

تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات للمشروعات الزراعية الصغيرة والمتوسطة في واحة سيوة

د / مرفت أبوالميزيد سليمان عاشور

باحث - الشعبة الاقتصادية - مركز بحوث الصحراء

Correspondence author: d_agree@yahoo.com

المقدمة:

تعتبر التنمية الزراعية ركن أساسي من أركان التنمية الشاملة، ويرجع ذلك إلى أهمية ومكانة قطاع الزراعة في المقتصد القومي المصري . تتمتع محافظة مطروح بطبيعة خلابة وبموارد وثروات طبيعية عديدة تهيئ السبيل لإحداث طفرة تنموية لهذه المنطقة . وبالرغم من جهود التنمية السابقة إلا أنها لا تتناسب مع ثراء المنطقة وما تحظى به من إمكانات هائلة يمكن توظيفها بفعالية لأغراض التنمية وبما يحقق زيادة الدخل القومي المصري ورفع مستوى المجتمعات المحلية.

كما تعتبر محافظة مطروح من المحافظات الصحراوية الواعدة لأنها تمتلك العديد من الموارد الاقتصادية ، فتمتلك مناخ معتدل طوال العام وموارد مائية وأرضية غير مستغلة وموقع متميز كما أن موقعها يجعلها بمثابة الامتداد العمراني الطبيعي للعديد من محافظات مصر وفي مقدمتها محافظة الإسكندرية، حيث أنها تمثل بوابة مصر الغربية التي يمكن أن تتحول إلى منطقة جاذبة لحركة الإنتاج والتجارة بين مصر ودول المغرب العربي والدول الأفريقية.

كما أن محافظة مطروح يمكن أن تضيف إلى مستقبل مصر السياحي أبعادا جديدة لما لها من إمكانات طبيعية وتاريخية وبيئية تجعلها من المحافظات السياحية حيث انها تذخر بالأماكن الأثرية. وتمثل مساحة المحافظة (2) حوالي 166562 كم² بإجمالي مساحة مأهولة حوالي 3941 كم² ، حيث يبلغ عدد السكان حوالي 440862 نسمة .

وتعتبر واحة سيوه واحدة من أهم خمس واحات في الصحراء الغربية وهم (سيوه، البحرية، الداخلة، الخارجة، الفرافرة) ، تضم مدينة سيوة حوالي 75% من إجمالي سكان واحة سيوة ، وهذا يرجع بطبيعة الحال الى كونها المركز الحضري والعاصمة الإدارية، والتي يتركز بها حوالي 57 % من إجمالي العيون الطبيعية، و يتركز بها النشاط الإقتصادي والخدمات.

وحتى يمكن تحقيق عمليات التنمية الزراعية المتواصلة في المناطق الصحراوية فإن الأمر يستلزم ان تسير خطط التنمية الزراعية وفق برنامج علمي مدروس ، والتوصية بتنفيذ المشروعات التي تحقق أقصى عائد للموارد الطبيعية والبشرية بما يحقق التنمية المستدامة للجبل الحالي والأجيال القادمة.

ولقد شجع المناخ الاقتصادي على إنشاء المشروعات الصغيرة والمتوسطة حتى يمكن الاستفادة من اقتصاديات الحجم الصغير من ناحية وتحقيق نمو في العوائد والثروات من ناحية أخرى ، وهو ما ينعكس علي تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال مساهمتها في زيادة الدخل القومي والتقليل من الآثار السلبية للبطالة كمردود طبيعي للتغيرات الاقتصادية علي المستوى الإقليمي والدولي.

مشكلة البحث :

تتمتع محافظة مطروح بطبيعة خلابة وبموارد وثروات طبيعية عديدة تهيئ السبيل لإحداث طفرة تنموية لهذه المنطقة ، بما يحقق ذلك زيادة الدخل القومي المصري ورفع مستوى المجتمعات المحلية . و تعتبر واحة سيوه من أقدم الواحات المصرية ، وتعتمد عملية التنمية الزراعية على الاستخدام الكفء للموارد الزراعية المتاحة ، بالإضافة إلى توفر البنية التسويقية اللازمة لتسويق المنتجات الزراعية وخصوصا المشروعات الصغيرة والمتوسطة . فحتى الآن مازالت الاسواق المفتوحة أمام المشروعات محدودة وتحتاج لإعادة التخطيط لتلك المشروعات .

لذا سوف يتم التعرف على الوضع الحالي للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في واحة سيوة ، ومن ثم تقييم الوضع الحالي للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في واحة سيوة، مقترحات لتنمية تلك المشروعات للوصول لبيئة تسويقية ناجحة .

هدف البحث :

يستهدف البحث الوقوف على الوضع الحالي للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في واحة سيوة باعتبارها قطاعا هاما جدا في محافظة مطروح يؤدي بدوره إلى إحداث عملية التنمية ، كما إنها من أهم القطاعات الواعدة داخل هذه المحافظة.

أيضا يهدف البحث إلى تحليل البيئة الداخلية والخارجية لتحديد نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات وعلاقة تأثير كل منهم علي المشروعات الصغيرة والمتوسطة في واحة سيوة ، وأيضا تقييم تلك المشروعات.

طريقة البحث ومصادر البيانات :

أعتمد البحث على مصادر البيانات الثانوية المنشورة وغير المنشورة من مديرية الزراعة - محافظة مطروح . بالإضافة إلى عمل إستبيان لآراء أصحاب المشروعات الزراعية ومجموعة من مزارعي الزيتون ، لتحديد نقاط القوة والضعف لتلك المشروعات . وتم إستخدام التحليل الرباعي (SWOT Analysis) .

إختيار عينة الدراسة :

تمشياً مع المشكلة، وتحقيقاً لأهداف البحث فقد تم الإعتماد علي بيانات أولية لدراسة ميدانية عن طريق عينة عمدية حيث تم إختيار مركز سيوة بمحافظة مطروح ، طبقاً للأهمية النسبية لأعداد مشروعات التصنيع الزراعي الصغيرة والمتوسطة التي تعتمد علي الخامات والمواد الأولية المحلية المتوفرة في البيئة السيوية، وهي صناعات تتم في المصانع أو تتم في منازل السيويين أنفسهم ، وتعتمد الصناعات في مدينة سيوة على محصول الزيتون حيث تعتبر من أهم الصناعات الزراعية الصغيرة والمتوسطة ، وعددها حوالي أربعة معاصر أهلية بدائية ، وحوالي ثلاثة معاصر أهلية متطورة (نصف آلية) ، وحوالي تسعة معاصر متطورة حكومية (آلية) .

وفيما يتعلق بتحليل الزيتون فهو يعتمد على المهارات الفردية والخبرة المتوارثة لأهالي السيويين ، إلا أن الأساليب الفنية المستخدمة في الإنتاج هي أساليب بدائية للغاية وتعتمد على التحليل في براميل معدن او بلاستيك ويقوم بها أغلب الأفراد المنتجين للزيتون ، لذلك تم الإعتماد على عينة مكونة من حوالي 163 (5) من مزارعي محصول الزيتون للوقوف على اهم نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات التي تواجه مزارعي المحصول واصحاب المشروعات للوقوف على أهم المشاكل التي تعترضهم في الزراعة والإنتاج .

نتائج البحث :

أولاً : الأهمية النسبية للمساحة الكلية والمساحة المأهولة وعدد السكان (ذكور- إناث) لمراكز

محافظة مطروح خلال عام 2016 :

يتضح من بيانات الجدول رقم (1) ودراسة المساحة الكلية وإجمالي المساحة المأهولة وعدد السكان (ذكور- إناث) لمراكز محافظة مطروح أن مركز السلوم أحتل المرتبة الأولى بالنسبة للأهمية النسبية للمساحة المأهولة ، يليه في الأهمية مركز مرسى مطروح ، ثم مركز برانى ، مركز سيوة ، مركز الضبعة ، مركز النجيلة ، مركز الحمام وأخيراً مركز العلمين بنسب 34.8% ، 17.5% ، 16.7% ، 10.8% ، 9.9% ، 5.1% ، 4% ، 1.2% على الترتيب .

وإدراسة الأهمية النسبية لإجمالي عدد السكان يتضح أن مركز مرسى مطروح أحتل المرتبة الأولى ، يليه مركز الحمام ، ثم مركز الضبعة ، مركز برانى ، مركز سيوة ، مركز النجيلة ، مركز السلوم ، مركز العلمين بنسب 42.5% ، 16.4% ، 11.1% ، 10.6% ، 6.4% ، 5.8% ، 4.1% ، 3.1% على الترتيب .

جدول (1) : الأهمية النسبية للمساحة الكلية والمساحة المأهولة وعدد السكان (ذكور- إناث) لمراكزمحافظة مطروح خلال عام 2016 .

المراكز	المساحة الكلية كم ²	إجمالي المساحة المأهولة كم ²	% إجمالي المساحة المأهولة كم ²	إجمالي عدد السكان		
				ذكور	إناث	إجمالي
الحمام	12000	159	4	36969	35125	72094
العلمين	24500	48	1.2	8217	5625	13842
الضبعة	7800	391	9.9	25026	23697	48723
مرسى مطروح	13800	690	17.5	96326	90957	187283
النجيلة	2200	197	5.1	13012	12693	25705
برانى	7500	659	16.7	24300	22596	46896
السلوم	94263	1372	34.8	9296	8694	17990
سيوة	4500	425	10.8	14746	13583	28329
إجمالي المحافظة	166562	3941	100	227892	212970	440862

المصدر : النوتة المعلوماتية ، مركز المعلومات ودعم ألتخاذ القرار ، محافظة مطروح ، 2017 .

ثانيا : الأهمية النسبية للمساحة المثمرة والإنتاج لمحصول الزيتون بواحة سيوة بمحافظة

مطروح خلال الفترة من (2000-2016) :

يعتبر محصول الزيتون من المحاصيل الهامة التي تتحمل الجفاف والتي أهتمت بها اهتماما كبيرا أسترراتيجية التنمية المستدامة 2030 ، وبالرغم من هذا فإن مصر تعاني من وجود فجوة كبيرة في محاصيل الزيوت تصل لأكثر من نحو 95% (4) بالرغم من زيادة مساحة الزيتون على مستوى العالم من نحو 20.5 مليون فدان عام 2000 إلى حوالى 24.5 مليون فدان عام 2016 .

ويعتبر محصول الزيتون من المحاصيل الزيتية الهامة جدا التي يجب الإهتمام بها وتنميتها خاصة مع وجود فجوة زيتية على الرغم من زيادة إنتاج وإستهلاك الزيتون عالميا .

تنقسم أصناف الزيتون التي تزرع في سيوة إلى قسمين الأول أصناف أحادية الغرض تزرع من أجل غرض التخليل فقط وتشمل التفاحى ، العجيزى ، الحامض ، منزانيلى ، كلاماتا ، دولسى . وثانى الأصناف هي الأصناف ثنائية الغرض فهي للتخليل وأستخلاص الزيت متمثلة في كاروتينا ، فرانتويو ، أريبيكين ، كروناكى ، شملاى ، بيكوال ، طيقين .

بدراسة بيانات الجدول رقم (2) والأهمية النسبية للمساحة المثمرة والأنتاج لمحصول الزيتون بواحة سيوة ، يتبين أن المساحة المثمرة أرتفعت من نحو 7286 فدان خلال الفترة (2000-2008) إلى نحو 10831.25 فدان خلال الفترة (2009 - 2016) ، أيضا أرتفعت الإنتاج من نحو 20760.11 طن خلال الفترة (2000-2008) إلى نحو 45287.75 طن خلال الفترة (2009 - 2016) وكما يتضح أيضا من الشكل رقم (1) .

أيضا أرتفعت الأهمية النسبية للمساحة من نحو 3.94% خلال عام 2000 إلى نحو 11.35% خلال عام 2016 ، أيضا أرتفع الإنتاج من نحو 4.45% خلال الفترة 2000 إلى نحو 14.42% خلال عام 2016 .

ثالثا : معاصر الزيتون بسيوة:

يوجد بسيوة حوالى أربعة معاصر أهلية بدائية ، وحوالى ثلاثة معاصر أهلية متطورة (نصف آلية) ، وحوالى تسعة معاصر متطورة حكومية (آلية) . أما فيما يتعلق بصناعة عصر

جدول (2) : الأهمية النسبية للمساحة المثمرة والإنتاج لمحصول الزيتون بمركز سيوة بمحافظة مطروح خلال الفترة من (2000-2016) .

سيوة				السنوات
% للإنتاج	الإنتاج بالطن	% للمساحة المثمرة	المساحة المثمرة بالفدان	
4.45	24441	3.94	6020	2000
4.31	23698	3.96	6030	2001
4.67	25614	5.02	7646	2002
3.28	17968	5.02	7646	2003
3.74	20491	5.02	7646	2004
1.66	19022	5.02	7646	2005
4.18	22920	5.01	7640	2006
3.78	20808	5.02	7650	2007
3.98	21879	5.02	7650	2008
	20760.11		7286	متوسط الفترة
3.89	21390	5.08	7750	2009
3.03	16663	5.09	7750	2010
3.06	16849	5.09	7750	2011
5.04	27720	5.51	8400	2012
4.62	25410	5.51	8400	2013
17.48	96000	7.88	12000	2014
14.41	79135	11.46	17300	2015
14.42	79135	11.35	17300	2016
100	45287.75	100	10831.25	متوسط الفترة

المصدر : 1- النوتة المعلوماتية ، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ، محافظة مطروح ، سنوات مختلفة .

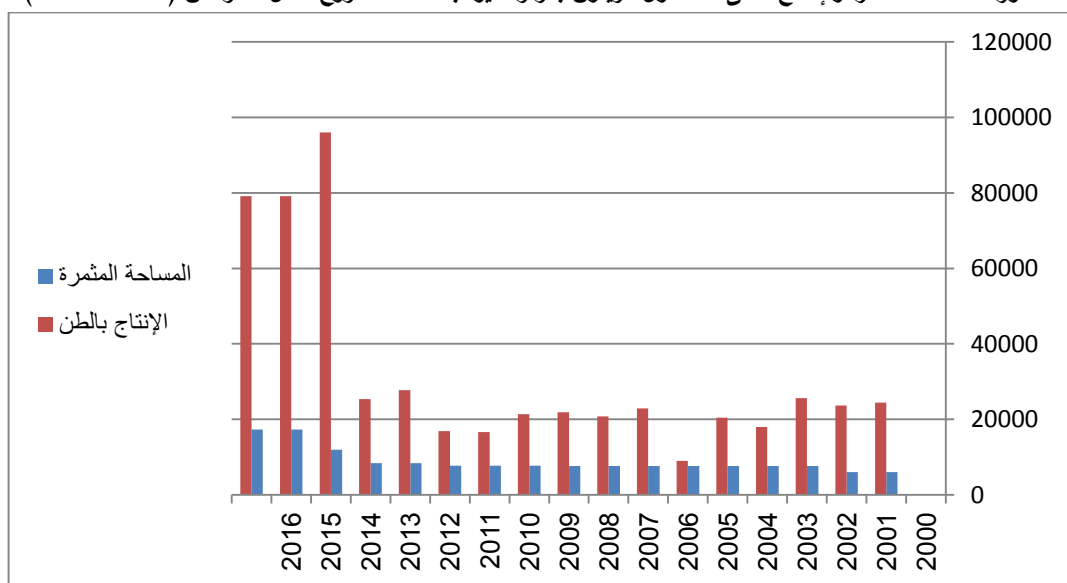
2- عزة محمود غزالة (دكتور) ، المؤشرات الإقتصادية للأنشطة الزراعية بمحافظة مطروح ، تقرير غير منشور ، مركز بحوث الصحراء ، 2013 .

الزيتون فهي تتم بثلاثة طرق تختلف فيما بينها وفقا للأسلوب الفنى المستخدم فى الصناعة وتنقسم إلى مايلى (6) :

أ- معاصر زيتون أهلية بدائية وتمثل نحو أربعة معاصر بطاقة إنتاجية فى اليوم الواحد تبلغ حوالى 100 كيلو/يوم ، و تكلفة إنشاء المعصرة تبلغ حوالى 3000 جنيه ويعمل بها فردين فقط يقوموا بكافة الأعمال ، ونجد أن الزيت الناتج من هذه المعاصر منخفض فى قيمته الإقتصادية نظرا لإرتفاع نسبة الحموضة فيه .

ب- معاصر زيتون أهلية متطورة (نصف آلية) وتمثل نحو ثلاثة معاصر بطاقة إنتاجية فى اليوم الواحد تبلغ حوالى 285 كيلو/يوم ، و تكلفة إنشاء المعصرة تبلغ حوالى 30 ألف جنيه ويعمل بها ثلاثة عمال ومشرف ، والزيت الناتج من هذه المعاصر أعلى فى قيمته الإقتصادية عن الزيت المنتج بالمعاصر الأهلية القديمة.

شكل رقم (1) : تطور المساحة المثمرة والإنتاج الكلى لمحصول الزيتون بمركز سيوة بمحافظة مطروح خلال الفترة من (2000-2016) .



المصدر : من بيانات الجدول رقم (2) .

ت- معاصر زيتون متطورة حكومية (الآلية) وتمثل نحو تسعة معاصر ، منها 7 معاصر بمدينة سيوة تبلغ طاقتها الإنتاجية نحو 430 كجم/ساعة، ومعصرة فى قرية أبو شروف تبلغ طاقتها الإنتاجية حوالى 50 كجم/ساعة، و معصرة بقرية المراقى تبلغ طاقتها الإنتاجية حوالى 120 كجم/ ساعة. وتتراوح التكلفة الإثنائية لهذه المعاصر وفقا لسعاتها الإنتاجية ما بين 90-150 ألف جنيه. ويعمل بالمعصرة الواحدة 3 عمال بالإضافة إلي مشرف.

رابعا : معامل تحليل الزيتون بسيوة :

أما صناعة تحليل الزيتون تتم على مستوى فردى بالواحة اعتمادا على المهارات الفردية والخبرة المتوارثة ، لذلك فالأساليب الفنية المستخدمة بدائية للغاية وتعتمد على التحليل فى براميل معدن او بلاستيك ويقوم بها كافة الأفراد المنتجين للزيتون بكافة مناطق سيوة.

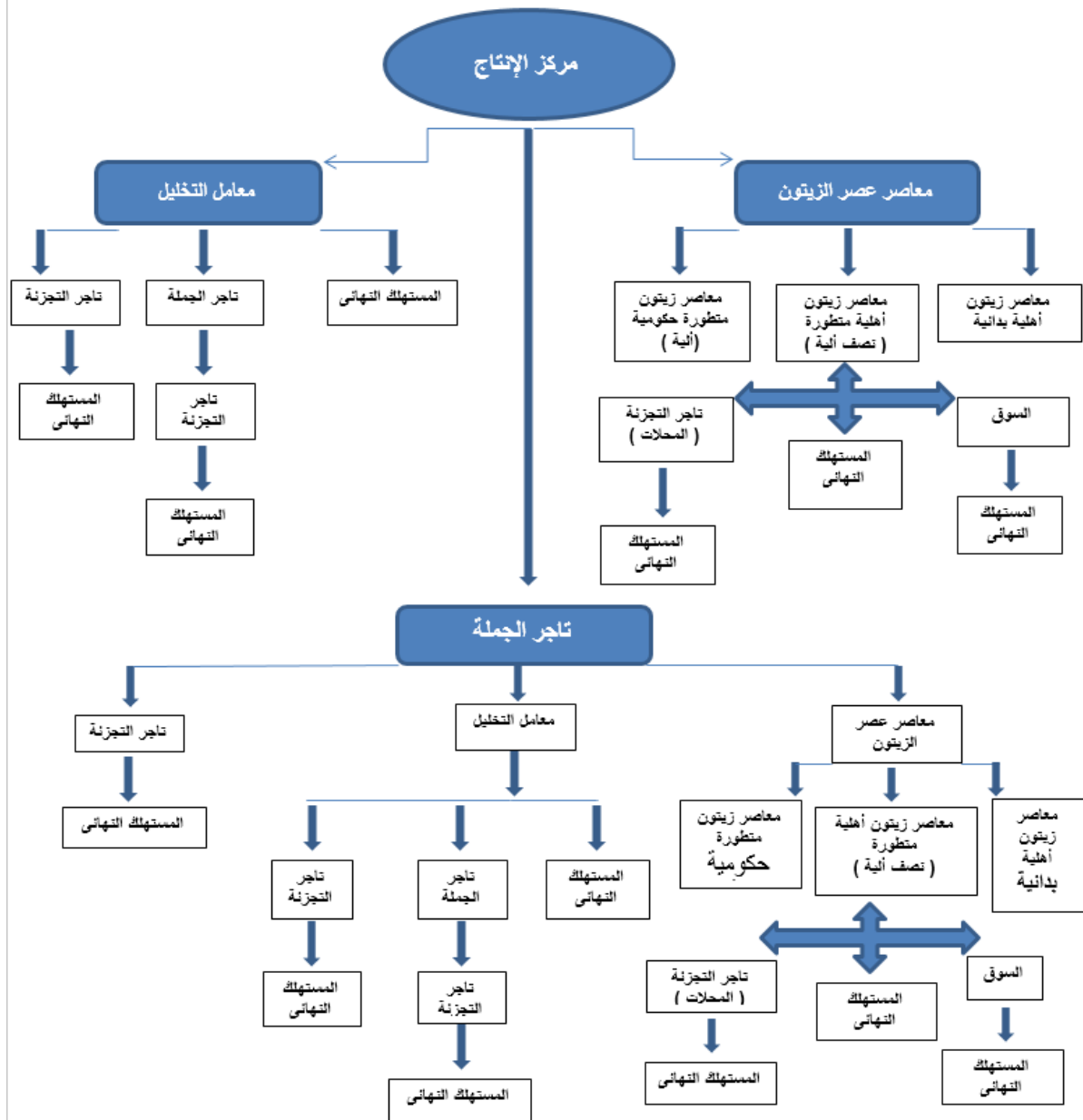
خامسا : المسلك التسويقي للزيتون :

يتضح من الشكل رقم (2) الذى يوضح المسلك التسويقي للزيتون ، أن الزيتون من بداية خروجه من الأرض له ثلاث منافذ للتسويق وهما كما يلي :

المسلك الأول هو الإتجاه إلى معاصر الزيتون ، ومعاصر الزيتون أما معاصر زيتون أهلية بدائية أو معاصر زيتون أهلية متطورة (نصف آلية) أو معاصر زيتون متطورة حكومية (الآلية) ، ومنهم يتجه إلى السوق حتى يصل إلى المستهلك النهائى أما أن يصل للمستهلك النهائى من المعصرة مباشرة أو يتجه إلى تاجر التجزئة عن طريق المحلات ومنه إلى المستهلك النهائى.

أما المسلك الثاني وهو الإتجاه إلى معامل التخليل ويتجهه الناتج منها إلى المستهلك النهائي أما أن يصل إلى تاجر الجملة ومنه يتجهه إلى تاجر التجزئة ثم إلى المستهلك النهائي وأما أن يصل مباشرة إلى تاجر التجزئة ثم إلى المستهلك النهائي .

شكل رقم (2) : المسلك التسويقي لمحصول الزيتون بمركز سيوة بمحافظة مطروح .



المصدر : من بيانات الأستبيان لمزارعي ومنتجي الزيتون بسيوة .

والمسلك الثالث هو الإتجاه إلى تاجر الجملة ومنه يتجهه إلى معاصر الزيتون ، ومعاصر الزيتون أما معاصر زيتون أهلية بدائية أو معاصر زيتون أهلية متطورة (نصف ألية) أو معاصر زيتون متطورة حكومية (ألية) ، ومنهم يتجه إلى السوق حتى يصل إلى المستهلك النهائي أما أن يصل للمستهلك النهائي من المعصرة مباشرة أو يتجهه إلى تاجر التجزئة عن طريق المحلات ومنه إلى المستهلك النهائي .

أو يتجهه إلى معامل التخليل ويتجهه الناتج منها إلى المستهلك النهائي أما أن يصل إلى تاجر الجملة ومنه يتجهه إلى تاجر التجزئة ثم إلى المستهلك النهائي وأما أن يصل مباشرة إلى تاجر التجزئة ثم إلى المستهلك النهائي .

أو يتجهه إلى تاجر التجزئة ومنه يصل مباشرة إلى تاجر الجملة .
ونواجهه هنا مشكلة خطيرة جدا وهي ظلم المزارع نفسه الذي قام بزراعة المحصول والعناية به فهو الذى واجهه كثير من الصعاب والمشاكل حتى يخرج هذا الناتج ويتحول منه إلى المستهلك النهائي وهنا يحصل المزارع على أقل عائد ممكن فى ظل وجود هذه السلسلة التسويقية ، فلو أنشأت جمعيات متخصصة لإنتاج وتسويق محصول الزيتون تهتم بالعناية بالمحصول وتقوم بتدريب المزارعين واسرهم فى كيفية العناية بالمحصول للحصول على أعلى إنتاجيه ممكنه وتوفر لهم النواحي الإرشادية وتقوم بأهم جزء فى السلسلة التسويقية وهو توصيل المحصول أما إلى معاصر الزيتون نفسها أو إلى معامل التخليل أو لتاجر الجملة وبهذه الطريقة تضمن تلك الجمعيات المحافظة على المحصول والعناية به والمحافظة على المزارع وضمان حصوله على أعلى سعر ممكن عن طريق التعاقد على بيع المحصول مع تلك الجهات.
أيضا الجمعيات التعاونية هذه ستحافظ على المنتج والمزارع من دخول مستثمرين أجانب لزراعة الزيتون ، وسوف تقوم بالتعاقدات الخارجية على تصدير الزيتون دون أرهاق المزارع نفسه .

سادسا : مشاكل إنتاج وتسويق الزيتون بواحة سيوة :

- 1- الغالبية العظمى من مزارع الزيتون بواحة سيوة صغيرة ومتوسطة .
- 2- غالبية أفراد الأسرة (رجال - مرأة - أطفال) يعملون فى مزارع الزيتون ويقومون بجميع العمليات الزراعية .
- 3- معظم أنواع الزيتون المزروعة فى واحة سيوة هى أصناف للتخليل .
- 4- ارتفاع تكلفة الأيدى العاملة المستخدمة فى جمع الزيتون لأنها تحتاج إلى عمالة مدربة وماهرة.
- 5- تتميز سيوة بشدة ارتفاع منسوب المياه الجوفية مما يؤثر على انخفاض معدلات الإنتاجية.
- 6- عم توافر الخبرة اللازمة لدى مزارعى الزيتون عن مواعيد الإنتاج ومعدلات المياه اللازمة فى مراحل الإنتاج المختلفة مما يوضح ذلك أهمية الدور الإرشادى فى التنوعى بالعمليات الزراعية .
- 7- عدم التدريب الكافى والخبرة لدى المزارعين مما يؤدى إلى عدم التقليم الذى يؤدى بدوره إلى ارتفاع أشجار الزيتون والتأخير فى الإنتاج .
- 8- وجود صعوبة فى عمليات مقاومة الآفات التى تصيب المحصول.
- 9- ضعف الخدمات التسويقية وسيطرة الوسطاء على الإنتاج .
- 10- بعد واحة سيوة عن الأسواق الرئيسية يعتبر عائقا كبيرا فى عملية التسويق .
- 11- انخفاض أسعار الزيتون .
- 12- ضعف الصادرات المصرية من زيت الزيتون .
- 13- عدم وجود دور تسويقى للجمعيات التعاونية الزراعية بواحة سيوة .
- 14- انخفاض الإستثمارات فى مجال تصنيع الزيتون .
- 15- عدم وجود ترابط بين منتجين الزيتون وأصحاب المصانع .
- 16- التغيرات المناخية التى تؤثر بالسلب على مستوى الإنتاجية وانخفاضه.

سابعا : مصفوفة التحليل الرباعى (1) :

يعتبر أسلوب SWOT من الأدوات المفيدة فى المواقف المعقدة والتي تتسم بها طبيعة القرارات الاستراتيجية. وتهتم منظمات الأعمال بتحليل وتقييم كافة العوامل الداخلية، وذلك بغرض رئيسي يتمثل في بيان نقاط القوة والضعف التي يتسم بها كل عامل من العوامل الداخلية ، مع الاستعانة بنتائج تحليل العوامل الخارجية على اتخاذ قراراتها الاستراتيجية، واختيار البدائل المناسبة لها .

ويعد الهدف الرئيسي من تحليل سوات (3) swot اتخاذ القرارات الاستراتيجية، وتسعى مصفوفة SWOT إلى تقديم القرار الاستراتيجي في ضوء أربعة أبعاد للتوجهات الاستراتيجية، والتي تعتمد على نتائج التحليل البيئي الداخلي والخارجي الموضحة بالشكل التالي :

نقاط الضعف weakness	نقاط القوة Strength	العوامل الداخلية	العوامل الخارجية
		الفرص Opportunities	
		التهديدات Threats	

(1) مصفوفة تقويم العوامل الخارجية (External Factors Analysis Matrix) :

يساعد تحليل سوات SWOT في تحديد عوامل البيئة الخارجية عن طريق تحديد قائمة من الفرص الأكثر أهمية بالإضافة إلى نفس العدد من التهديدات ذات التأثير الأكبر بالمنظمة.

وهذه الطريقة ستساعد في تحديد العوامل الاستراتيجية ذات الأهمية عن دونها من العوامل الأقل أهمية للمنظمة أخذاً في الاعتبار ترتيب الأوزان الترجيحية للعوامل الاستراتيجية، وتحديد ما تمثله البيئة الخارجية من فرص أو تهديدات تجاه منظمات الاعمال.

(2) مصفوفة تقويم العوامل الداخلية (Internal Factors Analysis Matrix) :

يمكن القيام بنفس الخطوات التي تم الإشارة إليها في مصفوفة تقويم العوامل الخارجية فحص وتتبع عناصر البيئة الداخلية المتمثلة في نقاط القوة والضعف لتكوين مصفوفة تقويم العوامل الداخلية Internal Factors Analysis Matrix .

ويجاء تحليل المقياس الثلاثي لـ Likert Scales تبين مايلي :

وأوضح من نتائج تحليل Likert Scales إنها وصلت إلى نحو 87.5% وهذا دليل على ان أسئلة الإستبيان أقرب إلى الواقعية . ويتضح من نتائج الجدول رقم (3) أن جميع أفراد الأسرة من مزارعي الزيتون يعملون في زراعة المحصول والعناية به ، ونحو 85.9% من مزارعي محصول الزيتون يزرعون مساحات

جدول رقم (3) : نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات التي تواجه منتجي الزيتون .

نقاط الضعف Weakness	نقاط القوة Strengths
<ul style="list-style-type: none"> - ارتفاع تكلفة الأيدي العاملة مما يضر بالأرباح النسبية للمحصول الناتج . - ارتفاع منسوب المياه الجوفية مما يضعف من الأنتاجية . - عدم وجود العمالة المدربة التي ليس لها دراية كافية بالعناية بالمحصول . - نقص الدور الإرشادي للعناية والإهتمام بالمحصول . - عدم وجود خبرة كافية لتقليم المحصول . - عدم وجود خبرة كافية لمقاومة الآفات . - رداءة العبوات التي يوضع فيها المنتج سواء زيت زيتون أو تخليل 	<ul style="list-style-type: none"> - إنشاء أتحاد للمنتجين وجمعيات تعاونية لمنافسة المستثمر الخارجي . - توفر العمالة اللازمة للإهتمام بالمحصول ورعايته . - زراعة العديد من أصناف الزيتون الجديدة بسيوة . - المشروعات الصغيرة والمتوسطة تساعد في تطوير وتنمية المناطق الأقل حظاً في النمو والتنمية وتدني مستويات الدخل وارتفاع معدلات البطالة. - المشروعات الصغيرة والمتوسطة عبارة عن بذور أساسية للمشروعات الكبيرة . - توفر المشروعات الصغيرة والمتوسطة مصدر منافسة محتمل وفعلي للمنشآت الكبيرة وتحد من قدرتها على التحكم في الأسعار . - هذه المشروعات توفر بيئة عمل ملائمة حيث يعمل صاحب المشروع والعمال جنباً إلى جنب لمصلحتهم المشتركة. - تعتبر هذه المشروعات من المجالات الخصبة لتطوير الإبداعات والأفكار الجديدة.
نقاط التهديدات Threats	نقاط الفرص Opportunities
<ul style="list-style-type: none"> - أتاحة الفرص للمستثمرين العرب في زراعة محصول الزيتون بسيوة - عدم وجود تنسيق بين المنتجين وأصحاب المصانع . - تحكم الوسطاء وأصحاب المصانع في الأسعار . 	<ul style="list-style-type: none"> - وجود فجوة زيتية بين الإنتاج والإستهلاك مما يشجع المنتجين على العناية بالإنتاج وزيادة المساحات المزروعة . - الإهتمام بتدريب العمالة من بداية الإنتاج والتصنيع . - الإهتمام باستخدام أساليب الإنتاج الحديثة في التصنيع .

- الإهتماما بدور الجمعيات التعاونية في مساندة المزارع في مراحل الإنتاج وعملية تسويق المنتج إلى المصانع للحصول على أعلى عائد للمزارع .	- بعد واحة سيوة عن الأسواق اللازمة لتسويق المحصول .
---	---

المصدر : نتائج تحليل SWOT Analysis لمزارعي ومنتجي الزيتون .

صغيرة ومتوسطة ، نحو 46% من المزارعين يزرعون أنواع للحصول على الزيت . والغالبية العظمى من المزارعين يزرعون الزيتون من أجل صناعة التخليل ، وأن جميع المزارعين يؤكدون على ارتفاع تكلفة الأيدي العاملة مما يجعلهم هم اللذين يقومون بالزراعة والعناية بالمحصول . وأيضاً تحتاج زراعة الحصول لعمالة مدربة ، وارتفاع منسوب المياه الجوفية يؤدي إلى انخفاض الإنتاجية .

أيضاً يتضح جهل الغالبية العظمى من المزارعين بأهمية الدور الإرشادي للإهتمام بالمحصول والعناية به من بداية الإنتاج حتى حصاد المحصول ودخوله في عملية التصنيع ، وهذا الجهل يؤدي بأضرار كبيرة للمحصول وعدم العناية به من حيث التقليم وهي نسبة تصل إلى نحو 47.9% ، ونسبة تصل إلى نحو 43.6% يجدون صعوبة في عملية مقاومة الآفات ، أيضاً الوسطاء يسيطرون على الإنتاج وبعد المسافة يؤثر على انخفاض الأسعار ، ولا يوجد دور ملحوظ للجمعيات التعاونية في عملية الإنتاج والتسويق . ونحو 81.6% من المزارعين يؤكدون أن عملية التغيرات المناخية تؤثر على انخفاض الإنتاجية مما يضعف الأسعار النهائية للمحصول وعدم وجود تنسيق بين المزارعين وأصحاب المصانع يؤدي أيضاً لضعف الأسعار .

أما العاملين في صناعة تخليل الزيتون يعتمدون على المهارات الفردية والخبرة المتوارثة ، لذلك فالأساليب الفنية المستخدمة بدائية للعناية وتعتمد على التخليل في براميل معدن او بلاستيك ، أيضاً لا يوجد تدريب جيد للعاملين على الأسس العلمية الجيدة للتخليل .

إن التصنيع الزراعي مهم جداً في تعظيم القيمة المضافة للمحاصيل الزراعية ، والإرتقاء بالصناعات ذات التكنولوجيا المتوسطة مثل عصر الزيتون وتخليل الزيتون للحصول على إنتاجية عالية .

التوصيات :

- 1- إنشاء جمعيات تعاونية متخصصة لإنتاج وتسويق الزيتون .
 - 2- إنشاء روابط تعاونية على مستوى المعاصر .
 - 3- إنشاء روابط تعاونية على مستوى معامل التخليل .
 - 4- إنشاء مجلس قومي للزيتون بسيوة يضم الأنتاج والتسويق .
- وتقوم الجمعيات التعاونية والروابط التعاونية والمجلس القومي بما يلي :
 - الأهتمام بتوفير مستلزمات الإنتاج للمزارعين .
 - دعم وإرشاد المزارعين في عمليات الإنتاج والعناية بالمحصول ومحاربة الآفات .
 - تحسين الممارسات الزراعية، وتحسين أساليب الزراعة والإهتمام بالعمليات الزراعية ، من حيث إجراءات التقليم والخف بغرض جودة المحصول وبالتالي زيادة الإنتاجية.
 - أنشأ مصنع لتجميع مخلفات العصر وتحويلها لإنتاج أعلاف مركزة .
 - الأهتمام بتسويق المنتج الناتج عن طريق التعاقدات مع التجار و المعاصر ومعامل التخليل والدول الخارجية للتصدير .
 - توفير صندوق تمويلي لمواجهة مشكلات تمويل المشروعات المتوسطة والصغيرة.
 - أنشأ مصنع لإنتاج العبوات اللازمة والجيدة لتعبئة الزيتون .
 - اتحاد المنتجين والمصنعية لمواجهة المستثمر الخارجي .

الملخص :

يستهدف البحث الوقوف على الوضع الحالي للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في واحة سيوة باعتبارها قطاعاً هاماً جداً في محافظة مطروح الذي يؤدي بدوره إلى إحداث عملية التنمية ، كما إنها من أهم القطاعات الواعدة داخل هذه المحافظة.

أيضاً يهدف البحث إلى تحليل البيئة الداخلية والخارجية لتحديد نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات وعلاقة تأثير كل منهم على المشروعات الصغيرة والمتوسطة في واحة سيوة ، وأيضاً تقييم تلك المشروعات.

لذلك أعتمد البحث على مصادر البيانات الثانوية المنشورة وغير المنشورة من مديرية الزراعة - محافظة مطروح . بالإضافة إلى عمل إستبيان لاراء أصحاب المشروعات الزراعية ومجموعة من مزارعي الزيتون ، لتحديد نقاط القوة والضعف لتلك المشروعات . وتم إستخدام التحليل الرباعي (SWOT Analysis) . وتم الإعتماد علي عينة عمدية حيث تم إختيار مركز سيوة بمحافظة مطروح .

ويعتبر محصول الزيتون من المحاصيل الزيتية الهامة جدا التي يجب الإهتمام بها وتنميتها خاصة مع وجود فجوة زيتية على الرغم من زيادة إنتاج وإستهلاك الزيتون عالميا .

بدراسة الأهمية النسبية للمساحة المثمرة والأنتاج لمحصول الزيتون بواحة سيوة ، يتبين أن المساحة المثمرة أرتفعت من نحو 7286 فدان خلال الفترة (2000-2008) إلى نحو 10831.25 فدان خلال الفترة (2009 - 2016) ، أيضا أرتفعت الإنتاج من نحو 20760.11 طن خلال الفترة (2000-2008) إلى نحو 45287.75 طن خلال الفترة (2009 - 2016) .

أيضا أرتفعت الأهمية النسبية للمساحة من نحو 3.94% خلال عام 2000 إلى نحو 11.35% خلال عام 2016 ، أيضا أرتفع الإنتاج من نحو 4.45% خلال الفترة 2000 إلى نحو 14.42% خلال عام 2016 .

يوجد بسبب حوالى أربعة معاصر أهلية بدائية ، وحوالى ثلاثة معاصر أهلية متطورة (نصف آلية) ، وحوالى تسعة معاصر متطورة حكومية (آلية) . أما فيما يتعلق بصناعة عصر الزيتون فهي تتم بثلاثة طرق تختلف فيما بينها وفقا للأسلوب الفنى المستخدم فى الصناعة .

أما صناعة تحليل الزيتون تتم على مستوى فردى بالواحة إعتقادا على المهارات الفردية والخبرة المتوارثة ، لذلك فالأساليب الفنية المستخدمة بدائية للغاية وتعتمد على التحليل فى براميل معدن او بلاستيك ويقوم بها كافة الأفراد المنتجين للزيتون بكافة مناطق سيوة.

ويوضح المسلك التسويقي للزيتون ، أن الزيتون من بداية خروجه من الأرض له ثلاث منافذ للتسويق وهما كما يلي :

المسلك الأول هو الإتجاه إلى معاصر الزيتون ، ومعاصر الزيتون أما معاصر زيتون أهلية بدائية أو معاصر زيتون أهلية متطورة (نصف آلية) أو معاصر زيتون متطورة حكومية (آلية) ، ومنهم يتجه إلى السوق حتى يصل إلى المستهلك النهائى أما أن يصل للمستهلك النهائى من المعصرة مباشرة أو يتجه إلى تاجر التجزئة عن طريق المحلات ومنه إلى المستهلك النهائى.

أما المسلك الثانى وهو الإتجاه إلى معامل التحليل ويتجه الناتج منها إلى المستهلك النهائى أما أن يصل إلى تاجر الجملة ومنه يتجه إلى تاجر التجزئة ثم إلى المستهلك النهائى وأما أن يصل مباشرة إلى تاجر التجزئة ثم إلى المستهلك النهائى .

والمسلك الثالث هو الإتجاه إلى تاجر الجملة ومنه يتجه إلى معاصر الزيتون ، أو يتجه إلى معامل التحليل أو يتجه إلى تاجر التجزئة ومنه يصل مباشرة إلى تاجر الجملة .

ونواجه هنا مشكلة خطيرة جدا وهى ظلم المزارع نفسة الذى قام بزراعة المحصول والعناية به فهو الذى واجهه كثير من الصعاب والمشاكل حتى يخرج هذا الناتج ويتحول منه إلى المستهلك النهائى وهنا يحصل المزارع على أقل عائد ممكن فى ظل وجود هذه السلسلة التسويقية ، فلو أنشأت جمعيات متخصصة لإنتاج وتسويق محصول الزيتون تهتم بالعناية بالمحصول وتقوم بتدريب المزارعين واسرهم فى كيفية العناية بالمحصول للحصول على أعلى إنتاجيه ممكنه وتوفر لهم النواحي الإرشادية وتقوم بأهم جزء فى السلسلة التسويقية وهو توصيل المحصول أما إلى معاصر الزيتون نفسها أو إلى معامل التحليل أو لتاجر الجملة وبهذه الطريقة تضمن تلك الجمعيات المحافظة على المحصول والعناية به والمحافظة على المزارع وضمان حصوله على أعلى سعر ممكن عن طريق التعاقد على بيع المحصول مع تلك الجهات.

أيضا الجمعيات التعاونية هذه ستحافظ على المنتج والمزارع من دخول مستثمرين أجانب لزراعة الزيتون ، وسوف تقوم بالتعاقدات الخارجية على تصدير الزيتون دون أرهاق المزارع نفسه .

وأنتضح من نتائج تحليل Likert Scales إنها وصلت إلى نحو 87.5% وهذا دليل على ان أسئلة الإستبيان أقرب إلى الواقعية . وأن جميع أفراد الأسرة من مزارعى الزيتون يعملون فى زراعة المحصول والعناية به ، ونحو 85.9% من مزارعي محصول الزيتون يزرعون مساحات صغيرة ومتوسطة ، نحو 46% من المزارعين يزرعون أنواع للحصول على الزيت . والغالبية العظمى من المزارعين يزرعون الزيتون من أجل صناعة التحليل ، وأن جميع المزارعين يؤكدون إرتفاع تكلفة الأيدى العاملة يجعلهم هم اللذين يقومون بالزراعة والعناية بالحصول وأيضا تحتاج زراعة الحصول لعمالة مدربة ، وأرتفاع منسوب المياه الجوفية يؤدي إلى إنخفاض الإنتاجية .

أيضا يتضح جهل الغالبية العظمى من المزارعين بأهمية الدور الإرشادى للإهتمام بالمحصول والعناية به من بداية الإنتاج حتى حصاد المحصول ودخوله فى عملية التصنيع ، وهذا الجهل يؤدي بأضرار كبيرة للمحصول وعدم العناية به من حيث التقليم وهى نسبة تصل إلى نحو 47.9% ، ونسبة عليا تصل إلى نحو 43.6% يجدون صعوبة فى عملية مقاومة الآفات ، أيضا الوسطاء يسيطرون على الإنتاج وبعد المسافة يؤثر على إنخفاض الأسعار ، ولايوجد دور ملحوظ للجمعيات التعاونية فى عملية الإنتاج والتسويق . ونحو 81.6% من المزارعين يؤكدون أن عملية التغيرات المناخية تؤثر على إنخفاض الإنتاجية مما يضعف الأسعار النهائية للمحصول وعدم وجود تنسيق بين المزارعين وأصحاب المصانع يؤدي أيضا لضعف الأسعار .

أما العاملين فى صناعة تحليل الزيتون يعتمدون على المهارات الفردية والخبرة المتوارثة ، لذلك فالأساليب الفنية المستخدمة بدائية للغاية وتعتمد على التحليل فى براميل معدن او بلاستيك ، أيضا لا يوجد تدريب جيد للعاملين على الأسس العلمية الجيدة للتحليل .

لذلك يجب الإهتمام بدور الجمعيات التعاونية في دعم وإرشاد المزارع في عمليات الإنتاج والعناية بالمحصول والمساعدة في التسويق لضمان حصول المزارع على أقصى ربح ممكن ، إنشاء مصانع لانتاج العبوات اللازمة والجيدة لتعبئة الزيتون ، إنشاء مصنع لإنتاج الأعلاف المركزة باستخدام مخلفات عصر الزيتون .

المراجع :

- 1- اشرف عبد الرحمن الشيمي (دكتور) ، الإدارة الاستراتيجية، مطبعة علاء الدين، فبراير، 2011.
- 2- النوتة المعلوماتية ، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ، محافظة مطروح ، 2017 .
- 3- ثابت عبد الرحمن إدريس (دكتور) ، جمال الدين محمد المرسي (دكتور) ، "الإدارة الاستراتيجية (مفاهيم ونماذج تطبيقية)"، الدار الجامعية، الإسكندرية ، 2006 .
- 4- مركز البحوث الزراعية ، معهد بحوث الإقتصاد الزراعي ، الوضع الراهن لزيتوت الطعام في مصر وكيفية التغلب على الفجوة الزاهنة في الزيتون ، دراسة غير منشورة 2013 .
- 5- معادلة روبيرت ماسون لتحديد حجم العينة .
- 6- هانى سعيد عبدالرحمن الشثلة (دكتور) وآخرون ، أفاق التنمية البشرية والإقتصادية في واحة سيوة ، تقرير غير منشور ، قسم الدراسات الإقتصادية والإجتماعية ، مركز بحوث الصحراء ، 2015 .

SWOT Analysis for agricultural projects Small and Medium in Siwa Oasis

Dr. Mervat Abo Elyazed Soliman Ashour

Researcher Desert Research Center

Correspondence author: d_agree@yahoo.com

SUMMARY

The objective of the research is to identify the current situation of small and medium enterprises in Siwa Oasis as a very important sector in Matrouh governorate, which leads in turn to the development process, and is one of the most promising sectors within this governorate.

The research also aims at analyzing the internal and external environment to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats and the relationship of their impact on the small and medium project in Siwa Oasis.

Therefore, the research relied on secondary and unpublished data sources from the Directorate of Agriculture - Matruh Governorate. In addition to a questionnaire of the views of the owners of agricultural projects and a group of olive farmers, to determine the strengths and weaknesses of those projects. SWOT analysis was used. And was based on a sample sample, where the district was selected Siwa Matruh province.

The olive crop is one of the most important oil crops to be considered and developed especially with an oil gap despite the increase in olive production and consumption worldwide.

The study showed that the productive area increased from about 7286 feddans during the period 2000-2008 to about 10831.25 feddans during the period (2009-2016). Production also increased from about 20760.11 tons during the period 2000 - 2008) to about 45287.75 tons during the period (2009 - 2016).

The relative importance of the area increased from about 3.94% in 2000 to about 11.35% during 2016. Production also increased from about 4.45% during the period 2000 to about 14.42% during 2016.

There are about four primitive preachers, about three advanced modern contemporary (semi-modern), and about nine state-of-the-art modern institutes. As for the olive industry, it is done in three different ways according to the technical method used in the industry.

The olive pickling industry is carried out on a single level in the oasis based on individual skills and inherited experience. Therefore, the techniques used are very primitive and depend on pickling in metal or plastic drums and are carried out by all olive producers in all Siwa areas.

The olive marketing route shows that the olive from the beginning of the Khorja of the earth has three outlets for marketing, as follows:

The first course is the direction to the olive presses, the olive presses, the modern olive presses, the modern olive presses (semi-automatic), or the state-of-the-art olive presses, and the ones that go to the market to reach the final consumer or to reach the final consumer directly from the wine press Or direct it to the retailer through shops and from it to the final consumer.

The second route is the direction of the pickling coefficient and the output is directed to the final consumer either to reach the wholesaler and from it to the retailer and then to the final consumer or to go directly to the retailer and then to the final consumer.

The third route is the direction to the wholesaler, and from there he goes to the olive presses. He directs him to the pickling plant or directs him to the retailer and from there he goes directly to the wholesaler.

And we face here a very serious problem is the injustice of the same farmer who cultivated the crop and take care of it is faced with many difficulties and problems until this output and turn it to the final consumer and here the farmer gets the least return possible in the presence of this chain of marketing. And the marketing of the olive crop is concerned with crop care and trains the farmers and their families in how to take care of the crop to obtain the highest possible productivity and provide them with guidance and the most important part of the marketing chain and the delivery of the crop either to the olive presses themselves or to the laboratory or pickling T wholesale this way ensure that these associations maintain the yield and take care of it and maintain the farm and ensure that he receives the highest possible price by contracting to sell the crop with those bodies.

According to the results of the Likert Scales analysis, it reached 87.5%, indicating that the questionnaire questions are closer to realism. And that all members of the family of olive farmers are engaged in crop cultivation and care, and about 85.9% of olive growers cultivate small and medium areas, about 46% of farmers grow the types of oil. The vast majority of farmers cultivate olives for the pickling industry, and all farmers emphasize the high cost of labor, making them farmers and caring for access, and also need to cultivate access to trained workers, and the rise in groundwater level leads to low productivity.

The ignorance of the vast majority of farmers is also evident in the importance of the guiding role of caring for the crop and taking care of it from the beginning of production until the harvest of the crop and entering the manufacturing process. This ignorance leads to great damage to the crop and lack of care in terms of pruning, which is about 47.9% 43.6% find it difficult to resist the pests, the mediators also control the

production and the distance affects the decline in prices, and there is no significant role for cooperatives in the production and marketing. About 81.6% of the farmers confirm that the process of climate change affects the productivity decline, which weakens the final prices of the crop and the lack of coordination between farmers and factory owners also leads to weak prices.

The workers in the olive pickling industry rely on individual skills and inherited experience, so the techniques used are very primitive and depend on pickling in metal drums or plastic. There is also no good training for workers on the good scientific grounds of pickling.

Therefore, the role of cooperative societies in supporting and guiding farmers in production operations, crop care and marketing assistance should be taken care of in order to ensure farmers get the maximum possible profit. Establish factories to produce the necessary and good containers for packing olives.