

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 اجمالي 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 ميزة نسبية كبيرة في إنتاج الكثير من الحاصلات البستانية .

وتحصر مشكلة الدراسة في أنه على الرغم من التزايد الملحوظ في مساحة وإنتاجية و إنتاج الحاصلات البستانية في السنوات الأخيرة ، إلا أن الصادرات المصرية من تلك الحاصلات تعاني من التذبذب وعدم الاستقرار سواء في 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 المحلي 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 و البحوث ذات الصلة ، هذا بالإضافة إلى بيانات قطاعية تم تجميعها عن طريق استمارة استبيان ، وقد استخدم في 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 و الإنجليزية ، تتناول الباب الأول المقدمة و التعريف بمشكلة الدراسة والهدف منها و الطريقة البحثية ومصادر البيانات بالإضافة إلى الاستعراض المرجعي للدراسات والبحوث السابقة ، و الباب الثاني تناول في الفصل الاول منه الأهمية النسبية لحاصلات الدراسة واسباب اختيارها ، وتناول الفصل الثاني التطور الانتاجي للحاصلات موضع الدراسة ، أما الباب الثالث فقد تضمن فصلين تناول الفصل الأول تسويق حاصلات الدراسة محلياً وبغرض التصدير ، في حين تناول الفصل الثاني استراتيجية تنمية الصادرات الزراعية والدور الذي تقوم به الهيئات و المؤسسات ذات الصلة في تنمية تطوير الصادرات الزراعية ، أما الباب الرابع فقد تناول الفصل الأول الأهمية النسبية لصادرات حاصلات الخضر و الفاكهة موضع الدراسة و التوزيع الجغرافي لصادرات حاصلات الدراسة و موسمية تلك الصادرات ، في حين تناول الفصل الثاني دراسة مؤشرات الأداء التصديري لحاصلات الدراسة بالإضافة إلى دراسة إمكانية تنمية صادرات حاصلات الدراسة ، أما الباب الخامس فقد تضمن أربع فصول تناول الفصل الأول توصيف مجتمع الدراسة واختيار العينة، و تناول الفصل الثاني مؤشرات إنتاج وتسويق حاصلات الدراسة بالعينة المختارة ، وتناول الفصل الثالث مشكلات مزارعي العينة وأراءهم و مقترحاتهم نحو حلها ، وتناول

الفصل الرابع آراء ومقترحات بعض مصدرى الحاصلات البستانية حول مشاكل و معوقات تصدير الحاصلات البستانية ومقترحاتهم نحو سبل حلها .

تبيين من دراسة الاستعراض المرجعي محدودية الدراسات التى 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 أرتفاع ميزتها النسبية ، هذا بالإضافة لتمتع تلك المحاصيل بمزايا خاصة فى اتفاقية المشاركة المصرية الأوروبية .

واشارت النتائج الى أن محصول البطاطس يأتى فى المرتبة الأولى بين محاصيل الخضر التصديرية بأهمية نسبية بلغت نحو ٤٥.٣٦% من اجمالى قيمة صادرات الخضر مقدرة بالاسعار الحقيقية كمتوسط للفترة (٢٠٠١-٢٠٠٥) ، ويحتل المرتبة الثانية من حيث اجمالى مساحة الخضر بأهمية نسبية مقدارها ١٣.٨% كمتوسط لنفس الفترة ، وتأتى العروة الصيفية فى مقدمة عروات البطاطس الثلاث من حيث المساحة و الإنتاج بأهمية نسبية مقدارها ٣٧.٧% ، ٤١.١% على الترتيب كمتوسط للفترة (١٩٩٠-٢٠٠٥) ، 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 ديامونت بأهمية نسبية مقدارها ٣٢.٧% من اجمالى مساحة البطاطس كمتوسط للفترة (٢٠٠١-٢٠٠٥) ، تليها كلا من الأصناف أسبونت، كارا، دراجا، ألفا ، كما تبين أن ما يقرب من ٦٨.٣% من المساحة المزروعة بالبطاطس يتم زراعتها بالوجه البحرى ، وأن ما يقرب من ١١.٤% من اجمالى مساحة البطاطس يتم زراعتها خارج الوادى وتأتى محافظة البحيرة فى مقدمة محافظات الجمهورية المنتجة للبطاطس بأهمية نسبية مقدارها ١٧.٦% من اجمالى إنتاج الجمهورية من البطاطس كمتوسط للفترة (٢٠٠١-٢٠٠٥) ، يليها كل من الدقهلية ثم النوبارية .

أما بالنسبة لمحصول الفاصوليا الخضراء فقد بلغت أهميته النسبية نحو ٢.٩٢% من اجمالى قيمة صادرات الخضر مقدرة بالاسعار الحقيقية كمتوسط للفترة (٢٠٠١-٢٠٠٥) ، وتمثل مساحة الفاصوليا الخضراء ٣.٣٤% 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 ٤٢% من اجمالى مساحة الفاصوليا الخضراء كمتوسط للفترة (١٩٩٠-٢٠٠٥) ، تليها العروة الشتوى ثم العروة النيلية ، 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 ، جيزة٣ ، فلسو ، جيزة٤ ، وتشير النتائج إلى أن ما يقرب من ٣٩.٧٦% من المساحة المنزرعة بالفاصوليا الخضراء والمقدرة بنحو ٥٤.٨ الف فدان تتركز بمحافظة الوجه البحرى وذلك كمتوسط للفترة (٢٠٠١-٢٠٠٥) ، كما تشير بيانات نفس الجدول إلى أن ما يقرب من ٢٨.٤١% 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 ٢٨.٢٩% ، 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 ٣٦.٣٧% 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 ٧٢.٠٢% كمتوسط للفترة (٢٠٠١-٢٠٠٥) ، 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 ٥٥.٢% من اجمالى مساحة البرتقال المثمرة كمتوسط لنفس الفترة يلية كلا من الفالانشيا الصيفى ، البلدى طعم ، السكرى ، البلدى بذرة ، كما تشير الدراسة إلى ان ما يقرب من ٧٠.٤% من اجمالى المساحة المثمرة للبرتقال تتركز زراعتها فى الوجه البحرى ، وأن نحو ١٩.٩% من مساحة البرتقال المثمرة تتركز زراعتها بالمناطق الجديدة خارج الوادى ، وتأتى منطقة النوبارية فى مقدمة مناطق الجمهورية من حيث المساحة المثمرة للبرتقال حيث تمثل مساحتها ١٨.٩% من اجمالى المساحة المثمرة للبرتقال على مستوى الجمهورية كمتوسط للفترة (٢٠٠١-٢٠٠٥) تليها كل من البحيرة ، الشرقية ، القليوبية ، ومن حيث الانتاج تأتى محافظة البحيرة فى مقدمة محافظات الجمهورية من حيث اجمالى إنتاج البرتقال بنحو ١٨.٩% من اجمالى إنتاج الجمهورية تليها كل من منطقة النوبارية ثم محافظات القليوبية ، الشرقية ثم المنوفية كمتوسط لتلك الفترة .

أما بالنسبة لمحصول العنب فإنه يحتل المرتبة الثانية من قيمة صادرات الفاكهة مقدرة بالاسعار الحقيقية وذلك بأهمية نسبية مقدارها ٩.٢% كمتوسط للفترة (٢٠٠١-٢٠٠٥) ، وتشير النتائج إلى أن أهم أصناف العنب التصديرية التى يتم زراعتها فى مصر هى الأصناف اللابذرية مثل السويبيور ، ايرلى سويبيور ، فيلام سيدلس ، طومسون سيدلس (بناتى) ، كما تشير الدراسة إلى أن ما يقرب من ٥٤.٣% من اجمالى المساحة المثمرة للعنب تتركز زراعتها خارج الوادى ، وأن ما يقرب من ٢٢.٧% من اجمالى مساحة العنب المثمرة تتركز زراعتها بالوجه البحرى وذلك كمتوسط لنفس الفترة ، وتأتى منطقة النوبارية فى مقدمة مناطق الجمهورية من حيث المساحة المثمرة للعنب وذلك بأهمية نسبية تقدر بنحو ٥١.٤% من اجمالى 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 تاتي فى المرتبة الاولى بأهمية نسبية تبلغ نحو ٥٩.٢١% من اجمالى إنتاج الجمهورية من العنب كمتوسط لتلك الفترة ، تليها كل من محافظات المنيا ، الغربية ، الجيزة ثم الدقهلية كمتوسط للفترة (٢٠٠١-٢٠٠٥) .

وتشير نتائج الباب الثالث

الى انه قد تم تقدير الفروق التسويقية لحاصلات الدراسة حيث بلغت نحو ٦٧.٤ ، ١١٣.٧ ، ٤٩.٧ ، ٧٧.٠ قرش/كجم على الترتيب لكل من البطاطس ، الفاصوليا الخضراء ، البرتقال ، العنب ، وقد تبين ان جملة هذه الفروق التسويقية تمثل ٥٤.٨% ، ٦٧% ، ٣٥.٤% ، ٣٣.٩% من متوسط سعر التجزئة و الذى بلغ حوالى ١٢٣.٠ ، ١٦٩.٧ ، ١٤٠.٢ ، ٢٢٧ قرش/كجم على الترتيب وذلك كمتوسط للفترة (٢٠٠١-٢٠٠٥) ، وبتقدير توزيع جنية المستهلك تبين أن نصيب كلا من المنتج ، تاجر الجملة ، وتاجر التجزئة قد بلغ نحو ٤٥.٩% ، ٢٧.٥% ، ٢٦.٦% على الترتيب لمحصول البطاطس ، ونحو ٣٣% ، ٤١.٢% ، ٢٥.٨% على الترتيب لمحصول الفاصوليا الخضراء ، ونحو ٦٥.٢% ، ٨.٢% ، ٢٦.٦% على الترتيب لمحصول

البرتيال ، ونحو ٦٥.٨ % ، ٨.٥ % ، ٢٥.٧ % على الترتيب لمحصول العنب كمتوسط للفترة (٢٠٠١ - ٢٠٠٥)

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 ٨٣.٧ % ، ١٦.٣ % على الترتيب كمتوسط للفترة (٢٠٠١-٢٠٠٥) ، بينما بلغ نصيب المنتج و المصدر من سعر تصدير الفاصوليا الخضراء نحو ٣٥.٠ % ، ٦٥.٠ % 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 للبرتيال فقد أوضحت الدراسة انخفاض نصيب المنتج من سعر التصدير فى حين ارتفع نصيب شركات التصدير وقد بلغ نصيب المنتج و المصدر من سعر تصدير البرتيال نحو ٧٣.٩ % ، ٢٦.١ % 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 ٧٧.٤ % ، ٢٢.٦ % 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 والبرتيال و العنب قد زادت قيمة صادراتها عام ٢٠٠٤ بنسبة بلغت ٢٥٤.٧ % ، ١٥٣.٦ % ، ١٠٤.٥ % ، ١١٧٥ % على الترتيب عما كانت عليه عام ٢٠٠١ قبل تطبيق برامج مساندة الصادرات .

وتشير نتائج الباب الرابع

الى أن قيمة الصادرات الزراعية المصرية من الخضر والفاكهة تمثل نحو ١٤.٩ % ، ٨.٩ % من إجمالي قيمة الصادرات الزراعية والبالغة نحو ٣٠٤٩٦.٦ مليون جنيه مقدرة بالاسعار الحقيقية كمتوسط للفترة (٢٠٠١ - ٢٠٠٥) ، وأن قيمة صادرات حاصلات الدراسة مجتمعة تمثل ما يقرب من ٦٢.١ % من إجمالي قيمة الصادرات الكلية للخضر والفاكهة كمتوسط لنفس الفترة .

كما أوضحت النتائج أن كمية الصادرات المصرية من البطاطس قد بلغت ٣٩٠.٣ ألف طن عام ٢٠٠٥ وهذه الكمية تمثل ١٤.١ % 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 ٧١.٤ % من إجمالي الصادرات المصرية من البطاطس والبالغة نحو ٢٩٦.٢ ألف طن كمتوسط للفترة (٢٠٠١-٢٠٠٥) تليها أسواق الدول العربية بأهمية نسبية مقدارها ١٨.٨ % . وتأتى اليونان فى مقدمة الدول المستوردة للبطاطس المصرية حيث تستحوذ على ٢١.٢ % من إجمالي صادرات مصر من البطاطس تليها كل من ايطاليا ، المانيا ، لبنان ثم المملكة المتحدة بأهمية نسبية مقدارها ٢٠.٦ % ، ١٩.٤ % ، ١٥.٥ % ، ٦.٣ % على الترتيب ، هذا وقد أشارت الدراسة إلى أن أفضل الفترات التصديرية للبطاطس المصرية هى الفترة من يناير إلى يونية حيث تغطى نحو ٩٨.٦٥ % من إجمالي الصادرات المصرية من البطاطس والبالغة نحو ٣٥٥.٦ ألف طن كمتوسط للفترة (٢٠٠٣-٢٠٠٥) ، وتشير الدراسة إلى استفادة مصر من كامل الحصة المسموح بتصديرها للاتحاد الاوروبى والمعفاة من الرسوم الجمركية حيث بلغت نسبة التغطية ١٣١.١ % من الحصة المسموح بها عام ٢٠٠٥ ، الأمر الذى يدعو إلى إعادة النظر فى حجم الحصة و زيادة فترة الإعفاءات الجمركية .

أما بالنسبة لمحصول الفاصوليا الخضراء فقد أشارت النتائج إلى التزايد الملحوظ في حجم الصادرات المصرية من الفاصوليا الخضراء حيث بلغت ١٠.٨ ألف طن عام ٢٠٠٥ تمثل ١٥.٣٪ من إجمالي الإنتاج الموجه للتصدير في ذلك العام بنسبة زيادة قدرت بنحو ٩٩.٩٪ عما كانت عليه كمية الصادرات المصرية من الفاصوليا الخضراء عام ١٩٩١ ، وقد تبين أن أهم الأسواق العالمية المستوردة للفاصوليا الخضراء المصرية هي أسواق الاتحاد الأوروبي حيث تمثل وارداتها ٧٢.٥٪ من إجمالي الصادرات المصرية من الفاصوليا الخضراء المصرية والبالغة نحو ٨١١٦.١ طن كمتوسط للفترة (٢٠٠١-٢٠٠٥) تليها أسواق الدول العربية بأهمية نسبية مقدارها ١٧.٨٪ مما يشير إلى أن هناك فرص تصديرية متاحة للأسواق الأخرى خارج نطاق دول الاتحاد الأوروبي ، وتأتي إيطاليا في مقدمة الدول المستوردة للفاصوليا الخضراء المصرية حيث تستحوذ على ٣٨.١٪ من إجمالي صادرات مصر من الفاصوليا الخضراء تليها كل من هولندا ، ألمانيا ثم المملكة المتحدة بأهمية نسبية مقدارها ٩.٣٥٪ ، ٨.١١٪ ، ٧.٢٣٪ على الترتيب ، هذا وقد أشارت الدراسة إلى أن أفضل الفترات التصديرية هي الفترة من نوفمبر حتى مايو حيث تغطي نحو ٧٥.٣٪ من إجمالي الصادرات المصرية من الفاصوليا الخضراء والبالغة نحو ٨٤٩٣.٥ طن كمتوسط للفترة (٢٠٠٣-٢٠٠٥) ، كما أوضحت الدراسة ان حجم الصادرات المصرية لدول الاتحاد الأوروبي لم يغطي الحصة المسموح بتصديرها بموجب اتفاق المشاركة المصرية الأوروبية والمعفاة من الرسوم الجمركية حيث بلغت نسبة التغطية ٤٨.٥٥٪ من الحصة المسموح بها عام ٢٠٠٥ ، الأمر الذي يدعو لبذل مزيد من الجهد للتنسيق بين المصدرين و المنتجين وجهاز الإرشاد الزراعي لتوعية المنتجين بالأصناف التصديرية ومواصفات الجودة المطلوبة الى جانب التوسع في زراعة اصناف الفاصوليا الخضراء التصديرية في الاراضي الجديدة .

أما بالنسبة لمحصول البرتقال فقد أوضحت النتائج تذبذب الكميات المصدرة من البرتقال الطازج خلال الفترة (١٩٩١-٢٠٠٥) ، حيث بلغ الحد الأعلى للكميات المصدرة من البرتقال المصري نحو ٢٥٧.٩ ألف طن وذلك عام ٢٠٠١ تمثل نحو ١٧.٩٪ من إنتاج أصناف البرتقال التصديرية في تلك السنة ، في حين بلغ الحد الأدنى لصادرات البرتقال نحو ٢٧.٩ ألف طن عام ١٩٩٤ بما يعادل ٢.٣٪ فقط من إنتاج أصناف البرتقال التصديرية في تلك السنة ، وبمتوسط عام قدر بنحو ١٤٤.٧ ألف طن خلال تلك الفترة . كما أشارت النتائج إلى أن أهم الأسواق العالمية المستوردة للبرتقال المصري هي أسواق دول (الاتحاد السوفييتي سابقا) روسيا الاتحادية ، اوكرانيا ، بيلاروسيا والتي تستورد ما يقرب من ٣٨.٨٪ من إجمالي صادرات البرتقال المصري والبالغة نحو ١٩٨ ألف طن كمتوسط للفترة (٢٠٠١-٢٠٠٥) ، تليها أسواق الدول العربية ثم أسواق دول الاتحاد الأوروبي بأهمية نسبية مقدارها ٣٢.٣٪ ، ٢١.٢٪ على الترتيب . وتأتي السعودية في مقدمة الدول المستوردة للبرتقال المصري حيث تستحوذ على نحو ٢٤.٦٪ من إجمالي صادرات مصر من البرتقال كمتوسط للفترة (٢٠٠١-٢٠٠٥) ، تليها كل من روسيا الاتحادية ، المملكة المتحدة ثم اوكرانيا بأهمية نسبية مقدارها ٢٤.٤٪ ، ٩.٤٪ ، ٧.٦٨٪ على الترتيب ، هذا وقد أشارت الدراسة إلى أن أفضل الفترات التصديرية للبرتقال المصري هي الفترة من ديسمبر حتى مايو حيث تغطي نحو ٩٣.٥٪ من إجمالي الصادرات المصرية من البرتقال والبالغة نحو ١٩٦.٤ ألف طن كمتوسط للفترة (٢٠٠٣-٢٠٠٥) ، كما أشارت الدراسة إلى استعادة مصر من كامل الحصة المسموح بتصديرها للاتحاد الأوروبي والمعفاة من الرسوم الجمركية حيث بلغت نسبة التغطية ١٣٨.٧٪ من الحصة المسموح بها عام ٢٠٠٥ ، الأمر الذي يدعو إلى إعادة النظر في زيادة هذه الحصة مع اعادة التفاوض لزيادة فترة الإعفاءات الجمركية .

أما بالنسبة لمحصول العنب فقد أوضحت النتائج ان الصادرات المصرية من العنب الطازج عانت من تذبذب كبير في الكميات المصدرة من سنة لأخرى خلال الفترة (١٩٩١-٢٠٠٥) وعلى الرغم من وجود تحسن نسبي في كمية الصادرات من العنب الطازج خلال السنوات الخمس الأخيرة الا ان نسبة ما تمثله تلك الكميات من حجم انتاج اصناف العنب التصديرية يعتبر ضئيل للغاية ، فقد تراوحت كمية الصادرات المصرية من العنب ما بين حد أدنى بلغ نحو ٤٧٣.١ طن عام ١٩٩١ تمثل نحو ٠.١٦ % من إنتاج أصناف العنب التصديرية في تلك السنة ، وحد أقصى صادرات العنب الطازج بلغ نحو ٢٤٦٠.٢ طن عام ٢٠٠٥ بما يعادل ٢.٤٧% من إنتاج أصناف العنب التصديرية في تلك السنة ، وبمتوسط عام بنحو ٤٦٥٧.٦ طن وبما لا يتعدى ٠.٧ % فقط من حجم إنتاج أصناف العنب التي يتم تصديرها خلال تلك الفترة ، كما أشارت النتائج إلى أن أهم الأسواق العالمية المستوردة للعنب المصري الطازج هي أسواق دول الاتحاد الاوروبي والتي تستورد ما يقرب من ٨٣.٣% من إجمالي صادرات العنب والبالغة نحو ١١.٣٩ ألف طن كمتوسط للفترة (٢٠٠١-٢٠٠٥) ، تليها أسواق الدول العربية بأهمية نسبية مقدارها ٩.٧% . وتأتى المملكة المتحدة في مقدمة الدول المستوردة للعنب المصري حيث تمثل وارداتها ٤٥.٤% من إجمالي صادرات مصر من العنب كمتوسط للفترة (٢٠٠١-٢٠٠٥) ، تليها كل من هولندا ، ايطاليا ثم بلجيكا بأهمية نسبية مقدارها ٢٣.٥% ، ٥.٩% ، ٤.٣% على الترتيب ، هذا وقد أشارت الدراسة إلى أن أفضل الفترات التصديرية للعنب المصري هي الفترة من يونيو حتى يوليو حيث تغطي نحو ٨٤.٧% من إجمالي الصادرات المصرية من العنب والبالغة نحو ١٥.٥ ألف طن كمتوسط للفترة (٢٠٠٣-٢٠٠٥) ، وتشير النتائج إلى أنه بالرغم من طول الفترة التي تتمتع فيها صادرات العنب المصري لدول الاتحاد الاوروبي بالإعفاءات الجمركية والتي تصل إلى خمسة أشهر (٢/١-٧/١٤) إلا أن الصادرات المصرية من العنب لتلك الأسواق لا تتم إلا خلال شهرين فقط من فترة السماح هما يونية ويوليو ، الامر الذي يستوجب زيادة الاهتمام بزراعة الاصناف التصديرية المبكرة وتطوير نظم الانتاج للتصدير حتى تتمكن من زيادة كمية الصادرات من العنب خلال شهر مايو ، الأمر الذي يدعو إلى إعادة التفاوض في المرحلة القادمة مع دول الاتحاد الاوروبي لزيادة فترة الإعفاءات الجمركية حتى نهاية شهر اغسطس .

وفيما يتعلق بمؤشرات الاداء التصديرى 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 ١٦.٥ ، ٥.٩ ، ١١.٢ ، ١.١ على الترتيب كمتوسط للفترة (١٩٩٩-٢٠٠٥) ، وبدراسة معامل عدم الاستقرار لكل من كمية الانتاج الصالح للتصدير وكمية الصادرات وسعر وقيمة التصدير لمحاصيل الدراسة وجد انها جميعا تعاني من عدم استقرار في معظم سنوات الدراسة وكمتوسط لفترة الدراسة (١٩٩٩-٢٠٠٥) الامر الذي يدعو لبذل جهد اكبر في تخصيص مساحات للانتاج المخصص للتصدير لضمان استقرار الكميات المنتجة للتصدير في السنوات القادمة ، الى جانب السعي للتوسع في فتح اسواق خارجية جديدة في الاسواق الاسيوية و الافريقية والامريكية ، وبدراسة التنافسية السعري لصادرات محاصيل الدراسة داخل اهم اسواقها التصديرية أوضحت النتائج أنه بالنسبة لمحصول البطاطس فإن الوضع التنافسي السعري للبطاطس المصرية في سوق ايطاليا ضعيف للغاية حيث قدرت الـ (R_{AJ}) بنحو ٠.٠٢ وانه ينافسنا في ألمانيا وفرنسا كما ان معدل اختراق هذا السوق ضعيف ولم يتجاوز الـ ٠.٢٥٠ ، كما اشارت النتائج ان الوضع التنافسي السعري لمحصول البطاطس المصرية في سوق اليونان يعد ضعيفا ايضا حيث قدرت الـ (R_{AJ}) بنحو ٠.٤٥ وانه ينافسنا في ألمانيا وفرنسا كما ان معدل اختراق هذا السوق ضعيف للغاية ولم يتجاوز الـ ٠.٢٥٠ .

أما بالنسبة لمحصول الفاصوليا الخضراء فتشير النتائج إلى أن الوضع التنافسي السعري هو الأعلى في السوق الهولندي والاطالي مقارنة بالدول المنافسة حيث قدرت الـ (R_{AJ}) بالواحد الصحيح في كلا السوقين وبلغنا في الترتيب من حيث التنافسية السعرية في السوق الهولندي المغرب و في السوق الايطالي هولندا الا ان معدل اختراق هذين السوقين ضعيف للغاية ولم يتجاوز الـ ٠.٥٧٩ ، ٠.٠٦٨ لكل منهما على الترتيب الا أنه يزداد تدريجيا خلال فترة الدراسة (٢٠٠١-٢٠٠٥) الامر الذي يشير الى اتجاه السوقين نحو زيادة حجم وارداتهم من محصول الفاصوليا الخضراء .

وفيما يتعلق بمحصول البرتقال فقد أوضحت النتائج أن الوضع التنافسي السعري للبرتقال المصرى يعد جيدا في سوق روسيا الاتحادية حيث قدرت الـ (R_{AJ}) بنحو ٠.٧٢٣ لا ينافسنا فيه الا البرتقال التركى ، بينما لا يحظى البرتقال المصرى بميزة تنافسية سعريه في السوق السعودى حيث قدرت الـ (R_{AJ}) بنحو ٠.٠٨٣ وينافسنا فيه البرتقال اللبناني ، أما بالنسبة لمؤشر معدل الاختراق فهو مرتفع عن الواحد الصحيح في كلا السوقين الامر الذى يشير الى وجود فرصة لزيادة صادرات البرتقال لكلا السوقين مستقبلا .

وفيما يتعلق بمحصول العنب فقد أوضحت النتائج أن الوضع التنافسي السعري للعنب المصرى لا يحظى بأى ميزة سعريه في السوق الهولندي حيث قدرت الـ (R_{AJ}) بصفر وانه ينافسنا فيه ايطاليا والمانيا و اليونان ، بينما تشير النتائج الى ان الوضع التنافسي السعري لمحصول العنب داخل سوق المملكة المتحدة يعد جيدا حيث قدرت الـ (R_{AJ}) بنحو ٠.٧٨١ وينافسنا في السوق شيلي واسبانيا ، كما أوضحت النتائج أن مؤشر معدل اختراق العنب في كلا السوقين مرتفع عن الواحد الصحيح الامر الذى 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 ٤٣% ، ٥٠% ، ٣٩% ، ٢٣١% على الترتيب من متوسط الكميات التى تم تصديرها خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠٠٥) ، وأن هذه الكميات المقترحة تصديرها من تلك المحاصيل تمثل ٢٥% ، ١٤% ، ١٨.٣% ، ٢.٦% على الترتيب من حجم الإنتاج التصديرى كمتوسط لنفس الفترة ، كما أوضحت الدراسة أن تلك النسب من الإنتاج قد تم تجاوزها بالفعل فى بعض السنوات خاصة لمحصولى البطاطس والبرتقال الأمر الذى يتطلب استمرار البحث والدراسة لتنمية الأسواق التصديرية الحالية وفتح أسواق جديدة لاستيعاب حجم أكبر من الصادرات المصرية من تلك المحاصيل .

وتشير نتائج الباب الخامس

انه بالنسبة لمحصول البطاطس فإن غالبية مزارعى عينة الدراسة يمتلكون الأراضى التى يزرعونها ، وأن مساحة البطاطس تمثل نحو ٦٢.٥% ، ٤٣.١% من إجمالى الحيازة لكل من الزراعة لغرض التصدير والزراعة للسوق المحلى على الترتيب ، كما بلغ متوسط إنتاجية الفدان ١١.٨ ، ١٠.٧٦ طن/فدان لكلا الفئتين على الترتيب ، وقد تبين وجود فرق معنوى مؤكد إحصائيا بين متوسطى مساحة البطاطس لفتى 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 ٥٧.٢% من الإنتاج يتم توجيهه لشركات التصدير أو وكلائهم ، فى حين أنه فى حالة الزراعة للسوق المحلى فيتم توجيهه ٦٥% من الإنتاج

لأسواق الجملة و ١٣.٦٪ فقط يتم شراؤها من قبل شركات التصدير أو وكلائهم . وانه قد بلغ متوسط التكاليف الإنتاجية للفدان للزراعة لغرض التصدير نحو ٦٠٢١ جنيه في حين بلغت نحو ٤٢٦٣ جنيه في حالة الزراعة للسوق المحلي ، وقد تبين وجود فرق معنوي مؤكد إحصائيا بين متوسطى تكاليف إنتاج فدان البطاطس لفئتي العينة .

كما أوضحت النتائج أن أهم المتغيرات الكمية تأثيرا على إنتاجية فدان البطاطس لغرض التصدير هي " التقاوى ، السماد الازوتى ، الأسمدة الفوسفاتية ، العمل البشرى ، عدد ساعات العمل الآلى " ، وقد قدرت المرونة الاجمالية بحوالى ٠.٠٧٩ ، أما بالنسبة للزراعة للسوق المحلي فقد تبين أن أهم المتغيرات المؤثرة على إنتاجية الفدان هي " السماد العضوى ، السماد الازوتى ، كمية الأسمدة البوتاسيه ، كمية العمل البشرى " ، وتقدر المرونة الإجمالية بنحو - ٠.١٠٣ ، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أنه بالرغم من ارتفاع تكاليف إنتاج الزراعة لغرض التصدير فإنها تحقق صافى عائد للفدان يفوق نظيره فى الزراعة للسوق المحلي .

و بالنسبة لمحصول الفاصوليا الخضراء فقد أشارت النتائج الى أن غالبية مزارعى عينة الدراسة يمتلكون الأراضى التى يزرعونها ، وأن مساحة الفاصوليا الخضراء تمثل نحو ٤٤.٥٪ ، ٢٢.٧٪ من إجمالى الحيازة لكل من الزراعة لغرض التصدير والزراعة للسوق المحلي على الترتيب ، كما بلغ متوسط إنتاجية الفدان ٣.٩١ ، ٤.٩٣ طن/فدان لكلا الفئتين على الترتيب ، وقد تبين وجود فرق معنوي مؤكد إحصائيا بين متوسطى مساحة الفاصوليا الخضراء لفئتي العينة .

كما أوضحت النتائج أنه بالنسبة للزراعة من أجل التصدير فإن ٨١.٨ % من الإنتاج الصالح للتسويق يتم توجيهه لشركات التصدير أو وكلائهم ، فى حين أنه فى حالة الزراعة للسوق المحلي فيتم توجيهه ٣٥.٥٪ من الإنتاج لأسواق الجملة و ١٩.٤٪ لشركات التصدير أو وكلائهم . كما بلغ متوسط التكاليف الإنتاجية للفدان للزراعة لغرض التصدير نحو ٣٢١١ جنيه فى حين بلغت نحو ٢٣٨١ جنيه فى حالة الزراعة للسوق المحلي ، وقد تبين وجود فرق معنوي مؤكد إحصائيا بين متوسطى تكاليف إنتاج فدان الفاصوليا الخضراء لفئتي العينة .

كما أوضحت النتائج أن أهم المتغيرات الكمية تأثيرا على إنتاجية فدان الفاصوليا الخضراء لغرض التصدير هي " كمسة السماد الازوتى ، كمية الأسمدة البوتاسية ، كمية المبيدات " ، وقد قدرت المرونة الاجمالية بحوالى - ٢.٣٤٢ ، أما بالنسبة للزراعة للسوق المحلي فقد تبين أن أهم المتغيرات المؤثرة على إنتاجية الفدان هي " كمية السماد الازوتى ، كمية المبيدات المستخدمة ، كمية العمل البشرى " ، وتقدر المرونة الإجمالية بنحو - ٠.٩٠٢ ، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أنه بالرغم من ارتفاع تكاليف إنتاج الزراعة لغرض التصدير فإنها تحقق صافى عائد للفدان يفوق نظيره فى الزراعة للسوق المحلي .

وقد اشارت النتائج انه بالنسبة لمحصول البرتقال فان جميع مزارعى عينة الدراسة يمتلكون الأراضى التى يزرعونها ، وأن متوسط إنتاجية الفدان ٩.١٢ ، ٨.٣٧ طن/فدان لكل من منتجى البرتقال لغرض التصدير ومنتجى البرتقال للسوق المحلي على الترتيب .

كما أوضحت النتائج أنه بالنسبة للزراعة من أجل التصدير فإن ٥٨.٤ % من الإنتاج الصالح للتسويق يتم توجيهه لشركات التصدير أو وكلائهم ، فى حين أنه فى حالة الزراعة للسوق المحلي فيتم توجيهه ٤٦.٧٪ من الإنتاج لأسواق الجملة و ٢٢.٣٪ لشركات التصدير أو وكلائهم . بلغ متوسط التكاليف الإنتاجية للفدان للزراعة لغرض التصدير نحو ٤٤٣٦ جنيه فى حين بلغت نحو ٣٧٢٨.٩ جنيه فى حالة الزراعة للسوق المحلي ، وقد تبين وجود فرق معنوي مؤكد إحصائيا بين متوسطى تكاليف إنتاج فدان البرتقال بين فئتي العينة .

كما أوضحت النتائج أن أهم المتغيرات الكمية تأثيرا على إنتاجية فدان البرتقال لغرض التصدير هي " كمية المبيدات ، كمية العمل البشرى " ، وقد قدرت المرونة الإجمالية بحوالى ٠.١٩ ، أما بالنسبة للزراعة للسوق المحلى فقد تبين أن أهم المتغيرات المؤثرة على إنتاجية الفدان هي " كمية المبيدات ، كمية العمل البشرى " وتقدر المرونة الإجمالية بنحو - ٠.١٢٧ ، 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 اشارت النتائج أن جميع مزارعى عينة الدراسة يمتلكون الأراضى التى يزرعونها ، وأن متوسط إنتاجية الفدان ١٠.٤١ ، ٩.٨٤ طن/فدان لكل من منتجى العنب لغرض التصدير ومنتجى العنب للسوق المحلى على الترتيب .

كما أوضحت النتائج أنه بالنسبة للزراعة من أجل التصدير فإن ١٧.١ % من الإنتاج الصالح للتسويق يتم توجيهه لشركات التصدير أو وكلائهم ، فى حين أنه فى حالة الزراعة للسوق المحلى فيتم توجيهه ٤٣.٢ % من الإنتاج لأسواق الجملة ونحو ٥.٦ % فقط لشركات التصدير أو وكلائهم . وقد بلغ متوسط التكاليف الإنتاجية للفدان للزراعة لغرض التصدير نحو ٥٣١٩ جنيه فى حين بلغت نحو ٤٢٦١.٦ جنيه فى حالة الزراعة للسوق المحلى ، وقد تبين وجود فرق معنوى مؤكد إحصائيا بين متوسطى تكاليف إنتاج فدان العنب لفئتى العينة .

كما أوضحت النتائج أن أهم المتغيرات الكمية تأثيرا على إنتاجية فدان العنب لغرض التصدير هي " كمية العمل البشرى " وقد بلغت قيمة المرونة الإنتاجية ٠.٤٠٢ ، أما بالنسبة للزراعة للسوق المحلى فقد تبين أن أهم المتغيرات المؤثرة على إنتاجية الفدان هي " كمية العمل البشرى " وقد بلغت قيمة المرونة الإنتاجية ٠.٣٢٨ . 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 .

وفيما 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 هي ارتفاع تكاليف عناصر الإنتاج ، عدم توافر التمويل ، عدم توفر تقاوى من مصادر موثوق بها .

أما بالنسبة للمشاكل التسويقية التى تواجه منتجى البطاطس لغرض التصدير فيأتى 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 هي 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 لحل مشاكلهم الإنتاجية توفير مستلزمات الإنتاج بأسعار مناسبة ، عمل دورات إرشادية لتوفير العمالة المدربة ، توفير مصادر تمويل مناسبة بالإضافة إلى توفير منافذ بيع مستلزمات الإنتاج ، وقد اتفقت آراء مزارعى البطاطس للسوق المحلى مع هذه الحلول وان اختلفت فى تقديراتها النسبية بالنسبة لهم .

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 مشاكلهم التسويقية يتطلب إنشاء جمعيات تتولى عملية التصدير ، فتح منافذ تسويقية جديدة ، توفير المعلومات التسويقية .

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

أما بالنسبة للمشاكل التسويقية التى تواجه منتجي البرتقال لغرض التصدير فيأتى فى مقدمتها عدم توفر محطات كافية لتجهيز المحصول للتصدير يليه فى الترتيب صعوبة الحصول على التصاريح الخاصة بمطابقة المواصفات التصديرية ، تذبذب الأسعار وانخفاض الأسعار بالسوق المحلى ثم عدم توفر الخبرة الكافية فى التسويق الخارجى ، بينما يرى منتجي البرتقال لغرض التسويق المحلى أن أهم مشاكلهم التسويقية هى تذبذب الأسعار وانخفاض الأسعار بالسوق المحلى 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 ، يلي ذلك توفير محطات تجهيز وإعداد المحصول بتكلفة مناسبة ، توفير العبوات اللازمة لنقل المحصول ، توفير المعلومات التسويقية الكافية عن الأسواق ، في حين يرى منتجي البرتقال للسوق المحلي أن الأمر 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 التمويل الكافي فقد جاءت هذه المشكلة في المرتبة الثانية بالنسبة لهم من حيث الأهمية .

أما بالنسبة للمشاكل التسويقية التي تواجه منتجي العنب لغرض التصدير فيأتى 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 ان اهم 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 وان 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 ممثلى بعض الشركات المصدرة للحاصلات البستانية أن هذه الشركات منتجة ومصدرة فى 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 فى أكثر من محصول تصديرى ومنتج زراعى على مدار العام .

وعن أهم المشاكل التى تواجههم فكانت مشكلة الحصول على أصناف جديدة وجمود النشاط البحثى ، 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 الذى يؤثر على سعر التصدير ، يضاف إلى ذلك بعض المشاكل المتعلقة بجهات الرقابة والتفتيش والمتعلقة بطول الفترة التى يستغرقها الأفراج عن البذور والتقاوى ، ومن المشاكل الهامة التى تواجه هؤلاء المصدرين أيضا هو المشاكل المتعلقة بخدمات التأمين خاصة إجماع كثير من البنوك عن تمويل الصادرات الزراعية خاصة سريعة التلف ، إلى جانب أن عمليات التأمين والضمان لا تغطى كل السلع الزراعية .

التوصيات

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

- ١- ضرورة الاهتمام بعمليات التداول ومعاملات ما بعد الحصاد للحاصلات البستانية لتحويل نسبة عالية من الفاقد الى منتج قابل للتصدير دون أن يتأثر الانتاج المحلى.
- ٢- ضرورة ضبط ومراقبة سوق مستلزمات الانتاج لضمان توافر البذور والتقاوى والشتلات المعتمده والموثوق بها وخاصة للاصناف التصديرية ، وكذلك لضمان عدم استخدام اسمده مغشوشه، ومبيدات ممنوعه ، و اعادة تفعيل دور بنك التنمية و الائتمان الزراعى فى لتوفير الاسمدة ومستلزمات الانتاج للمزارعين .
- ٣- تفعيل دور اجهزة الارشاد الزراعى التسويقى لعقد الندوات لتعريف صغار المنتجين بالاصناف التصديرية والمواصفات التصديرية ومتطلبات السوق مثل مطابقة EUROP GAP ، والشروط الصحيه والبيئيه العالميه ، ومواصفات العبوات القياسيه .
- ٤- الاهتمام والتوسع فى الزراعة العضويه والزراعه النظيفة وخاصة فى الاراضى الجديده التى تنتشر بها الحاصلات البستانيه التصديرية والتى تتمتع مصر بميزة نسبية فى انتاجها .
- ٥- ضرورة محاولة تعديل بنود اتفاقية المشاركة المصريه الاوروبيه فى المرحلة القادمة من التفاوض لزيادة حجم حصة مصرالمسموح بتصديرها من البطاطس والبرتيال واطالة الفترة التصديرية للعنب .
- ٦- الاهتمام بزراعة الاصناف التصديرية مبكرة النضج من العنب وتطوير نظم الانتاج للتصدير حتى يمكن دخول العنب المصرى خلال فترة تزايد الطلب الاوروبى ويقل وجود المنافسين (أول مايو) .
- ٧- ضرورة التوسع فى فتح منافذ تسويقيه جديدة فى العالم مثل الدول الافريقية والاسيوية ودول جنوب وشرق اسيا .
- ٨- تسهيل وتيسير اجراءات الحصول على شهادات تطبيق الجودة والمواصفات التصديرية المطلوبة للتصدير .
- ٩- تشجيع وتفعيل دور الجامعات والمراكز البحثية لإيجاد حلول غير تقليديه للمشاكل الانتاجيه والتسويقية والتصديرية، وانشاء صندوق او برنامج لدعم الابحاث والدراسات التطبيقية .
- ١٠- تشجيع المستثمرين على الاستثمار فى مجالات البنية الاساسية التسويقية (محطات التجهيز و التعبئة ووسائل النقل المبردة وصناعة العبوات وانشاء الثلجات) .
- ١١- انشاء معامل متخصصة فى تحليل الاثار المتبقية من الاسمدة و المبيدات وفقا للشروط الصحية ومعايير الجودة التى تتطلبها الاسواق العالمية خاصة الاتحاد الاوروبى باعتبار الشريك الاساسى لصادرات مصر الزراعية من الحاصلات البستانية .
- ١٢- توافر الضمانات الكافية للمزارعين لحمايتهم من عدم وفاء المصدرين بتعاقداتهم .
- ١٣- توافر مصادر تمويل متنوعه وكافية مع تطبيق نظم التأمين المناسبة على الحاصلات الزراعية .
- ١٤- تشجيع تكوين اتحادات بين المزارعين فى صورة جمعيات وربطها بحوافز من قبل بنك التنمية فى صورة قروض ميسرة لتمويل الانتاج والمساعدة فى التسويق عن طريق ربط هذه الجمعيات بالمصدرين .

**Economics of Production and Marketing of Some Egyptian
Horticultural Crops for Export**
**Hend Nabel Mohamed Yousef, PHD, Faculty of Agriculture, Banha
University, 2008.**

SUMMARY

The issue of developing the Egyptian agricultural exports is considered the essential and vital one, which the State gives more attention to it for more reasons; it is the backbone of the sustainable economic development and the main resources of the national income.

The studies depend on both the published and unpublished data from the related bodies, besides the previous studies and researches related to the subject, and the scrotal data which has been collected by the designed questionnaire.

The study including five chapters besides Arabic and English summary. The first chapter consists of two sections, the first one reviewed the introduction and defines the problem, objective of the study, the methodology, the sources of data besides the literature of the previous studies and researches and their findings.

While the second chapter including two sections. The first one, review the development relative importance of the studied crops and the reasons of their choice, the second one , the relative importance of the development of the studied crops production.

The third chapter including two section, the first one, the marketing of the studied crops locally and in the purpose of export, while the second one reviewed the strategy of exporting the agricultural crops generally.

The fourth chapter including two sections, the first one, deals with the relative importance of both chosen vegetables and fruit exports and the geographical distribution, the seasonality of exporting, while the second one studding the indicators of the exporting performance besides the possibilities of developing these exports, and the constraints and determinant facing the Egyptian agricultural exports.

The fifth chapter including four sections, the first one underline and classify and the basis of chosen sample to be studied, while the second one, reviewed the indicators of production and marketing the studied crops in sample, the third one examined the producers in sample problems and their viewpoints and suggested solutions, finally the fourth one reviewed the exporters viewpoints and their suggested solutions for their problems.

The results of second chapter refer to the certain crops which have been chosen to study namely; potatoes, green beans, orange and grapes according to some criteria and assumptions such as; the relative importance of both area and the value of exports , the increase of relative

advantage and finally they have special preferences of the Egyptian European partnership .

As concerns to potatoes. It comes in the first rank among the vegetables exporting crops with a relative importance represented 45.36% out of the total values(in real prices) of vegetables exports during the period (2001-2005) . Potatoes come also in the second order with a relative importance represented 13.8% of the total area of vegetables. The study also observed the diversity and multifarious of the varieties of potatoes cultivated in Egypt either for the local marketing or exporting especially diamond which represented 32.7% of the total cultivated area of potatoes, followed by Sponta , Kara and Alfa varieties . It is also noticed that, the cultivated area of potatoes concentrate in Delta and Out Valley which represented 68.3% and 11.4% respectively out of the total cultivated area during the average period (2001-2005).

As regards to green bean. It is comes in the third rank among the vegetables exporting crops with a relative importance represented 2.92% out of the total values(in real prices) of vegetables exports during the period (2001-2005). Green bean area represented 3.34% of the total cultivated area of vegetables. The study also observed the diversity and multifarious of Green bean varieties cultivated in Egypt either for the local marketing or exporting. Polista, Narina, Giza3, Flexo and Giza 4 varieties are cultivated for exporting. It is also noticed that, the cultivated area of green bean concentrate in Delta governorates and out of Valley which represented 39.76% and 28.41% out of the total cultivated area during the average period (2001-2005).

In relative to Orange. It is comes in the first rank among the fruits exporting crops with a relative importance represented 72.02% out of the total value (in real prices) of the total exports of fruits during the period (2001-2005). The variety of Navel oranges comes in the first cultivated varieties in Egypt represented 55.2% out of the total fruitful area during the period (2001-2005) followed by the varieties of Summer Valenshia oranges , seed oranges and saccharine oranges. It is also noticed that the cultivated area of orange concentrate in Delta governorates and out of Valley which represented 70.4% and 19.9% out of the total fruitful area during the period (2001-2005).

As respects to Grapes. It is comes in the second order among the fruits exporting crops with a relative importance represented 9.2% out of the total value (in real prices) of the total exports of fruits during the period (2001-2005). The variety of Superior, Early Superior, Flam seedless and Thomson seedless are cultivated for exporting. It is also noticed that, the cultivated area of grapes concentrate in out of Valley and Delta governorates which represented 54.3% and 22.7% out of the total fruitful area during the period (2001-2005).

The results of third chapter indicated that, the marketing margins for potatoes, green beans, orange and grapes amounted 67.4, 113.7, 49.7 and 77.0 piaster/kgm which represented about 54.8% , 67% , 35.4% and 33.9% relative to the average of retail price which amounted 123.0 , 169.7, 140.2 and 227.0 piaster / kgm during the period (2001-2005). The estimates of the consumer pound indicated that, the share of producer, the whole seller and retail seller represented 45.9%, 27.5% and 26.6% for potatoes, and estimated 33% , 41.2% and 25.8% for green bean, and estimated 65.2% , 8.2% and 26.6% for orange , and estimated 65.8% , 8.5% and 25.7% for grapes in the average period of (2001-2005).

The study of marketing expenses for the studied crops and their shares of both producer and exporter from the export price estimated 83.7%, 16.3% for potatoes, 35.0%, 65.0% for greenbean, 73.9%, 26.1% for oranges and 77.4% , 22.6% for grapes in the average period of (2001-2005).

The study reviewed the exporting subsidies and its effects of the exporting efficiency for the agricultural crops. It led to increase the exported quantities from potatoes, green bean, oranges and grapes by 254.7%, 153.6%, 104.5% and 1175% respectively in 2004 compared to 2001.

The fourth chapter results indicated that, the value of Egyptian agricultural exports of vegetables and fruits represented about 14.9% and 8.9% respectively relative to the total value of Egyptian agricultural exports which valued LE 3049.6 million (in real prices) during the period (2001-2005). The value of the studied mentioned crops represented about 62.1% of the value of Egyptian agricultural exports of vegetables and fruits during the same period.

As concerns to potatoes, it is indicated that, the quantities amounted 390.3 thousand ton in 2005 represented 14.1% of the total production oriented to exports in this year. The European and the Arabic markets come in the first and second rank which adsorbed quantities represented 71.4% , 18.8% of the total exports of Egyptian potatoes in the average period of (2001-2005).

Greece comes in the top of the imported countries of the Egyptian potatoes followed by Italy, Germany, Lebanon and the United Kingdom represented 21.2% , 20.6% ,19.4% ,15.5% ,6.3% respectively in the average period of (2001-2005).

The seasonality analysis showed that, the best exporting period is January –June that covered about 98.65% of the total exports of the Egyptian potatoes during the period (2003-2005).The study also assured that, Egypt has achieved its full quota which exempted from customs into the European Union. So, the study recommends reviewing the Egyptian quota volume and enlarging the period of Duties Exemption.

As relative to green bean, it is indicated that, the exporting quantities amounted 10.8 thousand ton in 2005 represented 15.3% of the total production oriented to exports in this year. The European and the Arabic markets come in the first and second rank which imported quantities represented 72.5% and 17.8% of the total exports of Egyptian green bean in the average period of (2001-2005). Italy comes in the top of the importers of the Egyptian green bean, followed by Netherlands, Germany and the United Kingdom represented 38.1%, 9.35%, 8.11%, 7.23% respectively in the average period of (2001-2005).

The seasonality analysis showed that, the best exporting windows is November – May witch covered about 75.3% of the total exports of the Egyptian green bean during the period (2003-2005).The study also indicated that, Egypt has not achieved its full quota which exempted of customs into the European Union. So, the study recommends paying more attention and efforts to achieve the Egyptian quota by opening new markets and improving the quality of the exported varieties.

As relative to orange, it is indicated that, the exporting quantities have fluctuated during the period (1991-2005). Saudi Arabia comes in the top of the imported countries of the Egyptian orange followed by Russia Federation, United Kingdom and Ukraine with quantities represented 24.6%, 24.4%, 9.4% , 7.68% respectively during the period of (2001-2005).

The seasonality analysis showed that, the best exporting windows is December – May which covered about 93.4% of the total exporting of the Egyptian orange which amounted 196.4 thousand ton during the period (2003-2005). The study also indicated that, Egypt achieved its full quota which exempted of customs into the European Union. So, the study recommends increasing the Egyptian quota volume and enlarging the period of Duties Exemption.

As relative to grape, it is indicated that, the exporting quantities have fluctuated during the period (1991-2005). The European Union and the Arabic markets come in the first and second ranks with imported quantities represented 83.3%, and 9.7% of the total exports of Egyptian grape. United Kingdom comes in the top of the imported countries of the Egyptian grape followed by Netherlands, Italy and Belgium with quantities represented 45.4%, 23.5%, 5.9% , 4.3% respectively during the period (2003-2005) .

The seasonality analysis indicated that, the best exporting windows is June – July which covered about 84.7% of the total exports of the Egyptian grapes during the period (2003-2005). The study also showed that, although the long period (5 months) have exempted of customs given to Egyptian exports of grape there is only two months can these exports enter the European Union during the allowance period . So, the

study recommends to increase the attention to cultivate the early mature varieties, enlarge the exporting allow period and developing the systems of production oriented to export.

It is noticed also there is a revealed comparative advantage (RCA) for all the studied mentioned crops. The indicators of exporting performance showed that, there is an economic instability in the values and quantities of the studied crops exports during the period (1999-2005)

The indicators of exporting competitiveness as relative to potatoes indicated that, the price competitiveness situation in Italy and Greece market have disadvantage price while the market penetration coefficient for the two markets is very small but it increase gradually through the studied period , it means that the two market tend to increase their imports of potatoes .

As concerns to green bean, the situation of price competitiveness in both Netherlands & Italy market has a price advantage comparing to the other competitors while the market penetration coefficient for the two markets is very small, but it increase gradually through the studied period , it means that the two market tend to increase their imports of green beans .

As concerns to orange, the situation of price competitiveness in Russia Federation market enjoys with a price advantage, so Egypt has a good price advantage better than the other competed countries except Turkey. On the other hand, it has no price competitiveness in Saudi Arabia market ; while the market penetration coefficient for the two markets increase more than the unit .So it referees to there is a good opportunities for increasing the Egyptian orange exports through study these markets well.

As concerns to grape, the results showed that, the Egyptian grapes in the United Kingdom market is faced by severely competition from both Chili and Spain. On the other hand, Netherlands market has also have disadvantage price completely. The market penetration coefficient equals more than one, so it refers to the enlargement these markets, hence, there is a good opportunities to increase the Egyptian grapes to these markets if study these markets well .

The study also indicated that there are more possibilities to increase the quantity of potatoes, green bean, orange and grapes with additional quantities represented 43%, 50%, 39% and 231% respectively comparing to the average of the period (1995-2005). These ratios represented 25%, 14%, 18.3% and 2.6% respectively out of the actual production directed to export. It is surprised that ratios has exceeded their rates in some years especially potatoes and orange. So, it requires more

research and studies to develop the current market and try to opening new markets to absorb the excessive quantity.

The fifth chapter examined and abstracted the results of survey:-

For potatoes, it is noticed that, the majority of sample growers own their land. The yield average amounted 11.8 and 10.76 ton /feddan for the two hold-size categories respectively. It is also indicated that, the production costs amounted 6021 and 4263 LE /feddan for the production for export and for the local market respectively.

The most important problems face the producers of potatoes for export are: the high costs of inputs, the lack of guaranteed seeds, and the insufficient of the specialized labour, the deficit of necessary finance. On the other hand, the high costs of inputs, the deficit of necessary finance, the lack of guaranteed seeds and the insufficient of the specialized labour are considered the top main problems which face the producers of potatoes in the purpose of the local market. The common marketing problems which face the producers of potatoes for export are; the State decree” not allow to export except the biggest producers”, the lack of specialized cooperative for exporting in the production areas, On the other hand, the producer of potatoes for the local market defined their main marketing problems as following; the low and decrease sale price in the local market and the monopoly of sellers.

The results also showed the suggestions of the sample interviewers to solve their problems. The suggestions of potatoes producers for exporting to solve their production problems are; make the inputs available in suitable prices, conduct extension training courses to prepare the training labours and set suitable finance sources. While the suggestions of potatoes producers for local market to solve their production problems are similar to the above mentioned suggestions. The suggestions of potatoes producers for exporting to solve their marketing production problems are; eliminate the decision to allow only the big producer to export, establish suitable preparing (sorting and grading) stations, and provide the marketing information .While the suggestions of potatoes producers for local market to solve their marketing problems are; establish new marketing outlets to control the monopoly of big wholesalers, provide the marketing information, establish suitable preparing (sorting and grading) stations and provide the suitable prepared transportation means.

For green bean, it is noticed that, the majority of sample growers own their land, the cultivated area of green bean represented about 44.5% and 22.7% out of the total hold- size categories for exporting and for the local market respectively. The yield averages amounted 3.91 - 4.93 ton/feddan for the two mentioned hold-size categories respectively. It is also showed that, the production costs per feddan for both cultivation for

export, and for the purpose of local market amounted LE 3211 and 2381 respectively.

The most important problems face the producers of green bean for export are; the high costs of inputs, the lack of specialized labour, the lack of trusted seeds .On the other hand, the high costs of inputs, the lack of required exporting seeds, the deficit of necessary finance, and the lack of the specialized labour are considered the top main problems. The study examined the common marketing problems face the producers of green bean for export which are; the non obligation of the exporter to fulfill his contracts, the refuse of exporter to receive the crop from producers as he faces to problems during he tries to export the crop, the unavailable of the marketing information related to the requirements of export and the inexistence of the preparing station. On the other hand, the producer of green bean for the local market defined their main marketing problems as following; the decline of local demand for the exporting varieties, the low of sale price in the local market and the lack of the marketing information related to the requirements of export.

The results also showed the suggestions of the sample interviewers to solve their problems. The suggestions of green beans producers for exporting to solve their production problems are; make the required exporting varieties out of hand the big exporters, make the inputs available in suitable prices, set suitable finance sources and provide the highly productive varieties. The suggestions of green bean producers for local market to solve their production problems are similar to the above mentioned suggestions (except the item of provide the highly productive varieties which come in the first order). The suggestions of green bean producers for exporting to solve their marketing problems are; set measures and conditions for the contracts to protect the producers and establish cooperatives to export their crops. While the suggestions of green bean producers for local market to solve their marketing problems are; establish cooperatives or societies to export their crops and establish new marketing outlets.

For orange, it is noticed that the majority of sample growers own their land. The yield average amounted 9.12 and 8.37 ton/feddan for the two hold-size categories respectively. It is also showed that, the production costs per feddan for both cultivation for export and regards to the purpose of local market are LE 4436 and 3728.9 respectively.

The most important problems face the producers of orange for export are; the high costs of inputs, the lack of suitable finance sources and the high rates of waste. On the other hand, the opinions and viewpoints of the producer for orange in the purpose of the local market agree with the above mentioned problem in their order and disagree in their relative importance. The study examined the common marketing

problems faced the producers of orange for export are, the insufficient of the preparing stations to sort and prepare the crop, the difficulties to obtain the permission licenses related to the exporting specifications and the fluctuations in the local market , the producer of orange for the local market defined their main marketing problems as following; the price fluctuations and the decreasing of sale price in the local market, the monopoly of big sellers for the market prices, the far distances between the production centers and markets.

The suggestions of orange producers for exporting to solve their production problems are; establish marketing outlets to sell inputs with suitable prices and must be near to the production centers. The suggestions of orange producers for local market to solve their production problems are similar to the above mentioned suggestions. The suggestions of orange producers for exporting to solve their marketing problems are; to facilitate the procedures to obtain the ISSO and GAP certificates, set and provide the preparing crops stations at suitable costs. While the suggestions of orange producers for local market to solve their marketing problems are; establish new marketing outlets to prevent the monopoly of big sellers and make the marketing information available.

For grapes, it is noticed that the majority of sample growers own their land. The average yield is 10.41 and 9.84 ton/feddan, for the two mentioned above hold-size categories respectively. It is also showed that, the production costs per feddan for both cultivation for export and regards to the purpose of local market are LE 5319 and 4261 respectively.

The most important problems face the grapes producers for export are; the high costs of inputs, the lack of trained and experienced labours. On the other hand, the opinions and viewpoints of the grapes producers in the purpose of the local market agree with the above mentioned problem. The study indicated also the common marketing problems faced the producers of grapes for export which are, the lack of pre-cooling unites in the farm, the insufficient of the preparing stations to sort and prepare the crop and the difficulties to market the production oriented to export. On the other hand, the producer of grapes for the local market defined their main marketing problems as following; the far distances between the production centers and the markets and the difficulties to obtain the licenses for the exporting specifications.

The results also showed the suggestions of the sample interviewers to solve their problems. The suggestions of grapes producers for exporting to solve their production problems are; provide the inputs with suitable prices provide farmers with the high productive varieties and the operation of replacement and renew, conduct training courses to prepare the trained labours, activate the role of the agricultural extension, and make the suitable finance sources available. The suggestions of grapes

producers for local market to solve their production problems are similar to the above mentioned suggestions. The suggestions of grapes producers for exporting to solve their marketing problems are; to generalization and make the obtain of all information about the ISSO and GAP and the other world quality standards are available and provide the raw material which require to manufacture the package preparing to export. While the suggestions of grapes producers for local market to solve their marketing problems are; open centers for gathering and preparing the production of the small farmers, open new marketing outlets to prevent the monopoly of big sellers and make the marketing information related to the measures and standards of quality and specifications available.

The results of interviewing some representatives of the exporting companies indicated that They get the licenses of the organic agricultural and the Euro-gap certificate besides, It is founded the following problems the obtaining of the new varieties, there is no factories to produce the world standard packages, the refrigerators and preparing stations not working in full capacity due to the decrease of the delivered quantities, the long period of examination for seeds in the agencies of control and inspection and finally the operation of insurance and grantee not cover all agricultural commodities.

RECOMMENDATIONS

The study summarized some recommendations which are taken from the results of study, and the viewpoints and suggestions of producers, and exporters and related officials bodies to help the policy makers:

1. To pay more attention to handling and post-harvest operations
 2. Make strong control on the inputs markets. It must be activated the role of agricultural and marketing extension.
 3. Give more attention and interesting in the organic and clean agriculture especially in the new lands which cultivated with horticultural crops.
 4. It is necessary to review the European Egyptian partnership agreement to increase the quotas of potatoes and oranges and enlarge the period for grapes.
 5. Interesting in the early matured varieties and developing the production system for grapes to access during the European increasingly demand.
 6. It must be studied the traditional and promising markets to solve the problem of penetration. And Make the marketing information for world and local markets are available, besides establish preparing & sorting stations, preparing the trained experienced labour, moreover make the refrigerated transports are available.
 7. To easy and simplify the procedures of obtaining the certificates of quality control & other world related certificates.
 8. Encourage and activate the role of universities & research centers, to find untraditional solutions for both production and exporting problems.
 9. Attract and encourage the investors to share in the field of infrastructure (stations of preparing and sorting and packing, refrigerated transportation means, storage refrigerators, factory of packages).
 10. Set specified labs for residuals of fertilizers and pesticides, establish according to the healthy standards and quality control, which requires from the European Union.
 11. Offering the guaranties & assurance to farmers to defend them from the un-obligation of exports of their contracts.
 12. Provide different finance sources and apply the suitable insurance systems for the agricultural crops.
 13. Reactivate the role of Principle Bank for Development and Agricultural credit (PBDAC) to provide the guaranteed inputs & fertilizers & pesticides.
 14. Encourage formation of federation between farmers, and link them with incentives & advantages offering from (PBDAC) on the form of easy loans to finance both production & marketing, besides link them with the export's societies.
-