام:

تعتبر دراسة الهوامش التسويقية ذات أهمية كبيرة في إستنباط بعض المؤشرات للحكم علي كفاءة النظام التسويقي، ويتناول هذا الجزء دراسة الهوامش التسويقية المطلقة، والنسبية وتكلفة إنتاج الوحدة للتعرف علي الكفاءة التسويقية.

أ-الهوامش والكفاءة التسويقية للبلين الخام الجاموسي:

يتم حساب الكفاءة التسويقية من القانون التالي

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

الفروق التسويقية + تكلفة إنتاج الوحدة

وتوضح بيانات الجدول رقم (٩) في المرحلة الأولى (من المنتج إلي تاجر الجملة) يتبين أن تكلفة إنتاج الكيلوجرام من اللين تبلغ ٢٠٦ قرش للفئة الأولى (١-٣رأس)، ١٩٠ قرش للفئة الثانية (٤-٦رأس)، ١٧٦ قرش للفئة الثالثة (٧رأس فأكثر)، وتبين أن سعر البيع، وسعر الشراء، والفرق التسويقي المطلق يبلغ ٢٥٠، ٢٢٥، ٢٥ قرش للكيلوجرام من اللين للفئات الثلاثة علي الترتيب. بينما يبلغ الفرق التسويقي النسبي ١٠% للفئات الثلاثة، وتبلغ الكفاءة التسويقية ٨٩.١%، ٨٨.٣%، ٨٧.٦% للفئات الثلاثة علي الترتيب. أما في المرحلة الثانية (من تاجر الجملة إلي المستهلك) يتبين أن سعر البيع، وسعر الشراء، والفرق التسويقي المطلق تبلغ ٢٥٠، ٣٠٠، ٥٠ قرش للكيلوجرام من اللين للفئات الثلاثة علي الترتيب. بينما يبلغ الفرق التسويقي النسبي ١٦.٧% للفئات الثلاثة، وتبلغ الكفاءة التسويقية ٨٠.٥%، ٧٩.١%، ٧٧.٩% للفئات الثلاثة علي الترتيب. أما في المرحلة الثالثة (من المنتج إلي المستهلك) يتبين أن سعر البيع، وسعر الشراء، والفرق التسويقي المطلق تبلغ ٢٢٥، ٣٠٠، ٧٥ قرش للكيلوجرام من اللين للفئات الثلاثة علي الترتيب. بينما يبلغ الفرق التسويقي النسبي ٢٥% للفئات الثلاثة، وتبلغ الكفاءة التسويقية ٧٣.٣%، ٧١.٧%، ٧٠.٢% للفئات الثلاثة علي الترتيب.

(ب) الهوامش والكفاءة التسويقية للبلين الخام البقري:

توضح بيانات الجدول رقم (٩) في المرحلة الأولى (من المنتج إلي تاجر الجملة) يتبين أن تكلفة إنتاج الكيلوجرام من اللين تبلغ ٢٤٧ قرش للفئة الأولى (١-٣رأس)، ٢١٠ قرش للفئة الثانية (٤-٦رأس)، ١٩٤ قرش للفئة الثالثة (٧رأس فأكثر)، وتبين أن سعر البيع، وسعر الشراء، والفرق التسويقي المطلق يبلغ ٢٥٠، ٢٢٥، ٢٥ قرش للكيلوجرام من اللين للفئات الثلاثة علي الترتيب. بينما يبلغ الفرق التسويقي النسبي ١١.١% للفئات الثلاثة، وتبلغ الكفاءة التسويقية ٩٠.٨%، ٨٩.٣%، ٨٨.٦% للفئات الثلاثة علي الترتيب. أما في المرحلة الثانية (من تاجر الجملة إلي المستهلك) يتبين أن سعر البيع، وسعر الشراء، والفرق التسويقي المطلق تبلغ ٢٢٥، ٢٧٥، ٥٠ قرش للكيلوجرام من اللين للفئات الثلاثة علي الترتيب. بينما يبلغ

الفرق التسويقي النسبي ١٠% للفئات الثلاثة، وتبلغ الكفاءة التسويقية ٨٣.١%، ٨٠.٧%، ٧٩.٥% للفئات الثلاثة علي الترتيب. أما في المرحلة الثالثة (من المنتج إلي المستهلك) يتبين أن سعر البيع، وسعر الشراء، والفرق التسويقي المطلق تبلغ ٢٠٠، ٢٧٥، ٧٥ قرش للكيلوجرام من اللبن للفئات الثلاثة علي الترتيب. بينما يبلغ الفرق التسويقي النسبي ٢٥% للفئات الثلاثة، وتبلغ الكفاءة التسويقية ٧٦.٧%، ٧٣.٨%، ٧٢.١% للفئات الثلاثة علي الترتيب.

كما توصلت الدراسة إلى إنخفاض الكفاءة التسويقية للبن الخام في المسلك التسويقي من المنتج إلى المستهلك (مروراً بتاجر الجملة) في جميع فئات عينة الدراسة للجاموس والأبقار علي السواء، وذلك مقارنة بنظيرتها من المنتج إلى تاجر الجملة أو من تاجر الجملة للمستهلك مباشرة، مما يعطى مؤشراً على حصول المنتج على سعر غير مجزى مقابل إنتاجه.

جدول رقم (٩): الهوامش والكفاءة التسويقية للبن الخام في الفئات الحيازية المختلفة.

المرحلة التسويقية	البيان	اللبن الجاموسي			اللبن البقري		
		فئة أولى*	فئة ثانية*	فئة ثالثة*	فئة أولى*	فئة ثانية*	فئة ثالثة*
من المنتج إلى تاجر الجملة	تكلفة إنتاج الكيلوجرام من اللبن	٢٠٦	١٩٠	١٧٦	٢٤٧	٢١٠	١٩٤
	سعر البيع (قرش)	٢٢٥	٢٢٥	٢٢٥	٢٢٥	٢٢٥	٢٢٥
	سعر الشراء (قرش)	٢٥٠	٢٥٠	٢٥٠	٢٢٥	٢٢٥	٢٢٥
	الفرق التسويقي المطلق (قرش)	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥
	الفرق التسويقي النسبي (%)	١٠	١٠	١٠	١١.١	١١.١	١١.١
من تاجر الجملة إلى المستهلك	الكفاءة التسويقية (%)	٨٩.١	٨٨.٣	٨٧.٦	٩٠.٨	٨٩.٣	٨٨.٦
	سعر البيع (قرش)	٢٥٠	٢٥٠	٢٥٠	٢٢٥	٢٢٥	٢٢٥
	سعر الشراء (قرش)	٣٠٠	٣٠٠	٣٠٠	٢٧٥	٢٧٥	٢٧٥
	الفرق التسويقي المطلق (قرش)	٥٠	٥٠	٥٠	٥٠	٥٠	٥٠
	الفرق التسويقي النسبي (%)	١٦.٧	١٦.٧	١٦.٧	١٠	١٠	١٠
من المنتج إلى المستهلك	الكفاءة التسويقية (%)	٨٠.٥	٧٩.١	٧٧.٩	٨٣.١	٨٠.٧	٧٩.٥
	سعر البيع (قرش)	٢٢٥	٢٢٥	٢٢٥	٢٢٥	٢٢٥	٢٢٥
	سعر الشراء (قرش)	٣٠٠	٣٠٠	٣٠٠	٢٧٥	٢٧٥	٢٧٥
	الفرق التسويقي المطلق (قرش)	٧٥	٧٥	٧٥	٧٥	٧٥	٧٥
	الفرق التسويقي النسبي (%)	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥
	الكفاءة التسويقية (%)	٧٣.٣	٧١.٧	٧٠.٢	٧٦.٧	٧٣.٨	٧٢.١

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستمارة الإستبيان بعينة الدراسة للموسم الزراعي (٢٠٠٨).

ثالثاً: المشاكل الإنتاجية والتسويقية التي تواجه منتجي الألبان بالفيوم: ١- المشاكل الإنتاجية:

توضح بيانات الجدول رقم (١٠) أهم المشاكل الإنتاجية التي تواجه منتجي الألبان بالفيوم حيث أشار نحو ٩٠% من المنتجين إلى ارتفاع أسعار الأعلاف الجافة والخضراء، بينما أشار نحو ٨٠% من المنتجين إلى نقص الأعلاف وعدم توافرها علي مدار العام، بينما أوضح نحو ٧٠% من المنتجين إلى إصابة الماشية بمرض التهاب الضرع ومرض الجدري، والذي يؤدي إلى زيادة تكلفة الرعاية البيطرية، وأشار نحو ٦٥% من المنتجين إلى ارتفاع ثمن الأدوية البيطرية، بينما أشار نحو ٦٠% من المنتجين إلى ذبح الإناث الصغيرة، بينما أشار نحو ٥٧% من المنتجين إلى ارتفاع نسبي العقم والتقويت، وأشار نحو ٥٢% من المنتجين إلى ارتفاع أسعار الحيوانات.

جدول رقم (١٠): المشاكل الإنتاجية التي تواجه منتجي الألبان بالفيوم.

المشاكل الإنتاجية	التكرارات	%
ارتفاع أسعار الأعلاف الجافة والخضراء	١٨٠	٩٠
نقص الأعلاف وعدم توافرها علي مدار العام	١٦٠	٨٠
إصابة الماشية بمرض التهاب الضرع ومرض الجدرى	١٤٠	٧٠
ارتفاع ثمن الأدوية البيطرية	١٣٠	٦٥
ذبح الإناث الصغيرة	١٢٠	٦٠
ارتفاع نسبي العقم والتفويت	١١٤	٥٧
ارتفاع أسعار الحيوانات	١٠٤	٥٢

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستمارة الإستبيان بعينة الدراسة للموسم الزراعي (٢٠٠٨).

٢- المشاكل التسويقية:

توضح بيانات الجدول رقم (١١) أهم المشاكل التسويقية التي تواجه منتجي الألبان بالفيوم حيث أشار نحو ٩٥% من المنتجين إلي عدم وجود مراكز تجميع قريبة من المنتجين، بينما أشار نحو ٩٠% من المنتجين إلي إستغلال وإحتكار بعض التجار، وأوضح نحو ٧٥% من المنتجين عدم وجود أسواق كافية، وأشار نحو ٦٥% من المنتجين إلي إنخفاض سعر الكيلوجرام من اللبن، وأشار نحو ٥٥% من المنتجين إلي بعد القرى عن الأسواق ومراكز التجميع.

جدول رقم (١١): المشاكل التسويقية التي تواجه منتجي الألبان بالفيوم.

المشاكل التسويقية	التكرارات	%
عدم وجود مراكز تجميع قريبة من المنتجين	١٩٠	٩٥
إستغلال وإحتكار بعض التجار	١٨٠	٩٠
عدم وجود أسواق كافية	١٥٠	٧٥
إنخفاض سعر الكيلوجرام من اللبن	١٣٠	٦٥
بعد القرى عن الأسواق ومراكز التجميع	١١٠	٥٥

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستمارة الإستبيان بعينة الدراسة للموسم الزراعي (٢٠٠٨).

٣- مقترحات التغلب علي المشاكل الإنتاجية والتسويقية التي تواجه منتجي الألبان بالفيوم:

توضح بيانات الجدول رقم (١٢) أهم المقترحات اللازمة لحل المشاكل الإنتاجية وهي ضرورة توفير الأعلاف الجافة والخضراء علي مدار العام حيث أشار إليها ٩٥% من المنتجين، بينما أشار نحو ٩٠% من المنتجين إلي ضرورة توفير الرعاية البيطرية علي مستوي عالي الجودة، وأشار نحو ٧٥% من المنتجين إلي ضرورة توعية المنتجين إلي خطورة ذبح الإناث الحلابة. وبالنسبة لأهم المقترحات اللازمة لحل المشاكل التسويقية فقد أشار كل المنتجين إلي ضرورة إقامة مراكز تجميع قريبة من اماكن الإنتاج في القرى، وأشار نحو ٧٠% من المنتجين إلي ضرورة وجود مراقبة للتجار المحتكرين.

جدول رقم (١٢): مقترحات التغلب علي المشاكل الإنتاجية والتسويقية التي تواجه

منتجي الألبان بالفيوم.

الحلول المقترحة للمشاكل الإنتاجية والتسويقية	التكرارات	%
توفير الأعلاف الجافة والخضراء علي مدار العام	١٩٠	٩٥
توفير الرعاية البيطرية علي مستوى عالي الجودة	١٨٠	٩٠
توعية المنتجين إلي خطورة ذبح الإناث الحلابة	١٥٠	٧٥
إقامة مراكز تجميع قريبة من اماكن الإنتاج في القرى	٢٠٠	١٠٠
وجود مراقبة للتجار المحتكرين	١٤٠	٧٠

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستمارة الإستبيان بعينة الدراسة للموسم الزراعي (٢٠٠٨).

الملخص:

يعتبر القطاع الزراعي قطاعاً اقتصادياً هاماً كمصدر للدخل لما يزيد عن نصف عدد السكان في مصر. كما أنه قطاع متميز بين القطاعات الاقتصادية الأخرى في مصر حيث يساهم بحوالي ١٣.٤% من إجمالي الناتج القومي الإجمالي، ويعتبر قطاع الإنتاج الحيواني ركيزة أساسية للإنتاج الزراعي إلي جوار الإنتاج النباتي، حيث بلغت قيمته حوالي ٣٤.١ مليار جنيه، تمثل حوالي ٣٤.٦٥% من قيمة الإنتاج الزراعي والبالغة نحو ٩٨.٧٨ مليار جنيه، وترجع الأهمية الاقتصادية للألبان إلي أنها من أهم مكونات الإنتاج الحيواني حيث تقدر قيمة الإنتاج المحلي من الألبان بنحو ٨.٠٦ مليار جنيه تمثل حوالي ٢٣.٥% من قيمة الإنتاج الحيواني وذلك كمتوسط للفترة (٢٠٠٠-٢٠٠٦). وتكمن مشكلة الدراسة في عجز الإنتاج المحلي من الألبان وعدم ملاحظته للطلب المتزايد عليه مما يترتب عليه وجود فجوة لبنية تقدر بنحو ١.٣ مليون طن وتناقص متوسط نصيب الفرد مما يدفع الدولة إلى الإستيراد لسد العجز الحادث في إنتاج اللبن.

وتهدف الدراسة إلي التعرف علي اقتصاديات إنتاج وتسويق الألبان بمحافظة الفيوم وذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية وهي دراسة الكفاءة الإنتاجية للألبان في الحيازات المختلفة بمحافظة الفيوم، ودراسة المسارات التسويقية والكفاءة التسويقية للألبان بمحافظة الفيوم، والتعرف علي أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه منتجي الألبان بمحافظة الفيوم والوصول إلي أهم الحلول والتوصيات المناسبة للتغلب علي هذه المشاكل والمعوقات من أجل النهوض به والوصول إلي مستويات عالية من الإنتاج.

حيث تم تطبيق بعض مؤشرات الكفاءة الإنتاجية والاقتصادية مثل عدد كيلو جرامات اللبن المنتجة من الرأس الحيوانية، إجمالي صافي العائد، ونسبة صافي العائد إلى إجمالي التكاليف الإنتاجية، وتكلفة الوحدة المنتجة، ومن خلال حساب تلك المؤشرات إتضح أن إنتاج اللبن الجاموسي للرأس للفئات الإنتاجية الثلاث يبلغ ١٨٣٦، ١٨٦٨، ١٩٠٠ كيلو جرام على الترتيب. أما عن التكاليف الكلية للرأس من اللبن الجاموسي فقدرت للفئات الثلاث بنحو ٣٥٥٠، ٣٧٨٠، ٣٣٥٠ جنيهاً على الترتيب. أما عن الإيراد الكلي (قيمة اللبن، قيمة الناتج الحيواني والسماذ) فقد قدر للفئات الثلاث بنحو ٥٢٠٠، ٥٢٠٠، ٥٥٠٠ جنيهاً على الترتيب. أما عن صافي العائد فيقدر للفئات الثلاث بنحو ١٤٢٠، ١٦٥٠، ٢١٥٠ جنيهاً على الترتيب. بينما قدرت نسبة صافي العائد إلى التكاليف للفئات الثلاث بنحو ٠.٣٧٩، ٠.٤٦٥، ٠.٦٤١ على الترتيب. أما عن تكلفة الوحدة المنتجة فقد قدرت للفئات الثلاث بنحو ٢.٠٦، ١.٩، ١.٧٦ جنيهاً على الترتيب.

كما إتضح أن إنتاج اللبن البقري للرأس للفئات الإنتاجية الثلاث ١٤٠٠، ١٤٩٠، ١٥٥٠ كيلو جرام على الترتيب. أما عن التكاليف الكلية للرأس للبن البقري فقدرت للفئات الثلاث بنحو ٣١٣٠، ٣٤٦٠، ٣٠٠٠ جنيهاً على الترتيب. أما عن الإيراد الكلي (قيمة اللبن، قيمة الناتج الحيواني والسماذ) فقد قدر للفئات الثلاث بنحو ٤٥٦٠، ٤٤٣٠، ٤٧٠٠ جنيهاً على الترتيب. أما عن صافي العائد فيقدر للفئات الثلاث بنحو ١٣٠٠، ١٧٠٠ جنيهاً على الترتيب. بينما قدرت نسبة صافي العائد إلى التكاليف للفئات الثلاث بنحو ٠.٣١٨، ٠.٤١٥، ٠.٥٦٧ على الترتيب. أما عن تكلفة الوحدة المنتجة فقد قدرت للفئات الثلاث بنحو ٢.١، ٢.٤٧، ١.٩٤ جنيهاً على الترتيب.

أما عن المسلك التسويقي للبن الخام الجاموسي والبقرى وهيكلاً توزيعه في الفئات الثلاث، فقد أوضحت الدراسة أن حوالي ٥% من الإنتاج يستخدم لرعاية العجول الصغيرة حتى الفطام وذلك للإنتاج الجاموسي والبقرى في الفئات الثلاث، وأن الجزء الأكبر من الإنتاج وهو حوالي ٧٥% فيتم بيعه في صورة سائلة سواء لتاجر الجملة، ومعمل بلدي، وتاجر التجزئة، والجزء المتبقي من الإنتاج يستهلك منزلياً في الشرب أو يتم تصنيعه منزلياً يتم استهلاك جزء منه ذاتي والجزء المتبقي يتم بيعه للمستهلك مباشرة.

وبدراسة الكفاءة التسويقية للبن الخام الجاموسي والبقرى للفئات الثلاث فقد تبين أنها تبلغ ٨٩.١%، ٨٨.٣%، ٨٨.٢% للفئات الثلاثة للبن الخام الجاموسي علي الترتيب، وتبلغ ٩٠.٨%، ٨٩.٣%، ٨٨.٦% للفئات الثلاثة للبن الخام البقرى علي الترتيب. وتناول الجزء الثالث أهم المشاكل الإنتاجية التي تواجه المنتجين وقد تبين من الدراسة أن هذه المشاكل هي إرتفاع أسعار الأعلاف الجافة والخضراء، ونقص الأعلاف وعدم توفرها علي مدار العام، وإصابة الماشية بمرض التهاب الضرع ومرض الجدرى، وإرتفاع ثمن الأدوية البيطرية، وذبح الإناث الصغيرة. وبينت الدراسة أن أهم المشاكل التسويقية التي تواجه المنتجين هي عدم وجود مراكز تجميع قريبة من المنتجين، وإستغلال وإحتكار بعض التجار، وعدم وجود أسواق كافية. وقد أوصت الدراسة بتحسين الخدمات البيطرية وتوفيرها بالجودة المناسبة، والبحث عن بدائل للأعلاف التقليدية والإتجاه للأعلاف غير التقليدية مثل قش الأرز وحطب الذرة، وإيجاد مراكز تجميع للبن الخام قريبة من المنتجين، ونظراً لما توصلت إليه الدراسة من إرتفاع الكفاءة الإنتاجية للجاموس المصري في إنتاج اللبن لذلك توصي الدراسة بالإهتمام به، وتطوير طريقة التسويق وتزويد أسطول النقل بالمبردات اللازمة للحفاظ على المنتجات صالحة.

المراجع:

- ١- عبد العظيم محمد مصطفى، وخليل الدوسري(دكاترة)، صناعة الألبان في الكويت دراسة فنية واقتصادية، المؤتمر الأول حول تطوير الصناعات الغذائية في الوطن العربي، الكويت من (١٣-١٦ أكتوبر)، ١٩٨٦.
- ٢- فوزية إبراهيم الدميري، جمال الدين احمد مهران(دكاترة): الوضع الراهن لإنتاج وصناعة الألبان في مصر، المؤتمر الخامس عشر للاقتصاديين الزراعيين ١٧-١٨ أكتوبر ٢٠٠٧.
- ٣- محمد طاهر عبدالظاهر أحمد، دراسة اقتصادية لإنتاج الألبان بجمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراه، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة عين شمس ١٩٨٢.
- ٤- مديرية الزراعة بالفيوم، مركز المعلومات، بيانات غير منشورة، ٢٠٠٧.
- ٥- وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، الدخل الزراعي القومي، (٢٠٠٦).
- ٦- وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي، قطاع الشؤون الاقتصادية، نشرة إحصاءات الثروة الحيوانية، القاهرة، أعداد مختلفة.

MAIN ECONOMIC INDECATORS FOR PRODUCTION AND MARKETING OF LIQUID MILK IN FAYOUM GOVERNORATE

Abd El Azeem Mohamed Mostafa , Mohamed Ahmed Said and
Mahmoud Abd Elsalam Ahmed Mohammed
Agricultural Economic, Faculty of Agriculture, Fayoum University.

ABSTRACT:

The agricultural sector is an important economic sector that is considered a source of income for nearly half of the population in Egypt as it contributed about 13.4% of the total gross domestic product as an average of the period 2000-2006. The animal production is a fundamental part of the agricultural production beside the plant production. The value of the animal production was

about L.E. 34.1 billion, representing approximately 34.65% of the total value of the agricultural production as an average of the period 2000-2006. The value of the dairy production belongs to the fact that it represents a big portion of the animal production, where the real gross domestic product of the dairy products was about L.E. 8.06 billion which represents approximately 23.5% of the value of the animal production as an average of the period 2000-2006. The problem of the study is the gap between the local production of dairy production and the total consumption due to the increasing demand. The gap was estimated as 1.3 million tons. The gap resulted a decrease in the average per capita.

The study aims, mainly, at identify the economics of production and marketing of dairy products in Fayoum Governorate. investigate the production efficiency of dairy production in Fayoum governorate, and identify the main problems and constraints facing the dairy farmers in Fayoum Governorate.

The study illustrates the following results:

1- The calculations indicate that the average production of milk per head from the three categories is 1836, 1868, and 1900 kg, respectively. As for the total cost of the head of milking buffalos within the three categories; the costs were estimated at about 3780, 3550, and 3350 L.E, respectively. As for the total income; it has been estimated at about 5200, 5200, and 5500 L.E, respectively. The net revenues/costs ratio for the three categories were estimated as 0,379, 0,465, and 0,641, respectively. As for the cost per production unit; it has been estimated for the three categories as 2.06, 1.9, and 1.76 L.E, respectively.

It, also, been found that the milk production of milking cows from the three categories were about 1400, 1490, and 1550 kg, respectively. As for the total cost of the head of milking cows within the three categories; the costs were estimated at about 3460.3130, 3000 L.E, respectively. As for the total income; it has been estimated at about 4560, 4430, and 4700 L.E, The net revenues/costs ratio for the three categories were estimated as 0,318, 0,415, and 0,567, respectively. As for the cost per production unit; it has been estimated for the three categories as 2.47, 2.1, and 1.94 L.E, respectively

2- The marketing channels of raw milk of both buffalos and cows and the structure of the distribution system within the three categories. The results showed that nearly about 5% of the production is used for feeding calves, about 75% is sold as liquid milk for both wholesalers and retailers and factories. The remaining amount of the production is self-processed at homes. The self-processed products might be sold to consumers or self-consumed. The marketing efficiency of raw buffalos' milk were estimated as 89.1%, 88.3%, and 88.2% for the three categories, respectively. As for cows' raw milk marketing efficiency, it was estimated as 90.8%, 89.3%, and 88.6% for the three categories, respectively.

3- The most important problems facing dairy producers. It has been shown that the most important problems were; the high prices of dry and green fodders, the lack of fodders around the year, the livestock disease infections, and the slaughtering of small females. As for the marketing problems; the study showed that the most important problems of marketing are; the lack of

collection centers, monopoly of raw milk purchasing, and the lack of adequate markets.