

دور الإرشاد الزراعي بمحافظة الفيوم في تنمية الصادرات المصرية
من النباتات الطبية والعطرية
د.نفيسه أحمد حامد الهوارى
قسم الاقتصاد الزراعى - كلية الزراعة - جامعة الفيوم

الملخص:

تُعد النباتات الطبية والعطرية من أهم الحاصلات غير التقليدية التي احتلت مكانة كبيرة في التجارة الخارجية لارتفاع قيمتها التصديرية، وفي ظل تزايد الطلب العالمى على تلك الحاصلات لأهميتها الاقتصادية والطبية. كان من الضروري إجراء دراسة علمية تستهدف تحديد درجة معرفة المبحوثين للمتغيرات التسويقية الخاصة بهذه النباتات، والتعرف على درجة مساهمة الإرشاد الزراعى فى تقديم الخدمات الإنتاجية والتسويقية لتنمية الصادرات من هذه النباتات وكذلك التعرف على آراء المبحوثين من العاملين بالجهاز الإرشادى فى طبيعة العلاقة بين الجهاز الإرشادى والهيئات التى تعمل فى مجال التصدير، وأيضاً التعرف على المشاكل والمعوقات التى تواجه التوسع فى إنتاج وتصدير هذه الحاصلات وأهم متطلبات التوسع فى إنتاجها وتصديرها، وأخيراً تحديد مستوى إدراك المبحوثين لمواصفات الجودة المطلوبة فى تصدير محصول شيح البابونج نظراً لتزايد الطلب العالمى عليه بصفة خاصة.

وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها ١١٧ مبحوثاً بواقع ٨٠ من مزارعى النباتات الطبية والعطرية، و٣٧ من العاملين بالجهاز الإرشادى بمحافظة الفيوم.

وكانت أهم النتائج البحثية الخاصة بالعاملين بالجهاز الإرشادى التى تم التوصل إليها تتمثل فى انخفاض درجة معرفتهم بمتغيرات التسويق الخارجى للنباتات الطبية والعطرية (السعر العالمى للطن من هذه الحاصلات، الميعاد المناسب للتصدير، المواصفات القياسية الخاصة بالتصدير) كما أفاد نحو (٢٤.٤%) منهم إلى وجود نشر فكرة تصنيع المنتج الخام قبل تصديره لزيادة القيمة المضافة. كما اتضح أن ٧٣% منهم لم يقدموا أى مساعدة للمزارعين فى عملية تسويق المحصول. كذلك أشار ٦٧.٦% منهم إلى عدم وجود تعاون بين الجهاز الإرشادى والهيئات التى تعمل فى مجال التصدير، فى حين أشار نحو ٨١.١% بوجود تعاون بين الجهاز الإرشادى والجمعيات الأهلية التى تعمل فى مجال الزراعات التصديرية بمحافظة الفيوم، وكانت أهم متطلبات التوسع فى الزراعات التصديرية من النباتات الطبية والعطرية من وجهة نظر المبحوثين تتمثل فى إقامة دورات تدريبية مكثفة للمرشدين والأخصائيين فى هذا المجال (١٠٠%)، وتعريف المزارعين بالمواصفات القياسية الخاصة للتصدير (٧٨.٣%)، إنشاء اتحاد للمصدرين من الجمعيات التى تعمل فى الزراعة العضوية والتصدير، والتوسع فى زراعة الأراضي الصحراوية بالنباتات الطبية والعطرية (٤٥.٩%)، وتوفير حافز مالى للمرشدين واخصائى التسويق (٥٩.٥%).

وفيما يتعلق بأهم النتائج الخاصة بالمبحوثين من الزراع اتضح أن، ٥٦.٢٥% يقومون بتسويق إنتاجهم بالتعاقد مع المصدرين كما أن (٨٨.٧٥%) لا يعرفون المواصفات القياسية للأسواق العالمية لهذه الحاصلات و ٧٥% لا يعرفون السعر العالمى ولا الميعاد المناسب للتصدير.

كما اتضح أيضاً أن أهم المشاكل التى تواجههم فى الإنتاج هى الإصابة بالآفات والأمراض (٨٧.٥%) وتلوث مياه الرى مما يؤثر على جودة الإنتاج (٨٠%) وتمثلت أهم المشاكل التسويقية فى ارتفاع تكاليف عملية الجمع والتسويق (٩٤%)، واحتكار السوق من قبل الوسطاء والمصدرين (٧٨.٥%)، وتذبذب وتضارب الأسعار (٧٥%).

وكانت أن أهم متطلبات الزراع للتوسع فى إنتاج وتصدير النباتات الطبية والعطرية هى توفير المعلومات الخاصة بالمواصفات القياسية للتصدير (٧٦.٣%)، وتوفير البذور المحسنة (٧٥%) وبالنسبة للمتطلبات الخاصة بالتسويق كان أهمها التعاقد المسبق قبل موسم الزراعة (٨٧.٥%)، إلزام المصدرين بالعقود المبرمة مع المزارعين (٦٦.٢٥%).

كما اتضح أيضاً ضعف دور الإرشاد الزراعى فى اكساب الزراع المعارف والمهارات الخاصة بإنتاج وتصدير النباتات الطبية والعطرية.

وأخيراً أسفرت النتائج عن انخفاض مستوى إدراك العاملين بالجهاز الإرشادي والزراع بمواصفات الجودة المطلوبة لتصدير محصول شاي البابونج حيث بلغت نسبتهم فى فئة الإدراك المرتفع (١٠.٨%)، (١٥%) لكل منها على الترتيب.
المقدمة والمشكلة:

تعد قضية تنمية وزيادة الصادرات المصرية من القضايا المحورية الهامة، لاعتماد عملية التنمية الشاملة والمستدامة بشكل كبير على التدفقات من النقد الأجنبى اللازم للاستمرار فى تمويل مستلزمات وخطط التنمية. كما يعتبر السعى الدائم لتنمية وزيادة الصادرات المصرية بمثابة تحقيق أحد الأهداف الرئيسية لبرنامج الإصلاح الاقتصادى وتعديل الخلل فى الميزان التجارى الذى بلغ مقدار العجز فيه نحو ٨.٦ مليار دولاراً، ويسهم عجز الميزان التجارى الزراعى فى هذا الخلل بما يعادل (١٦.٣%) حيث تعتبر مصر مستورداً زراعياً صافياً بما قيمته نحو ١.٤ مليار دولاراً، بينما تمثل قيمة الصادرات الزراعية نحو (١٣%) من قيمة الصادرات الكلية (الموافق ٢٠٠٥ : ١). وفى ظل المتغيرات العالمية الجديدة وبعد تطبيق تحرير التجارة العالمية من خلال منظمة التجارة العالمية (WTO) واتفاقية المشاركة المصرية الأوربية زادت أهمية نوعية الصادرات فى التجارة الخارجية حيث فتحت أسواق الدول أمام السلع المستوردة وخفضت القيود المفروضة عليها سواء فى الكمية أو التعريفات الجمركية وأصبحت جودة السلعة وتكاليفها المنخفضة هى التى تشجع دخولها السوق والطلب عليها فى الدول المستوردة لذا أصبح من الضرورى العمل على تنويع الصادرات الزراعية والتوسع فى إنتاج بعض الزروع غير التقليدية التى تتميز بارتفاع قيمتها النقدية والميزة النسبية فى تصديرها خاصة فى ظل العقبات والمشاكل التى تواجه تصدير المحاصيل التقليدية (فاطمه ٢٠٠١ : ٩٦٣).

وتعد النباتات الطبية والعطرية من الحاصلات غير التقليدية التى احتلت مكانة كبيرة فى التجارة الخارجية حيث تتصف بميزة نسبية فى تصديرها سواء لجودة بعضها أو ظهورها فى أوقات تخف فيها حدة المنافسة من الدول الأخرى هذا بالإضافة إلى ارتفاع قيمتها التصديرية وخاصة فى ظل تزايد الطلب العالمى على تلك الحاصلات خاصة المنزرعة عضوياً نظراً لأهميتها الاقتصادية والطبية حيث بلغت قيمة الصادرات من هذه الحاصلات عام ٢٠٠٣ نحو ١٥٦.٤ مليون جنيهاً أى ما يمثل نحو ٢.٩% من إجمالى قيمة الصادرات الزراعية ونحو ٠.٤% من إجمالى قيمة الصادرات المصرية بصفة عامة. (فايزة ٢٠٠٥ : ١).

ويعتبر السوق الأمريكى أهم سوق للصادرات المصرية من النباتات الطبية والعطرية حيث يستوعب نحو ٢٥% من إجمالى صادرات مصر من هذه الحاصلات يليه فى الترتيب السوق الألمانى وذلك بنسبة ١٨% ثم السوق الهولندى والإنجليزى والمغربى والإيطالى، والأسباني والروسي وذلك بنسب ٦%، ٤.٨%، ٤.٥%، ٤.٣%، ٣.٩%، ٣.٤% على الترتيب. أى أن هذه الدول الثماني مجتمعة تستورد ما يقرب من ٧٠% من إجمالى صادرات مصر من هذه النباتات (فايزة ٢٠٠٥ : ٨١). وقد تبين أيضاً أن الصادرات المصرية من الشاي والبردقوش والنعناع تمثل أهمية كبرى بين الصادرات المصرية غير التقليدية إلى الإتحاد الأوروبى بدليل إعفائها من أى رسوم جمركية. (العتر وآخرون ٢٠٠٣ : ٢١٣).

وعلى الرغم من أهمية الدور الذى يمكن أن تلعبه الصادرات من النباتات الطبية والعطرية فى تحقيق أهداف السياسة الزراعية المصرية إلا أن كثيراً من الدول المستوردة لهذه النباتات رفضت بعض الرسائل المصدرة إليها من مصر نظراً لارتفاع نسبة متبقيات المبيدات بها عن النسبة المسموح بها دولياً. لذلك بدأ الاهتمام بمواصفات الجودة للحاصلات التصديرية. ونظراً لأن معظم صفات الجودة تتوقف على الممارسات الإنتاجية والتسويقية فإن الإرشاد الزراعى يمكنه القيام بدور فعال فى نشر ممارسات إنتاج وتسويق النباتات الطبية والعطرية بجودة عالية بين الزراع ومساعدتهم على تبنيها من خلال تعليمهم وتدريبهم لهذه الممارسات من أجل تحقيق أفضل مركز تنافسى لصادرات النباتات الطبية والعطرية فى الأسواق الخارجية.

هذا بالإضافة إلى دور الإرشاد الزراعي في توفير المعلومات عن التسويق الخارجي والبدائل التسويقية الأخرى بصفة دائمة للمزارعين وذلك من خلال التنسيق مع الهيئات التي تعمل في مجال التصدير مما يمكنهم من اتخاذ القرار التسويقي الذي يحقق لهم أقصى ربح ممكن. ولأهمية ما سبق فقد برزت الحاجة لإجراء هذه الدراسة للتعرف على متطلبات التوسع في الزراعات التصديرية من النباتات الطبية والعطرية من وجهة نظر المبحوثين من العاملين بجهاز الإرشاد الزراعي ومزارعي النباتات الطبية والعطرية بمحافظة الفيوم وأيضا تحديد درجة معرفة المبحوثين بمتغيرات التسويق الخارجي والمحلى لهذه الحاصلات. وكذلك التعرف على مستوى إدراك هؤلاء المبحوثين لمواصفات الجودة المطلوبة لتصدير محصول شيح البابونج نظراً لزيادة الطلب العالمي على هذا المحصول هذا لعام (٢٠٠٦)*، وكذلك التعرف على اهم المشاكل والمعوقات التي تواجه تصدير النباتات الطبية والعطرية بمحافظة الفيوم، ودرجة مساهمة الإرشاد الزراعي في تقديم الخدمات الإنتاجية والتسويقية للزراع لتنمية الصادرات من هذه الحاصلات بالإضافة إلى التعرف على درجة معرفة المبحوثين من العاملين بالجهاز الإرشادي بالعلاقة بين الجهاز الإرشادي والهيئات والمنظمات العاملة في مجال التصدير.

أهداف البحث:

- اتساقاً مع مشكلة البحث فقد تحددت اهدافه على النحو التالي:
- ١- تحديد درجة معرفة المبحوثين من العاملين بالجهاز الإرشادي والزراع بمتغيرات التسويق الخارجي والمحلى للنباتات الطبية والعطرية.
 - ٢- التعرف على درجة مساهمة العاملين بالجهاز الإرشاد الزراعي في تقديم الخدمات الإنتاجية والتسويقية للزراع لتنمية الصادرات من النباتات الطبية والعطرية.
 - ٣- التعرف على آراء المبحوثين من العاملين بالجهاز الارشادي في طبيعة العلاقة بين الجهاز الإرشادي والهيئات والمنظمات العاملة في مجال التصدير ودورها في تنمية الصادرات من هذه الحاصلات.
 - ٤- التعرف على المشاكل والمعوقات التي تواجه التوسع في إنتاج وتصدير النباتات الطبية والعطرية وكذا أهم المتطلبات اللازمة للتوسع في هذه الزراعات من وجهة نظر العاملين بالإرشاد الزراعي والزراع.
 - ٥- التعرف على دور الإرشاد الزراعي في إكساب الزراع المعارف والمهارات الخاصة بإنتاج وتسويق النباتات الطبية والعطرية.
 - ٦- تحديد مستوى إدراك المبحوثين من العاملين بالجهاز الارشادي والزراع بمواصفات الجودة الخاصة بتصدير محصول شيح البابونج.

الفرض البحثي:

توجد فروق معنوية بين مستوى ادراك المبحوثين من العاملين بالجهاز الارشادي والزراع فيما يتعلق بمواصفات الجودة الخاصة بتصدير محصول شيح البابونج. ويتم اختبار هذا الفرض من خلال الفرض الاحصائي الذي ينص على عكس ذلك.

الإستعراض المرجعي:

يتناول هذا الجزء مفهومي الإرشاد التسويقي والمسالك التسويقية، ودور الإرشاد التسويقي وأهميته:

مفهوم التسويق الإرشادي

يعرف أبو حطب (١ : ٧٧٨) الإرشاد التسويقي بأنه العملية التعليمية الموجهة للزراع لتمكينهم من تعظيم المنافع الاقتصادية والشكلية والزمانية والمكانية والتملكية بما يحقق الكفاءة التسويقية لمنتجاتهم الزراعية.

ويشير ريحان (١٩٩٩ : ٥) إن الإرشاد التسويقي يمثل الحلقة التالية للإرشاد الإنتاجي المعنى بتعظيم الاستفادة من المنتج الزراعي بوضعه في الشكل والصورة المناسبة للتسويق المحلى أو الخارجي لتحقيق المنفعة المشتركة لكل من المزارع والتاجر وشركات التصدير ... الخ فالإرشاد

* نقطة التجارة الدولية بالفيوم، إحصاءات، عام ٢٠٠٦.

التسويقى يستهدف تعظيم القيمة المضافة للمحصول بإضافة بعض المنافع التسويقية (شكالية، وزمانية، ومكانية) التى تجعله صالحاً للتسويق ومنافساًً لنظيره من المنتجات وذلك عن طريق تزويد القائمين والمشاركين من مختلف الحلقات التسويقية بالمعارف والمهارات الفنية المستحدثة اعتباراً من مرحلة الجنى والحصاد حتى الاستهلاك النهائى. وترى سامية (٢٠٠٣: ص ١١) إن الإرشاد التسويقي يبدأ من اتخاذ القرار الإنتاجى وينتهى بالاستهلاك النهائى للسلعة ومن ثم فإن الإرشاد الإنتاجى يعد جزءاً أصيلاً من الإرشاد التسويقي خاصة فى المناطق الزراعية المخصص إنتاجها للتصدير.

مفهوم المسالك التسويقية

تعرف سامية (٢٠٠٣: ١٣، ١٤) نقلا عن عريبات المسالك التسويقية بأنها تسلسل وتتابع الوسطاء والأسواق أثناء حركة السلع والخدمات من المنتجين إلى المستهلكين كما أشارت أيضا أن الأمير صنف الأسواق وفقا لطبيعة المسالك التسويقية والمتعاملين فيها إلى أسواق محلية، وأسواق نصف جملة، وأسواق جملة، والأسواق حسب المكان (سوق المزرعة - سوق القرية - سوق المركز - سوق المحافظة - سوق الطرق الزراعية - الشركات والجمعيات الاستهلاكية) كما يشير أيضا الدليل المرجعى الصادر عن منظمة (الفاو ١٩٩١: ٧١-٩٠) إلى وجود أنظمة عديدة ومتنوعة لتسويق الحاصلات الزراعية عموماً والحاصلات البستانية (خضر - فاكهة - نباتات طبية وعطرية) على وجهه الخصوص، وأن هذه الأنظمة تختلف من بلد إلى آخر ومن محصول إلى آخر ومن مزارع إلى آخر ولا بد للمرشد الزراعى من استيعاب طبيعة النظام التسويقي ومعرفة بكل الفئات المشتغلة بالأعمال التجارية والذين يشكلون حلقات ربط فى سلسلة الإنتاج والتسويق مثل المتعهدون والباعة الجائلون وتجار الجملة وتجار التجزئة .. الخ.

دور الإرشاد التسويقي وأهميته

يقصد بمفهوم دور الإرشاد التسويقي فى هذا البحث هو الأنشطة المتوقع أن يقوم بها العاملون بجهاز الإرشاد الزراعى لتنمية الصادرات الزراعية المصرية من النباتات الطبية والعطرية بصفة عامة ومحصول البابونج بصفة خاصة باعتبار أن الإرشاد الزراعى هو المحرك الرئيسى لسلسلة التغيرات السلوكية المرغوبة فى معارف ومهارات المزارعين من خلال توعيتهم ومساعدتهم فى حل المشكلات سواء الإنتاجية أو التسويقية التى تؤثر على جودة الإنتاج وكذلك توجيههم وتبصيرهم بكل الخيارات والفرص المتاحة لهم بطريقة تمكنهم من المنافسة الحرة فى تسويق منتجاتهم والحصول على اكبر عائدا اقتصاديا ممكناً.

حيث يشير Sandhu (١٩٩٤: ١٥-٣٥) الى ان أهمية الخدمة الإرشادية المتعلقة برفع الكفاءة التسويقية المنشودة مستقبلاً تتمثل فى تعريف الزراع بالخدمات التسويقية وتحسين وسائل الإتصال التسويقية ومساعدة الزراع على إيجاد الحلول التسويقية البديلة وإدخال محاصيل تسويقية جديدة وتدعيم وسائل النقل وتعريف المزارعين بمزايا عملية التسويق.

وكذلك يرى حبشى (٢٠٠٣: ٢٧١) إن للإرشاد التسويقي أهمية كبرى سواء على مستوى المزارع أو على مستوى المؤسسات التسويقية المختلفة وينشأ عن غياب الإرشاد التسويقي انخفاض الكفاءة التسويقية نتيجة عدم المعرفة بأحوال السوق وعدم قدرة المزارع الصغير التصدى إلى المشاكل التسويقية التى تواجهه، كما أشار الى أن وزارة الزراعة قامت بإنشاء جهاز للإرشاد التسويقي ليقوم بإرشاد المزارع الى أفضل الطرق والمسالك التسويقية التى يمكن أن يتبعها، وكذلك عن طريق التداول الملائم للحاصلات الزراعية فى مرحلة ما بعد الحصاد إلا أن هذا الجهاز مازال يحتاج للكثير من الدعم.

لذلك يرى ريجان (١٩٩٩: ٦) أن الإعداد الجيد للمرشدين وتزويدهم بالمعارف والخبرات والمهارات التسويقية من أهم الوسائل اللازمة لتحقيق أهداف الإرشاد التسويقي وذلك من خلال عقد دورات تدريبية متخصصة فى مجال معاملات ما بعد الحصاد للمرشدين (تدريب مدربين) الذين سيقومون بدورهم بتدريب المزارعين والتجار بالإضافة الى عقد حلقات للمناقشة واتباع تجارب الإيضاح العلمى وكذلك إنشاء مراكز للمعلومات فى هذا المجال.

كما تشير سامية (٢٠٠٣: ٢٦، ٢٧) نقلا عن أبوحطاب أن وظيفة الإرشاد التسويقي تتمثل في دراسة الطلب والتوقعات المستقبلية، وتوفير المعلومات التسويقية وتسهيل إيجاد روابط بين المزارعين والمساعدة في إرشادهم بعمليات التسويق والتخزين، وتدريب المرشدين على طرق تكنولوجيا وعمليات ما بعد الحصاد لتدريب المزارعين على عمليات ما بعد الحصاد كالجمع والفرز والتدريج والتعبئة والنقل والتخزين كذلك مساعدة المزارع ليقرر أين، ومتى، وبأى طريقة يمكن أن يبيع إنتاجه وتبصيرهم بأهمية إقامة الجمعيات التسويقية (أهلية أو حكومية) ومساعدتهم على إقامتها للحد من احتكار الوسطاء والتجار. كذلك خلق الرغبة لدى المزارع للانضمام الى هذه الجمعيات او المنظمات التسويقية.

الدراسات السابقة

باستعراض نتائج الدراسات المرتبطة بموضوع البحث والتي أمكن الاطلاع عليها فقد أشارت سامية (٢٠٠٣: ٧٢) إلى أن ريجان وآخرون أفادوا بأن الإرشاد الزراعي ليس له دور يذكر في مجال الخدمات التسويقية بالأراضي الجديدة حيث أشار (٨٢.١%) من إجمالي عينة الدراسة بأن الإرشاد الزراعي ليس له دور يذكر في مجال الخدمات التسويقية الخاصة بعمليات الفرز والتدريج، كما أشار أيضا (٦٧.٩%) أن الإرشاد الزراعي ليس له دور يذكر أيضا في مجال الخدمات التسويقية الخاصة بعمليات التعبئة، كما أشار نسبة (٧٥.٨%)، (٨٨.٩١%) من المزارعين إلى أن الإرشاد لا يقدم أى خدمات أو مساعدات في عمليات التخزين والنقل على الترتيب.

وقد أوضحت نتائج دراسة سامية (٢٠٠٣: ٢) انخفاض المستوى التنفيذي لمزارعي محصول العنب لمجموعة التوصيات الفنية لمعاملات ما بعد الحصاد حيث بلغت نسبة من يقع منهم في فئتي التنفيذ المنخفض والمتوسط نحو ٩١%، ٨٧% من إجمالي العينة على الترتيب.

كما أظهرت نتائج دراسة نفيسه (٢٠٠١: ٩) أن الإرشاد الزراعي يسهم في التوعية بالتوصيات الإنتاجية المتعلقة بجودة محصول القطن بدرجة أكبر من التوعية بالتوصيات التسويقية الخاصة بالجودة والتي تؤثر بدرجة كبيرة على جودة المحصول على الرغم من أن المزارع في حاجة ماسة إلى نشر الوعى بالتوصيات التسويقية (الجنى المحسن، الفرز، التعبئة)، وأنواع الرتب والفروق السعرية للرتب حيث كانت نسبة إدراكهم لهذه التوصيات اقل من نسبة إدراكهم للتوصيات الإنتاجية. كما أشارت نتائج دراسة أبوحطاب وآخرون (١٩٩٨: ٧٧٧) إلى انخفاض إجراء عمليتي الفرز والتدريج مع تدنى مستوى الانفتاح التسويقي لدى المزارع وتباين المسارات التي يسلكها المزارع في تسويق منتجاتهم الزراعية، كما أشار الى غياب الدور الإرشادي التسويقي للجمعيات الزراعية في توفير المعلومات السعرية.

وقد توصلت فاطمة (٢٠٠١: ٩٧٢) إلى أن (٩٥%) من مزارعي (البابونج والكركدية) بمحافظة الفيوم يواجهون مشاكل في التصدير حيث يسود احتكار السوق من قبل كبار المصدرين افراد وشركات وكذلك عدم توفر معلومات كافية عن الدول المستوردة والكميات المطلوبة للتصدير، كما بلغت نسبة من يتضررون من ضعف الإرشاد الزراعي بسبب ندرة ذوى الخبرة في مجال الزراعة العضوية (٢٥%) من إجمالي مزارعي العينة.

بينما أشارت دراسة حبشى (٢٠٠٣: ٢٧١) إلى قيام الإرشاد الزراعي بدور في زيادة التعاقدات بين المزارعين والمصدرين لبعض المحاصيل التصديرية وقد انعكس ذلك على زيادة صادرات البطاطس والفراولة والفاصوليا الخضراء والفول السوداني.

الطريقة البحثية

يتضمن هذا الجزء منطقة وعينة الدراسة وأسلوب قياس المتغيرات والأساليب الإحصائية المستخدمة وذلك على النحو التالي.

منطقة الدراسة

أجريت هذه الدراسة بمحافظة الفيوم التي تتمتع بوجود ميزة نسبية في إنتاج وتصدير النباتات الطبية والعطرية، حيث بلغت المساحة المنزرعة بها من هذه الحاصلات عام ٢٠٠٤ (٢٠٠٤: ٨٢) نحو ١١٧٣٣ فداناً تمثل نحو ١٦.٤% من إجمالي المساحة المنزرعة بالجمهورية من هذه الحاصلات (٧١٣٨٨ فداناً). ويعتبر محصول شيح البابونج اكثر هذه الحاصلات أهمية من حيث

المساحة والإنتاج والتصدير بمحافظة الفيوم حيث بلغت المساحة المنزرعة منه نحو ٨٠٩٩ فداناً تمثل ٨٢.٥% من إجمالي المساحة المنزرعة بالجمهورية من هذا المحصول (٩٨١٣ فداناً)، كما بلغت كمية الإنتاج ٧٨٦٩ طناً تمثل ٨٤% من إجمالي إنتاج الجمهورية من هذا المحصول (٩٣٥٩ طناً) تم تصدير نحو ٥٦١٠.٨ طناً منها إلى دول أوروبا (٢٠٠٢، ٢٠٠٤: ١).
عينة الدراسة:

تم اختيار عينة عشوائية من مزارعي النباتات الطبية والعطرية ويقومون بزراعة شيح البابونج بصفة أساسية، بلغ حجمها ٨٠ مبحوثاً من قريتي أبوجنشو بمركز إيشواي، وقلمشاه بمركز إطسا حيث تمثل المساحة المنزرعة بمحصول شيح البابونج بالقريتين حوالي ٢٢% من إجمالي المركزين، وبالمركزين نحو (٦٥%) من إجمالي مساحته بمحافظة الفيوم وبالنسبة للعاملين بالجهاز الإرشادي فقد تم اختيار ٤٠ مبحوثاً من المرشدين والأخصائيين بواقع ٣٣ مرشداً تم اختيارهم عشوائياً، وسبعة أخصائي تسويق هم إجمالي الشاملة بمحافظة الفيوم، وقد تم استبعاد ٣ مبحوثين من المرشدين لعدم استيفاء بيانات استمارة الاستبيان الخاصة بهم فأصبح عدد المبحوثين من المرشدين ٣٠ مبحوثاً فقط من العاملين بمركز إطسا وإيشواي، وقد اعتمدت الباحثة على استمارتي استبيان إحداهما للعاملين بالجهاز الإرشادي والأخرى للمزارعين وقد استغرق جمع البيانات وتفريغها نحو شهر ونصف من ٢٠٠٦/٤/١ - ٢٠٠٦/٥/١٥.

أسلوب قياس المتغيرات:

تم قياس إدراك المبحوثين لمواصفات الجودة المطلوبة في تصدير محصول شيح البابونج من خلال سؤال المبحوث عن ثلاثة عشر بنداً تتمثل في عملية الجمع على مسافة ١/٢ سم من العنق، نظافة وخلو المنتج من التعفن، والمنتج ذات لون ورائحة طبيعية، وخلو المنتج من الحشرات وأثر الإصابة بالأمراض، ونسبة الشوائب لا تتجاوز ٣%، ونسبة الرماد الكلي لا تزيد عن ١٤%، ونسبة الرماد الذائب لا تزيد عن ٤%، ونسبة الرطوبة لا تزيد عن ١٠%، ونسبة الزيت الطيار لا تقل عن ٤٠%، وخلو المنتج من الأثر المتبقى للمبيدات، تجانس محتوى الرسالة الواحدة بحيث لا تحتوي على أكثر من حالة واحدة من حالات التصدير (نورات - بودر - بذور - زيت - عروش)، والتعبئة والتغليف الجيد، وضع العلامة التجارية، وقيست كل عبارة من خلال مقياس مكون من فئتين (يعرف، ولا يعرف) وأعطيت الاستجابة بنعم درجة واحدة، وصفر لعدم المعرفة ثم جمعت الدرجات التي حصل عليها المبحوث لتمثل مستوى إدراكه لهذه المواصفات وقد بلغ الحد الأدنى لهذه الدرجات ٤، والحد الأعلى ١٠ درجات.

ولتحديد مدى مساهمة الإرشاد الزراعي في إكساب الزراع المعلومات والمهارات وتوفير الخدمات في مجال إنتاج وتسويق النباتات الطبية والعطرية استخدمت ١٦ عبارة يستجيب المبحوث من المزارعين لكل منها على مقياس مكون من فئتين هما يسهم ولا يسهم. وبالنسبة للحالة التعليمية للمبحوثين تم سؤال المبحوث عما إذا كان أمي أو حاصل على مؤهل ونوع المؤهل (متوسط - فوق المتوسط - جامعي - أعلى من الجامعي). وبالنسبة لمصادر المعلومات تم سؤال المبحوث عن أهم المصادر التي يستقى منها معلوماته الخاصة عن إنتاج وتسويق وتصدير النباتات الطبية والعطرية وقد تم رصد هذه المصادر ثم ترتيبها وفقاً لتكرار الإشارة إليها.

وتم قياس مدى معرفة المبحوثين من العاملين بالجهاز الإرشادي والزراعي للمواصفات القياسية للسوق الأمريكي والأوروبي لمحصول شيح البابونج، بسؤالهم عما إذا كانوا يعرفون هذه المواصفات أم لا. وقد أشار بعض المبحوثين (١٢ من العاملين بالجهاز الإرشادي، و٩ من

* **ملحوظة:** تم اختيار القريتين والمركزين وفقاً للأهمية النسبية للمساحة المنزرعة بالنباتات الطبية والعطرية ومحصول شيح البابونج حيث أنهم أكبر القرى والمراكز من حيث المساحة المنزرعة بهذه الحاصلات.

* **ملحوظة:** تم السؤال عن هذه المواصفات القياسية في الهيئات الحكومية والغير حكومية التي تعمل في مجال التصدير ولم يتمكن من الحصول عليها.

المزارعين) الذين يقومون بعملية التصدير الى بعض المواصفات التي تتمثل في أن يكون المنتج عضوى بنسبة ٩٥% للسوق الأمريكى، ١٠٠% عضوى للسوق الاوربى، وحصول المنتج على شهادة من جهة الاعتماد CB التابعة للاتحاد الاوربى وهى الجهة التى تقوم بالتفتيش على المزارع المسجلة عضوية، وأن يكون المنتج خالى من الاثر المتبقى للمبيدات والعناصر الثقيلة، وجودة مياه الرى المستخدمة وذلك بشهادة معتمدة من معمل تحليل المتبقيات وقد تم تصنيف المبحوثين وفقاً لذلك الى يعرفون جزئياً ولا يعرفون.

وقد تم الاستعانة بالنسب المئوية والجدول التكرارية، وكأى فى تحليل البيانات وعرض نتائج الدراسة.

النتائج البحثية:

أولاً: النتائج الخاصة بالمبحوثين من العاملين بالجهاز الإرشادى:

يتناول هذا الجزء أهم النتائج الخاصة بالصفات والخصائص المميزة للمبحوثين وأهم الدورات التدريبية التى حصلوا عليها، ومعرفتهم بمتغيرات السوق الخارجى والمحلى، والتعرف على العلاقة بين الجهاز الإرشادى والهيئات التى تعمل فى مجال التصدير، وأهم المشاكل التى تعوق التوسع فى التصدير، ومتطلبات التوسع فى الزراعات التصديرية من النباتات الطبية والعطرية وذلك على النحو التالى:

١- الصفات والخصائص المميزة:

يلاحظ من بيانات جدول رقم (١) أن معظم المبحوثين (٧٠.٢%) أعمارهم ٤٠ سنة فأكثر، وان ٧٨.٤% منهم حاصلون على بكالوريوس علوم زراعية، ونحو ٣٥.١% منهم تخصص شعبة عامة وأن ٤٦% منهم مدة خدمتهم بالعمل الإرشادى تراوحت ما بين ١٠ - لأقل من ٢٠ سنة. وكانت أهم مصادر معلوماتهم فى مجال إنتاج وتسويق النباتات الطبية والعطرية وفقاً لتكرار الإشارة إليها بجدول رقم (١) هى: المسئولين بمديرية الزراعة (٤٠.٥%)، والمصدرين (١٦.٢%)، المجالات والنشرات (١٦.٢%)، الندوات والمؤتمرات (١٣.٥%)، الجمعيات الأهلية التى تعمل فى مجال الزراعة العضوية (١٣.٥%)، الهيئة العامة للرقابة على الصادرات (٥.٤%)، نقطة التجارة الدولية (٥.٤%)، ويلاحظ من هذه النتائج بالرغم من أهمية الهيئة العامة للرقابة على الصادرات ونقطة التجارة الدولية فى عملية التصدير إلا أنهما جاءوا فى المرتبة الاخيرة كمصادر للمعلومات. وقد يرجع ذلك إلى عدم وجود تعاون وتنسيق بين الجهاز الإرشادى بالفيوم وهذه الهيئات، بالإضافة إلى وجود مقر نقطة التجارة الدولية فى منطقة كوم أو شيم الصناعية التى تبعد كثيراً عن مدن ومراكز وقرى محافظة الفيوم.

جدول (١) توزيع المبحوثين بالجهاز الإرشادى وفقاً لبعض الصفات والخصائص المميزة لهم.

الصفات والخصائص	عدد	%	الصفات والخصائص	عدد	%
السن:			مدة الخدمة بالعمل الإرشادى		
صغار السن (اقل من ٤٠ سنة)	١١	٢٩.٨	اقل من ١٠ سنوات	١٦	٤٣.٣
متوسط السن (٤٠ لأقل من ٥٠ سنة)	١٣	٣٥.١	١٠ سنوات لأقل من ٢٠ سنة	١٧	٤٦
كبار السن (٥٠ سنة فأكثر)	١٣	٣٥.١	٢٠ سنة فأكثر	٤	١٠.٨
الوظيفة:			مصادر المعلومات:	تكرار	*%
احصائيو تسويق	٧	١٨.٩	المسئولين بمديرية الزراعة	١٥	٤٠.٥
مرشدين	٣٠	٨١.١	المصدرين	٦	١٦.٢
المؤهل:			المجلات والنشرات	٦	١٦.٢
بكالوريوس زراعة	٢٩	٧٨.٤	الندوات والمؤتمرات	٥	١٣.٥

١٣.٥	٥	الجمعيات العاملة فى مجال الزراعات التصديرية	١٨.٩	٧	دبلوم زراعة
١٠.٨	٤	مكاتب التسجيل الخاصة بالاتحاد الأوربى	٢.٧	١	دكتوراه
١٠.٨	٤	هيئة كير الدولية			التخصص:
٥.٤	٢	الهيئة العامة للرقابة على الصادرات	٣٥.١	١٣	شعبة عامة (بكالوريوس- دبلوم)
٥.٤	٢	نقطة التجارة الدولية	٢.٧	١	ارشاد زراعى
٥.٤	٢	الانترنت	٥.٤	٢	اقتصاد زراعى
			٥٦.٨	٢١	باقي التخصصات

* حسب النسبة المئوية لهذه التكرارات وفقا لعدد المبحوثين (٣٧).

٢- الدورات التدريبية:

يشير جدول رقم (٢) إلى أن ٦٧.٦% حصلوا على دورات تدريبية فى مجال التسويق، وأن ٨١.٨% حصلوا على دورات فى مجال الزراعة العضوية. كما أشار ٦٨% من الحاصلين على دورات فى التسويق بأن مدة الدورات التى حضروها فى هذا المجال أقل من ٦ أيام فى حين أشار ٤٠% منهم إلى أن مدة التدريب فى مجال الزراعة العضوية كانت من ٦ – لأقل من ١٥ يوم، كما أفاد (٢٠%) بأن مدة الدورة من ١٥-٣٠ يوم، وأشار ٦٨.٦% منهم بأن مدة التدريب غير كافية، وأفاد ٥١.٤% منهم بأن نسبة الاستفادة من التدريب كانت كبيرة. وكانت أهم الموضوعات التى تم التدريب عليها تتمثل فى أهمية الزراعة العضوية ووسائل المكافحة الحيوية (٦٥.٧%)، ومفهوم ومهارات وكفاءة التسويق (٥١.٤%)، ومعاملات ما بعد الحصاد (٣١.٤%). لذا يجب على المسؤولين بالجهاز الإرشادى تكثيف البرامج التدريبية للمرشدين والأخصائيين فى مجال الزراعات العضوية ومعاملات ما بعد الحصاد ومجال التسويق بصفة خاصة حيث كانت مدة التدريب قليلة جداً.

جدول رقم (٢): اعداد ونسب المبحوثين الذين حصلوا على دورات تدريبية فى مجال التسويق والزراعة العضوية ومدى كفايتها ومدى استفادتهم منها.

عدد	%	الدورات التدريبية	عدد	%	الدورات التدريبية
١	٢.٩	استفادة ضئيلة			مدى الحصول على دورات تدريبية:
٣	٨.٦	استفادة منعدمة	٢٥	٦٧.٦	حصل على دورات فى مجال التسويق
		اسباب عدم الاستفادة:	٣٠	٨١.٨	حصل على دورات فى مجال الزراعة العضوية
٣	١٠.٠	قصر مدة الدورة	٢	٥.٤	لم يحصل على دورات
٢	٦٦.٦	غياب التطبيق العملى للمعلومات			مدة التدريب فى مجال التسويق:
١	٣٣.٣	عدم وجود زيارات ميدانية	١٧	*٦٨	اقل من ٦ ايام

		موضوعات التدريب:	٣٢	٨	من ٦ لأقل من ١٥ يوم
***٦٥.٧	٢٣	الزراعة العضوية			مدة التدريب فى مجال الزراعة العضوية
٥١.٤	١٨	مفهوم ومهارات التسويق	**٤٠	١٢	أقل من ٦ أيام
٣١.٤	١١	معاملات ما بعد الحصاد	٤٠	١٢	من ٦ - لأقل من ١٥ يوم
١٧.١	٦	المعاملات الزراعية لبعض النباتات الطبية	٢٠	٦	من ١٥ - ٣٠ يوم
١٧.١	٦	كيفية الحفاظ على البيئة			مدى كفاية التدريب:
١٤.٢	٥	اهمية التسميد العضوى	٣١.٤	١١	كافى
٨.٦	٣	تدوير المخلفات	٦٨.٦	٢٤	غير كافى
					مدى الاستفادة:
			٥١.٤	١٨	استفادة كبيرة
			٣٧.١	١٣	استفادة متوسطة

* حسبت النسبة المئوية وفقا لعدد المبحوثين بالجهاز الإرشادى الذين حصلوا على دورات تدريبية فى مجال التسويق
 ** حسبت النسبة المئوية وفقا لعدد المبحوثين بالجهاز الإرشادى الذين حصلوا على دورات تدريبية فى مجال الزراعة العضوية
 *** حسبت النسبة المئوية لعدد المبحوثين الذين حصلوا على دورات تدريبية (٣٥).

٣- معرفة المبحوثين بمتغيرات التسويق (الخارجى والمحلى)

يوضح جدول رقم (٣) أن معظم المبحوثين (٩٤.٦%) أشاروا الى وجود طلب عالمى كبير على النباتات الطبية والعطرية كما أن الغالبية العظمى (٨١.١%) منهم يعرفون أهم الدول المستوردة لهذه الحاصلات. وبسؤالهم عن أكثر هذه الحاصلات طلباً فى الأسواق الخارجية فقد أشار نحو ٩٤.٤% إلى محصول شيح البابونج يليه النعناع الفلفى ثم البردقوش والشمر وذلك بنسب ٦٧.٦%، ٥٤.١%، ٤١.٦% لكل منهم على الترتيب، وهذا يشير على أنهم على دراية كبيرة بالأنواع المطلوبة بالأسواق الخارجية.

وفيما يختص بالأسعار العالمية والمحلية للطن من هذه الحاصلات فقد أوضحت بيانات نفس الجدول أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٩٤.٦%) لا يعرفون السعر العالمى فى حين بلغت نسبة من يعرفون الأسعار المحلية نحو ٤٥.٩% منهم، كما اتضح أيضا أن ٨١.١% من المبحوثين لا يعرفون الميعاد المناسب لتصدير هذه الحاصلات (من يناير الى يونيو)، كما أظهرت النتائج أن ٥٩.٥% منهم لا يعرفون الدول المنافسة لمصر فى تصدير هذه الحاصلات وهى (الهند وباكستان)، وبسؤال المبحوثين عن أهم الأسواق المحلية التى يمكن للمزارع أن يسوق محصوله فيها فى حالة عدم التعاقد مع المصدرين كانت أهم الأسواق التى أشاروا إليها هى على الترتيب سوق القرية، الوسطاء، أسواق الجملة خارج القرية، الشركات (سيكم، روبال، ايزيس) وذلك بنسب ٤٦.٤%، ٣٥.٤%، ٢٩.٣%، ٢١.٦% على التوالى وبرغم من معرفتهم بهذه الأسواق إلا أنهم جميعاً (١٠٠%) لم يعرفوا مزايا وعيوب كل بديل تسويقي حتى يمكنهم مساعدة المزارع فى اتخاذ القرارات التسويقية المناسبة.

وبالنسبة لنشر فكرة تصنيع المنتج قبل تصديره لزيادة القيمة المضافة فقد أشار أغلبهم ٧٥.٦% إلى عدم وجوب نشر فكرة التصنيع، وقد أرجع هؤلاء المبحوثين ذلك لعدة أسباب أهمها عدم الإلمام الكافى بالمعلومات الخاصة بالتصنيع (٦٨%)، واحتياج عملية التصنيع الى استثمارات كبيرة غير متوفرة (٥٣.٦%)، وعدم وجود مصانع لاستخلاص الزيوت بمحافظه الفيوم (٤٦.٤%)، وبسؤالهم عن أسباب رفض الرسائل المصدرة إلى الخارج من هذه الحاصلات فقد أرجع المبحوثون ذلك إلى وجود أثر متبقى للمبيدات والأسمدة (٥٧%)، ووجود تلوث بكتيرى وفطرى (٢٩.٣%)، وعمالة الأطفال (١٨.٩%) وأخيرا العيوب الناتجة عن عمليات الحصاد وما بعد الحصاد (١١%).

وفيما يختص بمعرفة المبحوثين بالموصفات القياسية للسوق الأوربي والأمريكي باعتبارهما أكبر مستوردين لهذه الحاصلات إتضح أن ٦٨% من المبحوثين لا يعرفون هذه المقاييس، وأن ٣٢% منهم ذو معرفة جزئية بها لذلك يجب تعريفهم بالموصفات والمقاييس المطلوب للأسواق الخارجية حتى يتم نقلها للمنتجين، مما يزيد من فرص التصدير للخارج وذلك عن طريق الإعلان عنها بالجرائد الرسمية أو فى البرامج التليفزيونية أو النشرات التسويقية.

٤- المساهمة فى تقديم الخدمات الإنتاجية والتسويقية للزراع لتنمية الصادرات من النباتات الطبية والعطرية:

يوضح جدول (٤) أن ٥٤.١% من المبحوثين ساعدوا بعض المزارعين لتسجيل مزارعهم عضويًا، كما أشار ٦٧.٦% منهم أنهم قاموا بنقل التوصيات الخاصة بالزراعة العضوية، وكانت أهم هذه التوصيات التى تم نقلها للزراع وفقا لتكرار الإشارة إليها هى كيفية استخدام بدائل المبيدات والأسمدة الحيوية، وطريقة التعبئة وطريقة تحفيف المحصول ٤٠% لكل منها، والتوعية باتباع اسلوب الزراعة العضوية (٣٦%)، ومواعيد الزراعة التى تناسب ميعاد التصدير (٢٨%)، وطريقة الجمع السليمة (٢٠%).

وفيما يتعلق بمعرفة المبحوثين الذين ساهموا فى نقل التوصيات عن استجابة الزراع لهذه التوصيات من واقع اتصالهم المباشر للزراع فقد أشار ٤٠% منهم إلى أن استجابة الزراع تراوحت ما بين ٢٥%-٥٠% بينما أشار ٢٨% منهم إلى أن نسبة الاستجابة تراوحت ما بين ٥٠-٧٥%. وبالنسبة لمساعدة المزارعين فى عملية التسويق فقد أفاد ٧٣% منهم بأنهم لم يقدموا أى مساعدة، فى حين أشار ٢٧% بأنهم قدموا مساعدة للزراع وتمثلت هذه المساعدة فى توفير معلومات عن الأسعار المحلية ١٠٠%، وحل المشاكل بين الوسطاء والمزارعين (٢٠%).

لذا يجب على العاملين بالإرشاد الزراعى تكثيف جهودهم لإقناع الزراع بتطبيق هذه التوصيات وكذا الاهتمام بنقل التوصيات التى تتعلق بمعاملات ما بعد الحصاد ولما لها من تأثيرا كبيرا على جودة هذه الحاصلات.

جدول رقم (٣) توزيع المبحوثين من العاملين بالجهاز الإرشادى وفقاً لمدى معرفتهم للمتغيرات التسويقية (خارجى- محلى) بالنباتات الطبية والعطرية.

المعرفة بالمتغيرات التسويقية	عدد	%	المعرفة بالمتغيرات التسويقية	عدد	%
وجود طلب عالمى على النباتات الطبية والعطرية: يوجد	٣٥	٩٤.٦	المعرفة بمزايا وعيوب كل بديل تسويقي يعرف	٣٧	١٠٠
لا يوجد	٢	٥.٤	لا يعرف		
أهم الدول المستوردة للنباتات الطبية والعطرية	٣٠	٨١.١	وجوب نشر فكرة تصنيع المنتج قبل التصدير	٩	٢٤.٤
يعرف			نعم		
لا يعرف	٧	١٨.٩	لا	٢٨	٧٥.٦
أهم النباتات الطبية والعطرية المطلوبة للتصدير	٣٥	٩٤.٤	اسباب عدم نشر الفكرة	١٩	٦٨*
البابونج			عدم الالمام الكافى بالمعلومات الخاصة		

٥٣.٦	١٥	بالتصنيع تحتاج لاستثمارات كبيرة غير متوفرة	٦٧.٦	٢٥	النعناع الفلفلى
٤٦.٤	١٣	عدم وجود مصانع للاستخلاص بالفيوم	٥٤.١	٢٠	البردقوش
٣٥.٧	١٠	عدم توافر الامكانيات اللازمة للتصنيع	٤٨.٦	١٨	الشمر
		اسباب رفض الرسائل المصدرة من هذه الحاصلات	٥.٤	٢	السعر العالمى للطن من هذه الحاصلات
٥٧	٢١	وجود أثر للمبيدات والاسمدة	٩٤.٦	٣٥	يعرف لا يعرف
٢٩.٣	٩	وجود تلوث بكتيرى وفطرى			الاسعار المحلية للطن من هذه الحاصلات
١٨.٩	٧	عمالة الاطفال	٤٥.٩	١٧	يعرف (٩-١٦ الف جنيه)
١١	٤	عيوب ناتجة عن الحصاد ومعاملات بعد الحصاد	٥٤.١	٢٠	لا يعرف
٥.٤	٢	وجود شوائب			المواعيد المناسبة لتصدير هذه الحاصلات
٢.٧	١	ارتفاع نسبة الرطوبة بالمنتج	١٨.٩	٧	يعرف لا يعرف
		المعرفة بالمواصفات القياسية للجودة للسوق الأمريكى والأوروبى معرفة تامة	٨١.١	٣٠	
صفر	صفر				الاسواق المحلية للنباتات الطبية والعطرية
٣٢	١٢	معرفة جزئية	٣٥	١٣	تجار الجملة بالقرى
٦٨	٢٥	لا يعرف	٢٧	١٠	الوسطاء
		الدول المنافسة (الهند وباكستان)	٢٤	٩	اسواق الجملة خارج القرى
٤٠.٥	١٥	يعرف	٢٧	٨	الشركات (رويال- سيكم - ايزيبس)
٥٩.٥	٢٢	لا يعرف	١٩	٧	شركات الادوية
			٨	٣	مصانع العطور
			٨	٣	محلات العطارة

* حسب النسبة المئوية للذين اشاروا الى عدم وجوب نشر فكرة تصنيع المنتج قبل التصدير (٢٨).

جدول رقم (٤) توزيع المبحوثين وفقاً لمدى المساهمة فى تقديم الخدمات الإنتاجية والتسويقية للزراع لتنمية الصادرات من النباتات الطبية والعطرية.

المساهمة	عدد	%	المساهمة	عدد	%
مساعدة المزارعين لتسجيل مزارعهم عضوى	٤	١٦	كيفية تخزين المنتج	٤	١٦
قدم مساعدة لم يقدم مساعدة	٢٠	٥٤.١	عمل المصائد الوقائية	٣	١٢
	١٧	٤٥.٩	كيفية عمل الكومبوست	٣	١٢
نقل التوصيات الخاصة بالزراعات التصديرية	٢٥	٦٧.٦	مدى استجابة الزراع للتوصيات	١٠	٤٠
ساهم	١٢	٣٢.٤	٢٥-٥٠%	٧	٢٨
لم يساهم			٢٥ من اقل	٣	١٢
اهم التوصيات التى تساهم فى توصيلها	١٠	٤٠%	اكثر من ٧٥	صفر	صفر
كيفية استخدام بدائل المبيدات			المساعدة فى عمليات التسويق		

٢٧	١٠	قدم مساعدة	٤٠	١٠	والاسمدة الحيوية
٧٣	٢٧	لم يقدم مساعدة	٤٠	١٠	طريقة تجفيف المحصول
		نوع المساعدة	٣٦	٩	طريقة تعبئة المحصول
١٠٠*	١٠	توفير معلومات عن الاسعار المحلية	٢٨	٧	التوعية باستخدام اسلوب الزراعة العضوية
٢٠	٢	حل المشاكل بين الوسطاء والمزارعين	٢٠٠	٥	مواعيد الزراعة المناسبة للتصدير
			١٦	٤	طريقة الجمع السليم
					طريقة الزراعة

* حسبت النسبة المئوية وفقاً لعدد المبحوثين الذين ساهموا في نقل التوصيات (٢٥)
 ** حسبت النسبة المئوية وفقاً لعدد المبحوثين الذين ساعدوا الزراع في عملية التسويق (١٠)

٥- علاقة الجهاز الإرشادي بالهيئات والمنظمات التي تعمل في مجال التصدير.

للتعرف على آراء المبحوثين من العاملين بالجهاز الإرشادي في طبيعة العلاقة بين الجهاز الإرشادي والهيئات والمنظمات التي تعمل في مجال التصدير تم سؤال المبحوثين أولاً عن أهم الهيئات والمنظمات التي تعمل في مجال التصدير في مصر وقد أشار نحو ٥٩.٥% منهم إلى بعض الهيئات والمنظمات التي تمثلت في شركات القطاع الخاص للاستيراد والتصدير (٥١.٣%)، والهيئة العامة للرقابة على الصادرات والواردات (٥.٤%)، وإتحاد المنتجين والمصدرين (٢.٧%)، وذلك على الرغم من وجود جهات أخرى تعمل في هذا المجال، أما بالنسبة للهيئات والمنظمات التي تعمل في مجال التصدير بمحافظة الفيوم فكانت معرفتهم بها أكبر نسبياً حيث أشار ٨١.١% إلى الجمعيات الأهلية العاملة في مجال الزراعات التصديرية، كما أشار نحو ٢١.٦% إلى الهيئة العامة للرقابة على الصادرات والواردات، ونقطة التجارة الدولية بكون أو شيم، جدول رقم (٥).

وفيما يتعلق بوجود تعاون بين هذه الهيئات والجهاز الإرشادي فقد ذكر ٦٧.٦% بأنه لا يوجد تعاون، في حين أشار ٣٢.٤% بوجود تعاون، وبسؤال هؤلاء المبحوثين عن صور التعاون فأشاروا إلى توفير معلومات تتمثل في أهمية وضع علامة تجارية على المنتج المعد للتصدير (٧٥%)، وضرورة الابتكار في التعبئة والتغليف (٦٧%)، والارتقاء بجودة المنتج (٥٨%)، وأهم الأسواق المستهدفة للتصدير (٥٠%)، والأسعار العالمية (سعر البورصة ٤٢%) والميعاد المناسب للتصدير (٤٢%).

وفيما يتعلق بالتعاون بين الجهاز الإرشادي والجمعيات العاملة في مجال الزراعات التصديرية بمحافظة الفيوم، فقد أوضحت النتائج الواردة بالجدول رقم (٥)، أن هناك تعاوناً كبيراً بين الجهتين حيث أشار إلى ذلك ٨١.١% من المبحوثين وقد تمثلت صور التعاون وفقاً لتكرار الإشارة إليها في: تدريب الأعضاء (٣٦.٧%)، والتنسيق بين المزارعين والجمعيات (٣٦.٧%)، وعمل ندوات للتوعية (٢٦.٧%)، وزيارات ميدانية للزراعات العضوية (٢٣%)، وتوفير المطبوعات الإرشادية (١٠%).

وعن دور هذه الجمعيات في تنمية الصادرات من النباتات الطبية والعطرية فقد أشار ٨١.١% إلى قيام الجمعيات بدور كبير يتمثل في: تدريب الزراع على عمليات الحصاد (٨٦.٧%)، ومساعدة الزراع في تصدير المنتج (٧٦.٧%)، ومساعدة المزارعين في تسجيل مزارعهم عضوية (٥٠%)، وتقديم المعلومات الفنية الخاصة بالإنتاج (٤٣.٣%)، وتوفير مستلزمات الإنتاج (٢٦.٦%)، والتدريب على صناعة الكمبوست (٢٠%)، والمتابعة للمزارعين المسجلة مزارعهم عضوية (١٦.٦%).

وعن توعية الزراع أعضاء مجلس إدارة الجمعيات بأهمية تكوين اتحادات للإنتاج والتصدير فقد أشار نحو ٥٤% من المبحوثين بأنه تم عرض الفكرة على الأعضاء جدول رقم (٥).

جدول رقم (٥): توزيع المبحوثين بالجهاز الإرشادي وفقاً لمعرفةهم بعلاقة الجهاز الإرشادي بالهيئات العاملة في مجال التصدير وصور التعاون بينهم

المتغيرات	عدد	%	المتغيرات	عدد	%
الهيئات والمنظمات التي تعمل في التصدير بمصر	١٩	٥١.٣	التعاون بين الجهاز الإرشادي وجمعيات الزراعات التصديرية يوجد تعاون	٣٠	٨١.١
شركات القطاع الخاص للاستيراد والتصدير	٢	٥.٤	لا يوجد تعاون	٧	١٨.٩
الهيئة العامة للرقابة على الصادرات والواردات	١	٢.٧	صور التعاون بين الجهاز الإرشادي والجمعيات		
اتحاد المنتجين والمصدرين	٢٢	٥٩.٥	تدريب الاعضاء	*١١	**٣٦.٧
المجموع			التنسيق بين المزارعين والجمعيات	١١	٣٦.٧
المعرفة بالهيئات والمنظمات التي تعمل في مجال التصدير بالفيوم	٣٠	٨١.١	عمل ندوات للتوعية	٨	٢٦.٧
الجمعيات الاهلية في مجال الزراعة العضوية	٨	٢١.٦	زيارات ميدانية للزراعات العضوية	٧	٢٣.٣
الهيئة العامة للرقابة على الصادرات والواردات	٨	٢١.٦	توفير المطبوعات الإرشادية	٣	١٠
نقطة التجارة الدولية بكوم اوشيم	٥	١٣.٥	دور الجمعيات في تنمية الصادرات لها دور	٣٠	٨١.١
شركات القطاع الخاص للتصدير					
مدى التعاون بين هذه الهيئات والجهاز					

الارشادى يوجد تعاون لا يوجد تعاون	١٢ ٢٥	٣٢.٤ ٦٧.٦	ليس لها دور دور الجمعيات فى تنمية الصادرات التدريب على عملية الحصاد	٧ ٢٦	١٨.٩ **٨٦.٧
صور التعاون بين الهيئات والجهاز الارشادى	٩	*٧٥	المساعدة فى تصدير المنتج	٢٣	٧٦.٧
توفير معلومات عن أهمية وضع علامة تجارية	٨	٦٧	مساعدتهم فى تسجيل مزارعهم عضوية	١٥	٥٠
توفير معلومات عن الابتكار والتعبئة والتغليف	٧	٥٨	تقديم المعلومات الفنية الخاصة بالإنتاج	١٣	٤٣.٣
توفير معلومات عن كيفية الارتقاء بالجودة	٦	٥٠	توفير مستلزمات الإنتاج	٨	٢٦.٦
توفير معلومات عن اسعار البورصة للحاصلات التصديرية	٥	٤٢	تدريبهم على صناعة الكمبوست	٦	٢٠
توفير معلومات عن الميعاد المناسب للتصدير	٥	٤٢	المتابعة للمزارعين المسجلين عضوى	٥	١٦.٦
توفير معلومات عن المواصفات والمقاييس المطلوبة لكل سوق	١	٨	تقوم بعملية التصدير	٥	١٦.٦
توفير معلومات عن الطلب (الكمية) الحالى	صفر	صفر	حل المشاكل بين المصدرين والمزارعين	٤	١٣.٣
توفير معلومات عن الطلب المتوقع فى السنوات القادم	صفر	صفر	التوعية بأهمية تكوين اتحادات للمصدرين من هذه الجمعيات قدم توعية لم يقدم	٢٠ ١٧	٥٤ ٤٦

* حسبت النسبة المئوية وفقاً لعدد المبحوثين الذين اشارو الى وجود تعاون (١٢)
** حسبت النسبة المئوية وفقاً لعدد المبحوثين الذين اشارو الى وجود تعاون بين الجهاز الإرشادى والجمعيات (٣٠)س

٦- المشاكل والمعوقات التى تواجه التوسع فى إنتاج وتصدير النباتات الطبية والعطرية

بإستعراض آراء المبحوثين عن المشاكل التى تعوق التوسع فى الزراعات التصديرية من النباتات الطبية والعطرية المدونة بالجدول رقم (٦) إتضح ما يلى:

أ - فيما يتعلق بالمشاكل التى تواجه المزارعين كان أهمها وفقاً لتكرار الإشارة إليها: تفتت الحيازة الزراعية يمنع استخدام التكنولوجيا الحديثة فى الإنتاج وعمليات الحصاد (٤٠.٥%)، نقص الموارد المادية لدى صغار الزراع لشراء مستلزمات الإنتاج (٣٥.١%)، إحتكار السوق من قبل المصدرين الوسطاء (٣٢.٤%)، فسخ العقود من قبل المصدرين (٢٧.١%)، تلوث مياه الري بمياه المصارف والصرف الصحى يؤثر على الجودة (٢٧.١%)، انتشار الأمراض والأفات بما يقلل من حجم الإنتاج (٢١.١%).

ب- أما بالنسبة للمشاكل التى تواجه المصدرين كان أبرزها من وجهة نظر المبحوثين رفض بعض الرسائل لعدم مطابقتها للمواصفات القياسية المطلوبة مما يؤثر مادياً على المصدرين (٤٠.٥%)، عدم توفر الكميات المطلوبة من المنتج وفقاً لمتطلبات السوق الخارجى (٢٤.٣%)، وجود تنافس بين شركات التصدير وبعض المصدرين مما يؤدي الى انخفاض السعر (١٦.٥%)، الغش التجارى من قبل الوسطاء (١٣.٥%)، وصعوبة عملية نقل المنتج (١٣.٥%)، وتذبذب المساحات سنة بعد اخرى (١٠%) مما يؤدي إلى فقد الأسواق الخارجية. لذا يجب على الجهاز الإرشادى العمل على توصيل هذه المشكلات للمسؤولين للمساعدة فى حلها.

٧- متطلبات التوسع فى إنتاج وتصدير النباتات الطبية والعطرية:

باستطلاع آراء المبحوثين في متطلبات التوسع في الزراعات التصديرية من النباتات الطبية والعطرية بمحافظة الفيوم، فقد أكد المبحوثين على وجود عدة متطلبات للتوسع في هذه الزراعات لكل من العاملين بالجهاز الإرشادي، والمزارعين والمصدرين، الظروف البيئية الملائمة والإمكانات المطلوبة وكان أهم هذه المتطلبات كما هو مدون بالجدول رقم (٧) هي:

- بالنسبة للعاملين بالجهاز الإرشادي تتمثل المتطلبات في إقامة دورات تدريبية مكثفة للمرشدين الأخصائيين في مجال الزراعة العضوية والتسويق الخارجى والمحلى (١٠٠%)، الاهتمام بالجانب العملى فى التدريب (٦٧.٦%)، ضرورة وجود علاقة مؤسسية تضمن التنسيق بين الجهاز الإرشادى والهيئات العاملة فى مجال التصدير (٥٤.٥%)، وتفعيل العلاقة بين الجهاز الإرشادى ومركز البحوث وكليات الزراعة (٤٨.٧%)، وتوفير النشرات الفنية والإرشادية عن إنتاج النباتات الطبية والعطرية (٤٣.٢%)، وتوفير النشرات عن التسويق المحلى والخارجى بصفة دورية (٤٠.٥%)، تدريب المرشدين فى المزارع الكبيرة التى تنتج للتصدير (٢٧%).
- وفيما يتعلق بالمتطلبات التى يجب توافرها للمزارعين فكان أهمها من وجهة نظر المبحوثين، تعريف المزارعين بالموصفات القياسية المطلوبة للتصدير (٧٨.٣%)، وإقامة ندوات إرشادية بالقرى عن أهمية الزراعات النظيفة من أجل التصدير (٦٧.٦%)، وتوفير بدائل المبيدات والأسمدة الحيوية بسعر مناسب، وتدريب المزارعين على مهارات الإنتاج وفقا لمتطلبات السوق الخارجى (٥٩.٥%) لكل منهما، وإقامة حقول إرشادية للنباتات الطبية والعطرية (٥١.٣%)، وتدريب المزارعين على مهارات الحصاد وما بعد الحصاد والتعبئة (٥١.٣%)، تبنى حملة إرشادية للنهوض بإنتاج النباتات الطبية والعطرية (٤٨.٦%)، وتعريف المزارع بالكميات المطلوبة للتصدير قبل موعد الزراعة (٤٨.١%)، والتعاقد المسبق مع المزارع على الكميات المطلوبة للتصدير، ورفع الأسعار من قبل المصدرين لتشجيع الزراع على التوسع فى المساحة المنزرعة بهذه الحاصلات (٤٠.٥%)، حتى يمكن تلبية متطلبات السوق الخارجى.
- وتمثلت أهم المتطلبات اللازمة للمصدرين من وجهة نظر المبحوثين فى إنشاء اتحاد المصدرين من الجمعيات التى تعمل فى مجال الزراعة العضوية والتصدير (٤٠.٥%)، الإعلان عن سعر البورصة والموصفات القياسية المطلوبة فى المنتج (٢٧.١%)، التوسع فى إنشاء الجمعيات الأهلية للزراعات العضوية من أجل التصدير (٢٤.٣%). توفير بيانات عن الأسواق الخارجية من خلال إجراء بحوث تسويقية وذلك للتعرف على أذواق المستهلكين مما يساعد على التوسع فى عمليات التصدير (٣٤.٣%).

أما بالنسبة للظروف الملائمة للتوسع فى التصدير فقد أشار المبحوثين إلى مناسبة الظروف المناخية بمحافظة الفيوم لإنتاج هذه الحاصلات (٥٤.٥%)، والتوسع فى زراعة الاراضى المستصلحة بالنباتات الطبية والعطرية (٤٥.٩%) حيث أن هذه الاراضى خالية من الأثر المتبقى للمبيدات، وكذلك توفير مياه الرى للأراضى الصحراوية وللأراضى الموجودة فى نهاية الترع (٤٠.٥%)، التوعية بأهمية الزراعة فى الميعاد المناسب مما يزيد من فرص التصدير (٤٠.٥%)، الاستفادة من المزارعين ذو الخبرة فى التدريب (٣٥.١%).

وقد ذكر المبحوثين العديد من الإمكانيات المطلوبة للتوسع فى التصدير أهمها: توفير حافز مالى للمرشدين وأخصائى التسويق (٥٩.٥%)، توفير خبراء فى مجال التسويق الخارجى لتدريب المرشدين والمزارعين (٥٩.٥%)، توفير مستلزمات الزراعة الحيوية بأسعار منخفضة (٥٦.٦%)، إنشاء محطات للصحة بالقرى للحفاظ على مياه الرى من التلوث (٥٦.١%)، التوسع فى محطات تدوير المخلفات النباتية لإعادة استخدامها كأسمدة عضوية (٥٤.٦%)، تعيين مرشدين وأخصائيين ذوى خبرة فى مجال التسويق والزراعات التصديرية (٥١.٣%)، توفير دعم مالى كبير لمزارعى الحاصلات التصديرية خاصة لصغار الزراع (٤٩.٩%)، توفير المجففات الجيدة التى تحافظ على جودة ونسبة الزيوت الطيارة (٤٣.٢%).

نستنتج من هذه النتائج أن كثير من هذه المتطلبات هى حل للمشاكل السابق عرضها من وجهة نظر المبحوثين لذلك يستلزم من جميع الهيئات والجمعيات والمهتمين بعملية التصدير أخذ هذه المتطلبات فى الاعتبار لتنمية الصادرات الزراعية من النباتات الطبية والعطرية.

جدول رقم (٦) أهم آراء المبحوثين العاملين بالجهاز الإرشادي في المشاكل التي تواجه تصدير النباتات الطبية والعطرية بمحافظة الفيوم.

*%	تكرار	المشاكل
٤٠.٥	١٥	بالنسبة للمزارعين تفتت الحيازة يمنع استخدام التكنولوجيا الحديثة
٣٥.١	١٣	نقص الموارد لمادية لدى صغار الزراع لشراء مستلزمات الانتاج
٣٢.٤	١٢	احتكار السوق من قبل شركات التصدير والوسطاء
٢٧.١	١٠	فسخ العقود من قبل المصدرين
٢٧.١	١٠	تلوث مياه الري بمياه المصارف والصرف الصحي
٢١.٦	٨	انتشار الأمراض والأفات مما يقلل من حجم الانتاج
١٨.٩	٧	ارتفاع تكاليف العمالة الزراعية
١٨.٩	٧	نقص المناشر النموذجية مما يقلل من جودة المحصول
١٦.٢	٦	استخدام الزراع للمبيدات والاسمدة
١٣.٥	٥	نقص العمالة المدرية
١٣.٥	٥	وجود الوسطاء يقلل من حصول المنتج على عائد مجزى
٨.١	٣	عدم معرفة الزراع الكميات المطلوبة للسوق الخارجى مما يؤدي الى تذبذب الاسعار
٤٠.٥	١٥	بالنسبة للمصدرين رفض الرسائل لعدم مطابقتها للمواصفات القياسية المطلوبة
٢٤.٥	٩	عدم توافر الكميات المطلوبة من المنتج وفقا لمتطلبات السوق الخارجى
١٦.٢	٦	وجود تنافس بين شركات التصدير والمصدرين الهواه
١٣.٥	٥	الغش التجارى من قبل الوسطاء
١٠.٨	٤	صعوبة عملية نقل المنتج
١٠.٨	٤	تذبذب المساحات سنة بعد اخرى
٨.١	٣	عدم التزام المزارعين بالتسليم فى الوقت المناسب للتصدير
٨.١	٣	وجود قيود على المصدرين تجاه الاشتراطات المطلوبة من قبل الاتحاد الاوروبى
٥.٤	٢	عدم تدخل الحكومة لحماية المصدرين

* حسب النسبة المئوية وفقا لعدد المبحوثين العاملين بالجهاز الإرشادي (٣٧).

جدول رقم (٧) آراء المبحوثين فى المتطلبات اللازمة للتوسع فى تصدير النباتات الطبية والعطرية.

%	العدد	المتطلبات
١٠٠	٣٧	بالنسبة للعاملين بالجهاز الإرشادى والتدريب اقامة دورات تدريبية مكثفة للمرشدين فى مجال الزراعة النظيفة والتسويق (المحلى- والخارجى)
٦٧.٦	٢٥	الاهتمام بالجانب العلمى فى لدورات التدريبية
٥٤.٥	٢٠	اقامة علاقة بين الجهاز الإرشادى والهيئات العاملة فى مجال التصدير
٤٨.٧	١٨	تفعيل العلاقة بين الجهاز الإرشادى والجهات البحثية
٤٣.٢	١٦	توفير النشرات الفنية عن انتاج النباتات الطبية والعطرية
٤٠.٥	١٥	توفير نشرات عن التسويق (المحلى والخارجى) بصفة دورية
٢٧	١٠	تدريب المرشدين فى المزارع الكبيرة التى تنتج للتصدير
٢٧	١٠	ارسال بعثات من المرشدين الى الدول المتقدمة فى هذا المجال
٧٨.٣	٢٩	بالنسبة للمزارعين تعريف المزارعين بالمواصفات العالمية المطلوبة لتصدير النباتات الطبية والعطرية
٦٧.٦	٢٥	عمل ندوات ارشادية بالقرى عن أهمية الزراعات النظيفة من اجل التصدير
٥٩.٥	٢٢	توفير بدائل المبيدات والاسمدة الحيوية بسعر مناسب
٥٩.٥	٢٢	تدريب المزارعين على مهارات الانتاج وفقاً لمتطلبات السوق الخارجى
٥١.٣	١٩	عمل حقول ارشادية للنباتات الطبية والعطرية
٥١.٣	١٩	تدريب المزارعين على مهارات الحصاد وما بعد الحصاد
٤٨.٦	١٨	تبني حملة ارشادية للنهوض بانتاج النباتات الطبية والعطرية للتصدير
٤٨.١	١٨	تعريف المزارعين بالكميات المطلوبة للتصدير قبل الزراعة

٤٠.٥	١٥	التعاقد المسبق مع المزارع على الكميات المطلوبة للتصدير
٤٠.٥	١٥	رفع الاسعار لتشجيع الزراعة على التوسع فى المساحة المنزرعة
٢٧	١٠	ضرورة اهتمام المزارعين بمعايير الجودة المطلوبة فى المنتج
٢٧	١٠	ضرورة اهتمام الريفيين بالمحافظة على مياه الري من التلوث
٢٧.١	١٠	توفير سلف او مقدم سعر خاصة لصغار المزارع
بالنسبة للمصدرين:		
٤٠.٥	١٥	انشاء اتحاد للمصدرين من الجمعيات العاملة فى مجال الزراعة العضوية والتصدير
٢٧.١	١٠	الاعلان عن سعر البورصة والمواصفات القياسية المطلوبة فى المنتج
٢٤.٣	٩	توفير البيانات عن الاسواق الخارجية (اجراء بحوث تسويقية)
٢٤.٣	٩	التوسع فى الجمعيات الأهلية للزراعات العضوية من اجل التصدير
١٣.٥	٥	توفير بيانات عن احتياجات الأسواق الخارجية وازواق المستهلكين
١٣.٥	٥	تسهيل اجراءات التصدير من قبل الجمارك
١٠.٨	٤	اتصال المصدرين بالهيئات العاملة فى مجال التصدير
٥.٤	٢	اهتمام المزارعين بتسليم المنتج فى الميعاد المناسب للتصدير
٥.٤	٢	ضرورة حصول جميع المصدرين على شهادة تدريب المصدرين
٥.٥	٢	تفعيل دور مراكز التجارة الخارجية لضمان حصول المصدرين مستحقاتهم بالخارج
الظروف المناسبة:		
٥٤.٥	٢٠	مناسبة الظروف المناخية بمحافظه الفيوم لانتاج هذه الحاصلات
٤٥.٩	١٧	التوسع فى زراعة الاراضى المستصلحة بهذه الحاصلات
٤٥.٥	١٥	توفير مياه الري خاصة للاراضى الموجودة فى نهايات الترع
٤٥.٥	١٥	الزراعة فى الميعاد المناسب مما يزيد من فرص التصدير
٣٥.١	١٣	الاستفادة من المزارعين ذوى الخبرة فى التدريب
٥.٤	٢	تفعيل دور نقطة التجارة الدولية والهيئة العامة للرقابة على الصادرات بمحافظه الفيوم

تابع جدول رقم (٧) آراء المبحوثين فى المتطلبات اللازمة للتوسع فى تصدير النباتات الطبية والعطرية.

المتطلبات	عدد	%
الامكانيات المطلوبة للتوسع:		
توفير حافز مادي للمرشدين	٢٢	٥٩.٥
توفير خبراء فى مجال التسويق الخارجى لتدريب المرشدين والزراع	٢٢	٥٩.٥
توفير مستلزمات الزراعة الحيوية باسعار منخفضة	٢١	٥٦.٦
انشاء محطات للصرف الصحى بالقرى للحفاظ على مياه الري من التلوث	٢١	٥٦.٦
التوسع فى محطات تدوير المخلفات النباتية لاعادة استخدامها	٢٠	٥٤.١
تعيين اخصائين ومرشدين ذوى خبرة فى الزراعات التصديرية	١٩	٥١.٣
توفير دعم مالى كبير لمزارعى الحاصلات التصديرية من صغار المزارع	١٧	٤٥.٩
توفير المجففات الجيدة التى تحافظ على نسبة الزيوت الطيارة	١٦	٤٣.٢
مشاركة شركات التصدير فى دعم التدريب مادياً	١٥	٤٠.٥
توجيه المستثمرين لاقامة مصانع استخلاص الزيوت	١٥	٤٠.٥
توفير الدعم المادى الفنى للتدريب	١٠	٢٧.٢
التوسع فى انتاج المخصبات والبدائل الحيوية	١٠	٢٧.٢
حصة الفيوم من مياه الري اللازمة للاراضى الصحراوية	٥	١٣.٥
التوسع فى وسائل النقل الحديثة	٥	١٣.٥
توفير العبوات التصديرية بشكل جديد ومبتكر	٥	١٣.٥
توفير معامل لتحليل العينات بالفيوم	٤	١٠.٨
توفير الميكنة الزراعية مما يتلائم مع المساحات الصغيرة	٤	١٠.٨

ثانياً: النتائج الخاصة بالمبجوثين من مزارع النباتات الطبية والعطرية:

يتناول هذا الجزء أهم الصفات والخصائص المميزة للمبجوثين، ودرجة معرفتهم بالمتغيرات التسويقية وأهم المشاكل التي تواجههم فى إنتاج وتسويق النباتات الطبية والعطرية، ومتطلبات التوسع فى إنتاج وتصدير النباتات الطبية والعطرية، دور الإرشاد فى إكساب الزراع المعارف والمهارات الخاصة بإنتاج وتصدير النباتات الطبية والعطرية، وأخيراً مستوى إدراك المبجوثين لبنود المواصفات الجودة المطلوبة لتصدير شاي البابونج وذلك على النحو التالى:

١- الصفات والخصائص المميزة:

يوضح جدول رقم (٨) أن أكثر من نصف المبجوثين (٥٦.٢%)، متوسطى السن، وان ما يقرب من نصفهم ٤٧.٥%، حاصلون على مؤهل علمى، (٦٨.٨%) منهم من ذوى الحيازات المزرعية الكبيرة ٣ أفدنة فأكثر، (٣٧.٥%) من المبجوثين مساحة محصول البابونج لديهم (٣ أفدنة فأكثر).

وكانت أهم دوافعهم لزراعة محصول البابونج تتمثل فى أن المحصول مربح أكثر من أى محصول شتوى (٩٦.٣%)، توجد زراعته فى الاراضى الضعيفة (٦٣.٥%)، يصلح زراعته فى جميع الاراضى (٤٣.٨%)، له فوائد طبية (٢٥%).

كما أوضحت النتائج أن ٧٢.٥% يستخدمون اسلوب الزراعة التقليدى، وان ٢٧.٥% يستخدمون الأسلوب العضوى، وكانت أسباب عدم استخدام المبجوثين التقليديين لأسلوب الزراعة العضوية وفقاً لتكرار الإشارة إليها هى: صعوبة إجراءات التسجيل العضوى (٣٧.٥%)، والزراعة العضوية غير مجزية (٣١.٣%)، والزراعة العضوية تكاليفها مرتفعة (١٨.٨%)، وعدم معرفة أى شئ عن الزراعة العضوية (١٢.٥%).

وبسؤال المبجوثين عن معدل تغير المساحة المنزرعة بمحصول شاي البابونج فقد أشار ٣٧.٥% منهم بأن المساحة تتزايد بنسبة كبيرة، فى حين ذكر ٣١.٥% منهم بأن المساحة متذبذبة، وارجع هؤلاء المبجوثين تذبذب المساحة الى عدم ثبات الاسعار ١٠٠%، جمع المحصول يتطلب عمالة كثيرة ٨٣%، وعدم التعاقد المسبق قبل الزراعة ٦٧%.

جدول رقم (٨) توزيع المبجوثين من الزراع وفقاً لبعض الصفات والخصائص المميزة لهم

الصفات	عدد	%	الصفات	عدد	%
السن:			معدل تغير المساحة المنزرعة بمحصول البابونج:		
صغار السن (اقل من ٣٥ سنة)	١٢	١٥	تتزايد	٣٠	٣٧.٥
متوسطى السن (٣٥ سنة لأقل من ٥٠ سنة)	٤٥	٥٦.٢	متذبذبة	٢٥	٣١.٥
كبار السن (٥٠ سنة فأكثر)	٢٣	٢٨.٢	ثابتة	٢٠	٢٥
الحالة التعليمية:			تتناقص	٥	٦.٣
امى	٢٠	٢٥	سبب تذبذب وتناقص المساحة:		
يقرأ ويكتب	٢٢	٢٧.٥	عدم ثبات الاسعار	٣٠	***١٠٠
حاصل على مؤهل	٣٨	٤٧.٥	جمع المحصول يتطلب عمالة كثيرة	٢٥	٨٣
حجم الحيازة:			عدم التعاقد المسبق قبل الزراعة	٢٠	٦٧
صغيرة (اقل من فدان)	٨	١٠	يحتاج تكاليف كثيرة	١٥	٥٠
متوسط (فدان لأقل من ٣ افدنة)	١٧	٢١.٢	متوسط انتاج الفدان بالطن:		
كبيرة ٣ افدنة فأكثر	٥٥	٦٨.٨	اقل من طن (٠.٥ - ٠.٩ طن)	٥٠	٦٢.٥
مساحة محصول البابونج:			طن فأكثر (١ - ١٠.٢٥ طن)	٣٠	٣٧.٥
صغيرة (اقل من فدان)	٢٥	٣١.٢	مصادر المعلومات:		
متوسط (فدان لأقل من ٣ افدنة)	٢٥	٣١.٢٥	تكرار		%
كبيرة ٣ افدنة فأكثر	٣٠	٣٧.٥	مرشد شركات التصدير	٤٠	٥٠
دوافع زراعة محصول شاي البابونج			جمعيات الزراعة العضوية	٢٥	٣١.٥
محصول مربح	٧٧	٩٦.٣	المرشد الزراعى	١٦	٢٠
يجود فى الاراضى الضعيفة	٥٠	٦٣.٥	المزارعين ذوى الخبرة	١٠	١٢.٥
يصلح زراعته فى جميع الأراضى	٣٥	٤٣.٨	المطبوعات الارشادية	١٠	١٢.٥
			الخبرة الشخصية	٩	١١.٥

٧.٥	٦	مركز البحوث الزراعية	٢٥	٢٠	له فوائد طبية كبيرة
٦.٥	٥	الندوات والمؤتمرات	٨.٧	١٥	استغلال الايدى العاملة
٦.٥	٥	كلية الزراعة			اسلوب الزراعة
١.٢	١	نقطة التجارة الدولية	٧٢.٥	٥٨	تقليدى
١.٢	١	الهيئة العامة للرقابة على الصادرات	٢٧.٥	٢٢	عضوى وحيوى
					اسباب عدم استخدام اسلوب الزراعة
					العضوية:
			٥١.١*	٣٠	صعوبة اجراءات التسجيل عضوى
			*		
			٤٣.١	٢٥	العائد من الزراعة العضوية غير مجزى
			٢٥.٨	١٥	الزراعة العضوية تكاليفها مرتفعة
			١٧.٢	١٠	لم اسمع عن الزراعة العضوية

* حسبت النسبة المئوية وفقاً لعدد المبحوثين (٨٠)

** حسبت النسبة المئوية وفقاً لعدد المبحوثين التقليديين (٥٨)

*** حسبت النسبة المئوية وفقاً لعدد المبحوثين الذين اشاروا الى تذبذب وتناقض المساحة (٣٠)

كما أوضح (٦٢.٥%) من المبحوثين الى أن متوسط إنتاج الفدان من المحصول حوالى (٠.٥ - ٠.٩ طن).

كما يتضح من نتائج نفس الجدول أن أهم مصادر معلوماتهم الخاصة بزراعة النباتات الطبية والعطرية هي: مرشدين شركات التصدير (٥٠%)، وجمعيات الزراعة العضوية (٣١.٥%)، المرشد الزراعى (٢٠%)، والمزارعين ذوى الخبرة (١٢.٥%)، والمطبوعات الإرشادية (١٢.٥%) فى حين جاءت كليات الزراعة ونقطة التجارة الدولية والهيئة العامة للرقابة على الصادرات فى مرتبة متأخرة بالرغم من أهمية هذه المنظمات فى تنمية الصادرات من خلال توفير المعلومات الخاصة بعمليات التصدير.

٢- المعرفة بمتغيرات التسويق الخارجى والمحلى:

يوضح جدول رقم (٩) معرفة معظم المبحوثين (٩٣.٧٥%) بوجود طلب عالمى كبير على النباتات الطبية والعطرية، كما أفاد جميع المبحوثين (١٠٠%) بأن أكثر هذه النباتات الطبية والعطرية طلباً فى الأسواق الخارجية هو محصول شيخ البابونج يليه محصول النعناع الفلفى (٣٧.٥%) ثم البردقوش (٢٥%) وهذه النتائج تشير إلى أن الزراع على دراية كبيرة بمتطلبات السوق العالمى من النباتات الطبية والعطرية وذلك لخبرة زراع هذه المنطقة بتصدير هذه الحاصلات.

كما توضح النتائج أيضاً أن (٥٦.٢٥%) من المبحوثين يسوقون إنتاجهم بالتعاقد مع المصدرين فى حين بلغت نسبة من يسوقون إنتاجهم للوسطاء بالقرية (٢٨.٧٥%)، بينما بلغت نسبة من يسوقون إنتاجهم إلى تجار التجزئة (١٥%) فقط.

وبالنسبة للحالة التى يسوقون عليها المحصول فكانت أعلى نسبة للبيع اخضر بعد عملية الحصاد مباشرة حيث أشار إلى ذلك (٦٢.٥%)، فى حين أشار (٢٥%) منهم الى البيع بعد تجفيف المحصول وكذلك أفاد (١٠%) إلى البيع بعد عمليات التجهيز، وتشير النتائج إلى تباين المسارات التسويقية التى يسلكها الزراع فى تسويق محصولهم وكذلك الحالات التى يسوق المحصول عليها ويرجع ذلك إلى اختلاف جودة المحصول بالإضافة إلى اختلاف القدرات المادية للزراع.

وبالنسبة لمعرفة المبحوثين للسعر المحلى للطن من محصول البابونج فقد أشار (٧٢.٥%) الى أن سعر المنتج التقليدى يتراوح ما بين (٩-١٢ ألف جنيه) للطن وفقاً لدرجة الجودة، وبالنسبة للمنتج العضوى أشار (٢٧.٥%) بأن الأسعار تتراوح ما بين (١٥-١٨ ألف جنيه للطن) وفقاً لدرجة النقاوة من الشوائب والجودة العالية أيضاً.

وفيما يخص بمعرفة المبحوثين بالموصفات القياسية للسوق الأوروبى باعتباره اكبر مستورد لمحصول البابونج فاتضح أن (٨٨.٧٥%) من المبحوثين لا يعرفون هذه المواصفات، كذلك أشار (٨٨.٧٥%) منهم أيضاً بعدم معرفة أهم الدول المنافسة لمصر فى تصدير النباتات الطبية والعطرية

وهى الهند وباكستان. كما توضح النتائج أيضا أن ٦٢.٥% منهم لا يعرفون أهم الدول المستوردة لمحصول البابونج وهى ألمانيا وهولندا وإنجلترا، وأن ٨٨.٧٥% منهم لا يعرفون السعر العالمى للطن من البابونج، بينما اتضح أن ٧٥% منهم يعرفون الميعاد المناسب لتصدير المحصول وهو من يناير الى يونيو.

جدول (٩): توزيع المبحوثين من الزراع وفقاً لمعرفةهم بمتغيرات التسويق (الخارجي والمحلى) للنباتات الطبية والعطرية بصفة عامة ومحصول شايح البابونج بصفة خاصة.

المتغيرات	عدد	%	المتغيرات	عدد	%
المعرفة بوجود طلب عالمى على النباتات الطبية والعطرية: يوجد	٧٥	٩٣.٧٥	اهم الدول المستوردة لمحصول البابونج: يعرف	٣٠	٣٧.٥
لا يوجد	٥	٦.٢٥	لا يعرف	٥٠	٦٢.٥
المعرفة بأهم النباتات الطبية والعطرية المطلوبة للتصدير: شيخ البابونج	٨٠	١٠٠	السماع عن السعر العالمى للطن من البابونج: سمع	١٥	١٨.٧٥
البردقوش	٢٠	٢٥	لم يسمع	٦٥	٨١.٢٥
نعناع فلفلى	٣٠	٣٧.٥	المعرفة بالسعر العالمى للطن من البابونج: يعرف	٩	١١.٢٥
حشيشة الليمون	١٠	١٢.٥	لا يعرف	٧١	٨٨.٧٥
المسالك التسويقية: تعاقد مع المصدرين	٤٥	٥٦.٢٥	الميعاد المناسب لتصدير شايح البابونج: يعرف (من يناير - يونيو)	٦٠	٧٥
الوسطاء بالقرية	٢٣	٢٨.٧٥	لا يعرف	٢٠	٢٥
تجار التجزئة	١٢	١٥	التوقعات السعريّة لمحصول البابونج للعام المقبل: انخفاض السعر	٦٥	٨١.٢٥
الحالة التى يسوق عليها المحصول: البيع اخضر بعد عملية الحصاد	٥٠	٦٢.٥	ثبات السعر	١٥	١٨.٧٥
البيع بعد تجفيف المحصول	٢٠	٢٥	القيام بعملية التخزين: يخزن	٢٠	٢٥
البيع بعد تجهيز المنتج	٨	١٠	لا يخزن	٦٠	٧٥
البيع كلاله بالحقل	٢	٢.٥	اسباب عدم التخزين: تكرار	تكرار	%
السعر المحلى للطن من البابونج: (٩٠٠٠ - ١٢٠٠٠) جنيه للمنتج التقليدى	٥٨	٧٢.٥			

٢٢	٢٧.٥	الاحتياج الكبير للعائد المادى	٤٥	*٧٥	(١٥٠٠٠-١٨٠٠٠ جنيهه) للمنتج العضوى
		عدم وجود مكان للتخزين	٢٠	٣٣.٣	المعرفة بالمواصفات القياسية للسوق الأوروبى: يعرف
٩	١١.٢٥	عدم معرفة الطريقة الجيدة للتخزين	١٥	٢٥	لا يعرف
٧١	٨٨.٧٥	الخوف من انخفاض الاسعار	٥	٨.٣	
		اسباب عدم تصنيع المنتج قبل التصدير			أهم الدول المنافسة لمصر فى الاسواق الخارجية: (الهند ، باكستان)
٩	١١.٢٥	عدم وجود استثمارات للتصنيع	٦٠	٧٥	يعرف
٧١	٨٨.٧٥	عدم وجود مصانع لاستخلاص الزيوت	٢٠	٢٥	لا يعرف

* حسبت النسبة المئوية وفقاً لعدد الذين لا يقومون بعملية التخزين (٦٠)

ويسأل المبحوثين عن التوقعات السعرية للعام المقبل لمحصول البابونج فقد أشار (٨١.٢٥%) إلى انخفاض السعر وذلك لزيادة المساحة المنزرعة العام المقبل نتيجة ارتفاع السعر هذا العام، وفيما يختص بعملية التخزين فقد أشار (٧٥%) بعدم قيامهم بهذه العملية وذلك لأسباب أهمها: الاحتياج الضرورى للعائد المادى (٧٥%)، عدم وجود مكان لتخزين المحصول (٣٣.٥%).

ويسأل الزراع عن أسباب عدم تصنيع المنتج الخام قبل التصدير فقد أشار (٧٥%) إلى عدم وجود استثمارات للتصنيع، فى حين أشار (٢٥%) إلى عدم وجود مصانع بالفيوم لتصنيع المنتج. ويتضح من النتائج السابقة انخفاض درجة معرفة المبحوثين بالكثير من متغيرات التسويق الخارجى لذا يجب التنسيق مع الهيئات والمنظمات الخاصة بالتصدير لتوفير المعلومات الخاصة بعمليات التصدير (مثل المواصفات القياسية للمنتج، الأسعار العالمية، أهم الأسواق الخارجية). وتوصيلها للزراع، إما عن طريق الإعلان فى وسائل الإعلام المختلفة أو عن طريق الجهاز الإرشادى.

٣- المشاكل التى تواجه المبحوثين فى الانتاج والتسويق:

أكد المبحوثون على وجود عدة مشاكل تتعلق بإنتاج وتسويق النباتات الطبية والعطرية ومحصول شيح البابونج بصفة خاصة وباستعراض أهم المشاكل المدونة بالجدول رقم (١٠) اتضح ما يلى:

- فيما يختص بالمشاكل الانتاجية فكان أهمها وفقاً لتكرار الإشارة إليها هى: إصابة النباتات بالافات والامراض (٨٧.٥%)، تلوث مياه الرى بمياه الصرف الزراعى والصحى (٨٠%)، نقص بدائل الأسمدة الكيماوية والمبيدات الفعالة (٧٧%)، عدم وجود تقاوى معتمدة بالسوق وتدهور خواص التقاوى التى تقوم بإكثارها (٧٤%)، نقص الخبرة بعملية الإنتاج مما يؤدى إلى انخفاض الإنتاجية (٦٥%)، نقص الخبرة فى عملية الجمع والتجفيف (٥٦%)، ارتفاع أسعار المستلزمات الخاصة بالإنتاج (٣٧.٥%).
 - وفيما يتعلق بالمشاكل الخاصة بعملية التسويق فكان أهمها وفقاً لنسبة ذكرها: ارتفاع تكاليف عملية الجمع والتسويق (٩٤%)، احتكار السوق من قبل الوسطاء والمصدرين (٨٧.٥%)، تذبذب وتضارب الاسعار (٧٥%)، صعوبة تطبيق شروط الدول المستوردة للمنتج (٦٢.٥%)، عدم امكانية تخزين المحصول للتحكم فى السعر (٦٢.٥%)، عدم توافر منافذ للبيع والتصدير (٦٠%)، ممانعة التجار فى إعطاء ثمن المحصول (٣٧.٥%)، امتناع الوسطاء والتجار فى إعطاء مقدم سعر لصغار الزراع (٢٥%)، عدم توفر سلف لجمع المحصول (٢٥%) وأخيراً فسخ العقود من قبل المصدرين (٢٤%).
- ويلاحظ من العرض السابق اختلاف الأهمية النسبية لنوعية المشكلات التى أشارا إليها كل من العاملين بالجهاز الإرشادى والمزارعين لذا يجب على الجهاز الإرشادى الأخذ فى الاعتبار

نوعية المشاكل التى لها أهمية نسبية من وجهة نظر الزراع المبحوثين لأنهم أكثر إدراكا بمشاكلهم والعمل على تنظيم الجهود مع الهيئات والمنظمات التى لها علاقة بإنتاج وتصدير النباتات الطبية والعطرية وكذلك المصدرين لحل هذه المشاكل.

جدول رقم (١٠): أهم المشاكل التى تواجه الزراع المبحوثين فى إنتاج وتسويق النباتات الطبية والعطرية ومحصول البابونج بصفة خاصة.

مشاكل الإنتاج	تكرار	%
اصابة النباتات بالافات والأمراض	٧٠	٨٧.٥
تلوث مياه الرى	٦٤	٨٠
نقص بدائل الأسمدة الكيماوية	٦٢	٧٧
عدم وجود تقاوى معتمدة بالسوق	٥٩	٧٤
نقص الخبرة بعملية الإنتاج	٥٢	٦٥
نقص الخبرة فى عملية الجمع والتجفيف	٤٥	٥٦
ارتفاع اسعار مستلزمات الإنتاج	٣٠	٣٧.٥
عدم وجود ميكنة مناسبة للحيازات الصغيرة	٢٥	٣١
نقص المبيدات الحيوية الفعالة	١٨	٢٢.٥
انخفاض كمية المحصول المنتج عضوى	١٦	٢٠
نقص الخبرة فى الإنتاج العضوى	١٣	١٦
مشاكل التسويق:		
ارتفاع تكاليف الجمع والتسويق	٧٥	٩٤
احتكار السوق من قبل المصدرين	٧٠	٨٧.٥
تذبذب وتضارب الاسعار	٦	٧٥
صعوبة شروط الدول المستوردة للمنتج	٥٠	٦٢.٥
عدم امكانية تخزين المحصول للتحكم فى السعر	٥٠	٦٢.٥
عدم توافر منافذ للبيع والتصدير	٤٨	٦٠
مماطلة التجار فى اعطاء ثمن المحصول	٣٠	٣٧.٥
امتناع الوسطاء والتجار اعطاء مقدم سعر	٢٠	٢٥
عدم توفير سلف لجمع المحصول	٢٠	٢٥
فسخ العقود من قبل بعض المصدرين	١٩	٢٤

* حسب النسبة المئوية لعدد المبحوثين من الزراع (٨٠).

٤- متطلبات التوسع في إنتاج وتصدير النباتات الطبية والعطرية

كانت أهم متطلبات المبحوثين من الزراعة فيما يختص بعملية إنتاج النباتات الطبية والعطرية، كما هو موضح بالجدول رقم (١١) هي: توفير المعلومات الخاصة بالموصفات القياسية المطلوبة للتصدير (٧٦.٣%)، توفير البذور المعتمدة من الجهات الموثوق بها أو استنباط تقاوى محسنة (٧٥%)، توفير بدائل المبيدات بسعر منخفض (٧٥%)، تسهيل إجراءات تسجيل المزارع عضوى (٥٢.٥%)، ضرورة توفير مياه الري خاصة للاراضى الصحراوية والنهيات (٥١.٣%)، الاهتمام بتطهير المصارف وعمل صرف مغطى لتحسين خصوبة التربة (٥١.٣%)، إقامة شبكة صرف صحى بالقرى لمنع تلوث مياه الري بمياه الصرف الصحى الذى يؤثر على جودة الإنتاج (٤٣.١%).

بينما كانت أهم المتطلبات الخاصة بعملية التسويق هي: التعاقد المسبق مع المنتجين قبل موسم الزراعة (٨٧.٥%)، التزام المصدرين بالعقود المبرمة (٦٦.٢٥%)، والتدريب على عمليات ما بعد الحصاد (٦٦.٢%)، وضع ضوابط لمنع احتكار المصدرين للسوق (٦٥%)، إبتكار الآلات تسهل عملية جمع محصول شيح البابونج (٥٠%)، الإعلان عن السعر العالمى للزراعات التصديرية لمنع الاحتكار (٤٨.٧%)، توفير مجففات تحافظ على المواصفات الجيدة للمنتج (٤٨.٥%)، رفع سعر المنتج العضوى (٣٧.٥%).

جدول رقم (١١): أهم آراء المبحوثين من الزراعة فى متطلبات التوسع فى إنتاج وتصدير النباتات الطبية والعطرية.

*%	تكرار	المتطلبات الخاصة بعملية التسويق	*%	تكرار	المتطلبات الخاصة بعملية الإنتاج
٨٧.٥	٧٠	التعاقد المسبق مع المنتجين قبل الزراعة	٧٦.٣	٦١	توفير المعلومات عن المواصفات المطلوبة للتصدير
٦٦.٢٥	٥٣	التزام المصدرين بالعقود المبرمة	٧٥	٦٠	توفير البذور المعتمدة من جهة موثوق بها
٦٦.٢٥	٥٣	التدريب على عمليات ما بعد الحصاد	٧٥	٦٠	توفير بدائل المبيدات بسعر منخفض
٦٥	٥٢	وضع ضوابط لمنع احتكار المصدرين للسوق	٥٢.٥	٤٢	تسهيل إجراءات تسجيل المزارع عضوى
٥٠	٤٠	ابتكار الآلات الخاصة بجمع محصول الشيح البابونج	٥١.٣	٤١	ضرورة توفير مياه الري خاصة النهيات والاراضى الصحراوية
٤٨.٧٥	٣٩	الإعلان عن السعر العالمى للزراعات للتصدير لمنع الاحتكار	٥١.٣	٤١	الاهتمام بتطهير المصارف وعمل صرف مغطى
٤٨.٧٥	٣٩	توفير مجففات تحافظ على المواصفات الجيدة للمنتج	٤٣.٨	٣٥	إقامة شبكة صرف صحى بالقرى لمنع تلوث مياه الري
٣٧.٥	٣٠	رفع سعر المنتج العضوى	٣٥	٢٨	توفير خدمات ارشادية فى المنطقة
٣٠	٢٤	تعريف المزارعين للكميات المطلوبة قبل الزراعة	٣١.٣	٢٥	زيارة كبار المزارعين للدول المتقدمة فى إنتاج هذه المحاصيل
٢٣.٧٥	١٩	ضرورة اهتمام المعمل المركزى بنتائج فحص وتحليل العينات	٢٧.٥	٢٢	توفير الميكنة الزراعية المناسبة للحيازات الصغيرة
٢٢.٥	١٨	عدم خلط المنتج التقليدى مع العضوى			
٢٢.٥	١٨	توفير مراكز حديثة لتجميع وتجفيف وتعبئة المنتج			

٢٠	١٦	التوسع فى ايجاد اسواق جديدة للتصدير		
١٨.٧٥	١٥	انشاء مؤسسات خاصة بعملية تسويق المحصول		

* حسب النسبة المئوية وفقا لعدد المبحوثين من الزراع (٨٠).

٥- دور الإرشاد الزراعى فى إكساب الزراع المعارف والمهارات الخاصة بإنتاج وتصدير النباتات الطبية والعطرية:

يوضح جدول رقم (١٢) انخفاض دور الإرشاد الزراعى فى إكساب الزراع المعارف والمهارات الخاصة بإنتاج وتسويق وتصدير النباتات الطبية والعطرية وشيخ البابونج بصفة خاصة، وكانت أهم المعلومات والمهارات التى وفرها الجهاز الإرشادى للزراع وفقا لتكرار الاشارة إليها هى: معلومات عن ميعاد الزراعة المناسب لعملية التصدير (٢٦.٣%)، ومعلومات عن مواعيد الري (٢٥%)، ومعلومات عن الاصناف المقاومة للحشرات (٢٢.٥%)، والتدريب على مكافحة الآفات والامراض (٢٢.٥%)، والتدريب على عمليات الحصاد (١٣.٨%)، والتدريب على عمليات ما بعد الحصاد (١٢.٥%)، ويوفر معلومات عن التقاوى المحسنة (١٠%)، فى حين كان دوره فى عملية التسويق ضعيف جدا حيث أشار (٦.٣%) من المبحوثين إلى مساعدته فى عملية التعاقد مع المصدرين فقط، لذا يستلزم على العاملين بالجهاز الإرشادى توفير المعلومات الخاصة بعملية التصدير وذلك بالتنسيق مع الهيئات العاملة بالتصدير حتى يقوم بدوره فى عملية تنمية الصادرات الزراعية من النباتات الطبية والعطرية.

جدول رقم (١٢): آراء المبحوثين من الزراع فى دور الإرشاد الزراعى فى إكسابهم المعارف والمهارات الخاصة بإنتاج وتصدير النباتات الطبية والعطرية.

لا يساهم		يساهم		دور الإرشاد الزراعى
%	العدد	%	العدد	
٩٧.٥	٧٨	٢.٥	٢	المساعدة فى تسجيل المزرعة عضوى
٩٠	٧٢	١٠	٨	يوفر معلومات عن التقاوى المحسنة
٧٧.٥	٦٢	٢٢.٥	١٨	يوفر معلومات عن الاصناف المقاومة للحشرات
٧٧.٥	٦٢	٢٢.٥	١٨	يدرّب على مكافحة الآفات والأمراض
٧٥	٦٠	٢٥	٢٠	يوفر معلومات عن مواعيد الري
٧٣.٧	٥٩	٢٦.٣	٢١	يوفر معلومات عن مواعيد الزراعة
٨٦.٢	٦٩	١٣.٨	١١	يدرّب على عمليات الحصاد
٨٧.٥	٧٠	١٢.٥	١٠	يدرّب على عمليات ما بعد الحصاد
٩٣.٧	٧٥	٦.٣	٥	يساعد فى عملية التعاقد مع المصدرين
٩٨.٧	٧٩	١.٣	١	يوفر معلومات عن الاسعار العالمية (سعر البورصة)
١٠٠	٨٠	صفر	صفر	يوفر معلومات عن الكميات المطلوبة للتصدير
١٠٠	٨٠	صفر	صفر	يوفر معلومات عن المواصفات العالمية للمنتج
١٠٠	٨٠	صفر	صفر	يوفر معلومات عن مزايا و عيوب كل سوق
١٠٠	٨٠	صفر	صفر	يوفر معلومات عن الميعاد المناسب للتصدير
١٠٠	٨٠	صفر	صفر	يساعد فى اتخاذ القرارات الانتاجية
١٠٠	٨٠	صفر	صفر	يساعد فى اتخاذ القرارات التسويقية

٦- مستوى إدراك المبحوثين لمواصفات الجودة المطلوبة لتصدير محصول شيخ البابونج:

يوضح جدول رقم (١٣) انخفاض مستوى إدراك المبحوثين لبنود مواصفات الجودة حيث بلغت نسبة المبحوثين في فئة مستوى الإدراك المنخفض ما يقرب من نصف المبحوثين (٤٧.٨%)، في حين بلغت نسبة المبحوثين في فئة الإدراك المرتفع نحو ١٣.٧% فقط. وباستعراض بيانات نفس الجدول يتضح تقارب نسبة المبحوثين من العاملين بالجهاز الإرشادي والمزارعين في فئة الإدراك المنخفض حيث بلغت نحو ٤٨.٧%، ٤٧.٥% لكل منهما على الترتيب، بينما ارتفعت نسبة إدراك المبحوثين من المزارعين في فئة الإدراك المرتفع عن المبحوثين من العاملين بالجهاز الإرشادي حيث بلغت نحو ١٥% للمبحوثين من المزارعين مقارنة بـ (١٠.٨%) للعاملين، وقد يرجع ذلك إلى وجود بعض المزارعين من أفراد العينة يقومون بإنتاج وتصدير النباتات الطبية والعطرية ولكن هذه النتيجة تشير إلى أهمية التدريب المكثف للمرشدين الزراعيين والمزارعين في مجال إنتاج وتسويق النباتات الطبية والعطرية. وللتعرف على معنوية هذه الفروق فقد أوضحت النتائج أن قيمة كآ المحسوبة ٠.٣٧٨ وهي قيمة غير معنوية عند مستوى ٠.٠٥ وبناء على ذلك يقبل الفرض الاحصائي الذي ينص على عدم وجود فروق معنوية بين مستوى إدراك المبحوثين من العاملين بالجهاز الإرشادي والمزارعين فيما يتعلق بمواصفات الجودة الخاصة بتصدير محصول البابونج.

جدول رقم (١٣): توزيع المبحوثين وفقاً لمستوى ادراكهم لبنود مواصفات الجودة المطلوبة لتصدير محصول شاي البابونج.

المجموع		المزارعون		العاملون بالجهاز الإرشادي		مستوى الادراك
%	عدد	%	عدد	%	عدد	
٤٧.٨	٥٦	٤٧.٥	٣٨	٤٨.٧	١٨	منخفض (صفر- ٣ درجة)
٣٨.٥	٤٥	٣٧.٥	٣٠	٤٠.٥	١٥	متوسط (٤-٧ درجة)
١٣.٧	١٦	١٥	١٢	١٠.٨	٤	مرتفع (٨-١٠ درجة)
١٠٠	١١٧	١٠٠	٨٠	١٠٠	٣٧	المجموع

كآ المحسوبة = ٠.٣٧٨ كآ الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ و د.ح (٥) = ٧.٨

الخدمات التي تقدمها الجمعيات التي تعمل في مجال الزراعة العضوية والتصدير: يبين جدول رقم (١٤) أن أهم الخدمات التي تقدمها هذه الجمعيات لأعضاءها من المزارعين البالغ عددهم (٢٢) عضواً تتمثل في: تسهيل إجراءات التسجيل العضوي (٩١%)، تسهيل إجراءات التعاقد للتسويق (٨١.٨%)، توفير معلومات عن الإنتاج الجيد (٨١.٨%)، تعريف المزارعين بالأسواق البديلة لعملية التصدير (٧٧.١%)، تدريب المزارعين على عمليات الإنتاج ومعاملات ما بعد الحصاد (٦٨.٢%)، توفير دعم مادي لشراء مستلزمات الإنتاج (٦٣.٦%). وهذه النتائج تتفق مع ما ذكره العاملين بالجهاز الإرشادي من خدمات هذه الجمعيات.

جدول (١٤): آراء المبحوثين من المزارعين في الخدمات التي تقدمها الجمعيات التي تعمل في مجال الزراعة العضوية والتصدير.

الخدمات	تكرار	%
---------	-------	---

٢٠	*٩١	تسهيل إجراءات التسجيل العضوى
١٨	٨١.٨	تسهيل إجراءات التعاقد للتسويق
١٨	٨١.٨	توفير معلومات عن الإنتاج الجيد
١٧	٧٧.٣	تعريف المزارعين بالأسواق البديلة لعملية التصدير
١٥	٦٨.٢	تدريب الزراع على عمليات الإنتاج ومعاملات ما بعد الحصاد
١٤	٦٣.٦	توفير دعم مادي لشراء مستلزمات الإنتاج
١٠	٤٥.٥	التوعية بأهمية المحافظة على مياه الري

* حسب النسبة المئوية لعدد الزراع الذين اشاروا الى ان الجمعيات تقدم خدمات (٢٢)

التوصيات:

- ١- ضرورة العمل على اقامة علاقة مؤسسية تضمن التنسيق بين الجهاز الارشادى والهيئات التى تعمل فى مجال التصدير مثل نقطة التجارة الدولية والهيئة العامة للرقابة على الصادرات والواردات وغيرها من الهيئات الاخرى لتوفير المعلومات الخاصة بعملية التصدير للمنتجات الزراعية.
- ٢- تدعيم الجمعيات التى تعمل فى مجال الزراعات التصديرية ومساعدتهم على تكوين اتحادات حتى يكون لها القدرة الكبيرة على التفاوض مع الاسواق العالمية.
- ٣- ضرورة تكثيف الدورات التدريبية للعاملين بالجهاز الإرشادى فيما يتعلق بعمليات انتاج وتصدير النباتات الطبية والعطرية.
- ٤- ضرورة حل مشكلة التقاوى من خلال مراكز البحوث باستنباط أصناف تقاوى محسنة لتحسين مواصفات الإنتاج المطلوب للأسواق العالمية.
- ٥- ضرورة رفع الكفاءة التسويقية للمنتجات التصديرية من النباتات الطبية والعطرية من خلال توفير قدر كبير من المعلومات التسويقية ومعاملات ما بعد الحصاد ومتطلبات السوق الخارجى عن طريق وسائل الإعلام المختلفة.

المراجع:

- ١- أبو حطب، رضا عبدالخالق وآخرون، دراسة تحليلية لبعض متغيرات الإرشاد التسويقي الزراعى لمحاصيل الفاكهة الرئيسية بمحافظة شمال سيناء، مجلة المنصورة للعلوم الزراعية، مجلد ٢٣، عدد ٢، كلية الزراعة، جامعة المنصورة، فبراير ١٩٩٨.
- ٢- العتر، محمد كمال وآخرون، الآثار المتوقعة لإتفاق المشاركة المصرية الأوروبية على الصادرات الزراعية المصرية الى الاتحاد الأوربى، مجلة الاقتصاد الزراعى، مجلد ١٣، عدد ١، مارس ٢٠٠٣.
- ٣- الموفى، أحمد الموفى بهلول، دراسة تحليلية لدور الاراضى الجديدة فى تنمية الصادرات الزراعية المصرية، رسالة دكتوراه، قسم الاقتصاد الزراعى، كلية الزراعة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٥.
- ٤- حبشى، نبيل توفيق، تطوير التسويق المحلى لزيادة الصادرات الزراعية الواقع والتصورات المجلة المصرية للاقتصاد الزراعى، مجلد ١٣، العدد ١، مارس ٢٠٠٣.
- ٥- ربحان، ابراهيم ابراهيم، الارشاد التسويقي ضرورة للنهوض بالمزارع الصغيرة، الصحيفة الزراعية، الادارة العامة للثقافة الزراعية، وزارة الزراعة، مجلد ٥٤، ١٩٩٩.
- ٦- ساميه عبدالعظيم محروس، دور الإرشاد التسويقي فى تكنولوجيا ما بعد الحصاد لمحصول العنب بالاراضى المستصلحة فى مصر، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد الزراعى، كلية الزراعة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٣.
- ٧- فاطمة أحمد شفيق، دراسة اقتصادية لإنتاج بعض النباتات الطبية بالزراعة العضوية فى مصر، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعى، مجلد ١١، عدد ٢، سبتمبر ٢٠٠١.
- ٨- فايزة أحمد محمد أحمد، إقتصاديات انتاج أهم النباتات الطبية والعطرية فى مصر، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد الزراعى، كلية الزراعة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٥.

- ٩- نفيسه أحمد حامد، إدراك الزراع للتوصيات الإرشادية المتعلقة بجودة محصول القطن ومشاكل تسويقه بمحافظة بنى سويف، المؤتمر العلمى السنوى للزراعة المتواصلة، كلية الزراعة بالفيوم، ٢٨-٣٠ مارس، ٢٠٠١.
- ١٠- نقطة التجارة الدولية بالفيوم، احصائيات التصدير (٢٠٠٢، ٢٠٠٤)، وزارة التجارة الخارجية.
- ١١- قطاع الشئون الإقتصادية، نشرة الإحصاءات الزراعية، وزارة الزراعة واستصلاح الاراضى، ٢٠٠٤.

12- FAO, **Horticulture Marketing, A resource and Training Manual For Extension officers**, Agric., Services Bulletin 16, Rome 1991.

13- Sandhu, **Extension Program Planing** oxford Pubishing Co. PVT. Linted, New Delhi, India, 1994.

The Role of Agricultural Extension in Developing the Egyptian Exports of Medicinal and Aromatic Plants

Nefesa Ahmed Hamed Elhawary

Department of Agricultural Economics – Faculty of Agriculture – Fayoum University

Summery:

The study aims to: determine the participants' level of knowledge for the variables within the international and local markets of medicinal and aromatic plants, recognize the role of agricultural extension in developing the exports of these crops, recognize the nature of the relationship between the extension service and the organizations working in the exports field, recognize the requirements for extending the production of medicinal and aromatic plants, and finally determine the level of recognizing the required quality standards for exporting the chamomile as long as the international demand for it is increasing.

The study has been investigated on a sample of 117 participants, 80 of them are medicinal and aromatic plants growers and 37 of the extension staff in Fayoum Governorate.

The most important results regarding the extension staff were; low level of knowledge regarding the international marketing variables (the global price of chamomile, the proper time for exporting, and the quality standards for exports), 73% of them referred that they don't provide any services for the growers in marketing the product, 67.6% of them stated that there is no relationship between the extension authorities and the governmental organizations that working in the export field, at the same time 18.1% of them stated that there is a relationship between the extension authorities and the associations working in the field of exporting crops.

The most important requirements for expanding the cultivated area of these crops – as the extension staff point of view – were; organizing a trainings for the extension staff who are working in this field (100%), inform the growers about the quality standards for exports, expand the growing in the new lands (45.9%), and offer money incentives for the extension agents and the marketing specialists (59.5%).

Regarding the participants of growers, the most important results were; 56.25% of the growers market their production by contracting with the exporters, 88.7% of the growers don't know about the quality standards, and 75% of them don't know the global price and the proper time for growing.

The main problems facing the growers within the production process were; the infection of pests and diseases (78.5%) and the low quality of irrigation water which affects the quality of the production (80%). Regarding the marketing problems, the growers stated the following problems; the high cost of harvesting (94%), the monopoly within the market where there are few exporters and middlemen (78.5%), and price fluctuations (75%). The main requirements for expanding the production were; the availability of the information about quality standards (76.3%) and the availability of high quality seeds (75%). The marketing requirements were; pre-contracting (87.5%) and exporters commitment with growers (66.5%).

It's, also, stated the weakness of the agricultural extension in developing the knowledge and skills of the growers regarding the production and exporting of the medicinal and aromatic plants. Finally, the study has shown that both the extension staff and growers have a low level of recognition for the quality standards required for exporting the chamomile where 10.8% and 15% of them respectively are in the high recognition category.