



كلية الزراعة

قسم الاقتصاد الزراعي



جامعة الفيوم

البحث الأول (مشترك ومستخرج من رسالة ماجستير)

دراسة اقتصادية لإنتاج وتسويق الألبان بمحافظة الفيوم

أ. د عبد العظيم محمد مصطفى / د/ محمد أحمد سعيد محمود عبد السلام أحمد

قسم الاقتصاد الزراعي- كلية الزراعة-جامعة الفيوم

مجلة الفيوم للبحوث والتنمية الزراعية، كلية الزراعة ، جامعة الفيوم، المجلد ٢٥، العدد الثاني، يوليو ٢٠٠٩.

ترجع الأهمية الاقتصادية للألبان إلي أنها من أهم مكونات الإنتاج الحيواني حيث تقدر قيمة الإنتاج المحلي من الألبان بنحو ٨.٠٦ مليار جنيه تمثل حوالي ٢٣.٥% من قيمة الإنتاج الحيواني وذلك كمتوسط للفترة (٢٠٠٠-٢٠٠٦).. وتهدف الدراسة إلي دراسة الكفاءة الإنتاجية للألبان في الحيازات المختلفة بمحافظة الفيوم، دراسة المسارات التسويقية والكفاءة التسويقية للألبان بمحافظة الفيوم، التعرف علي أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه منتجي الألبان بمحافظة الفيوم وأهم الحلول لها.

واعتمدت الدراسة على البيانات الميدانية ، حيث تم اختيار عينة عشوائية طبقية مكونة من ٢٠٠ مفردة من مزارع الألبان بمركزى اطسا وأبشواى بمحافظة الفيوم موزعين على ثلاثة فئات لكلاً من الجاموس والأبقار وهي: الفئة الأولى من (١-٣) رؤوس. والفئة الثانية: من (٤-٦) رؤوس. والفئة الثالثة: ٧ رؤوس فأكثر. وأوضحت نتائج الدراسة أن إنتاج اللبن الجاموسي للرأس للفئات الإنتاجية الثلاث يبلغ ١٨٣٦، ١٨٦٨، ١٩٠٠ كيلو جرام على الترتيب. أما عن التكاليف الكلية للرأس من اللبن الجاموسي فقدرت للفئات الثلاث بنحو ٣٧٨٠، ٣٥٥٠، ٣٣٥٠ جنيهاً على الترتيب. كما إتضح أن إنتاج اللبن البقري للرأس للفئات الإنتاجية الثلاث ١٤٠٠، ١٤٩٠، ١٥٥٠ كيلو جرام على الترتيب أما عن التكاليف الكلية للرأس اللبن البقري فقدرت للفئات الثلاث بنحو ٣١٣٠، ٣٤٦٠، ٣٠٠٠ جنيهاً على الترتيب.

وبدراسة الكفاءة التسويقية للبن الخام الجاموسي والبقري لفئات الثلاث فقد تبين أنها تبلغ ٨٩.١%، ٨٨.٣%، ٨٨.٢% للفئات الثلاثة لبن الخام الجاموسي علي الترتيب، وتبلغ ٩٠.٨%، ٨٩.٣%، ٨٨.٦% للفئات الثلاثة لبن الخام البقري علي الترتيب.

وتناولت الدراسة أهم المشاكل الإنتاجية التي تواجه المنتجين وقد تبين أن هذه المشاكل هي إرتفاع أسعار الأعلاف الجافة والخضراء ونقص الأعلاف وعدم توفرها علي مدار العام، وإصابة الماشية بمرض التهاب الضرع ومرض الجدري، وإرتفاع ثمن الأدوية البيطرية، وذبح الإناث الصغيرة. وبينت الدراسة أن أهم المشاكل التسويقية التي تواجه المنتجين هي عدم وجود مراكز تجميع قريبة من المنتجين، وإحتكار بعض التجار، وعدم وجود أسواق كافية.