



أثر الإدارة على تنافسية معامل إنتاج الألبان وسلوك المستهلك في محافظة الفيوم

رسالة مقدمة من

زينب عطية عبد الحفيظ بحراوى

بكالوريوس العلوم الزراعية (شعبة إدارة الأعمال والمشروعات الزراعية)

كلية الزراعة - جامعة الفيوم (٢٠١٧)

لإستيفاء الدراسات المقررة للحصول على درجة الماجستير

في العلوم الزراعية (اقتصاد زراعى)

قسم الاقتصاد الزراعى

كلية الزراعة

جامعة الفيوم

٢٠٢٢ م



أثر الإدارة على تنافسية معامل إنتاج الألبان وسلوك المستهلك

في محافظة الفيوم

مقدمة من

زينب عطية عبد الحفيظ بحراوى

لإستيفاء الدراسات المقررة للحصول على درجة الماجستير

في العلوم الزراعية (اقتصاد زراعى)

قسم الاقتصاد الزراعى

كلية الزراعة

جامعة الفيوم ٢٠٢٢م

لجنة الإشراف

- أ. د/ شهيناز عيد محمود موسى (المشرف الرئيسى).....
(أستاذ الاقتصاد الزراعى المتفرغ- كلية زراعة - جامعة الفيوم)
أ. د/ محمد أحمد سعيد (رحمه الله)
(أستاذ الاقتصاد الزراعى - كلية زراعة - جامعة الفيوم)
..... أ. د. م/ محمود عبدالسلام أحمد (مشرفاً).....
(أستاذ الاقتصاد الزراعى المساعد - كلية زراعة - جامعة الفيوم)



أثر الإدارة على تنافسية معامل إنتاج الألبان وسلوك المستهلك

في محافظة الفيوم

مقدمة من

زينب عطية عبد الحفيظ بحراوى

لإستيفاء الدراسات المقررة للحصول على درجة الماجستير

في العلوم الزراعية (اقتصاد زراعى)

قسم الاقتصاد الزراعى

كلية الزراعة

جامعة الفيوم ٢٠٢٢م

لجنة الحكم والمناقشة

- أ. د/ السيد محمود السيد حسن الشرقاوى (رئيس اللجنة).....
(أستاذ الاقتصاد الزراعى المتفرغ- كلية زراعة - جامعة الإسكندرية (الشاطبي)
- أ. د/ سيد صالح سيد صلاح.....
(أستاذ الاقتصاد الزراعى المتفرغ- كلية زراعة - جامعة الفيوم)
- أ. د/ شهيناز عيد محمود موسى (المشرف الرئيسى).....
(أستاذ الاقتصاد الزراعى المتفرغ- كلية زراعة - جامعة الفيوم)
- أ. د. م/ محمود عبدالسلام أحمد (مشرفاً).....
(أستاذ الاقتصاد الزراعى المساعد - كلية زراعة - جامعة الفيوم)

المستخلص

يحتل قطاع الألبان في مصر مكانة هامة بالنسبة للإنتاج الحيواني حيث يساهم بنحو ٢٧,٤% من قيمة الإنتاج الحيواني ويعد مجال تصنيع الألبان واحداً من أهم مجالات النشاط الاقتصادي الزراعي واسعة الانتشار. وتعتبر الإدارة القوية والمنظمة هي التي تمكن منشآت من البقاء والإستمرار في النمو وتحقيق القدرة التنافسية لأنها وسيلة فعالة لضمان الكفاءة الاقتصادية وتعزيز النمو الاقتصادي للمؤسسات الصغرى. وذلك بدراسة وفهم سلوك المستهلك جوهر عملية التسويق ونجاح أي مؤسسة، لأن المستهلك الطرف الرئيسي الفعال والمتحكم في نجاح أو فشل أي مؤسسة. وتستهدف الدراسة بصفة أساسية تحليل أهم المتغيرات ذات العلاقة بأثر الإدارة على تنافسية معامل إنتاج الألبان وسلوك المستهلك في محافظة الفيوم. وتتضمن الدراسة خمسة أبواب رئيسية بالإضافة إلى المقدمة، والمشكلة، وأهداف الدراسة، والطريقة البحثية، ومصادر جمع البيانات، بالإضافة إلى ملخص باللغة العربية واللغة الأجنبية.

واعتمدت الدراسة على أساليب التحليل الاقتصادي والإحصائي الوصفي والكمي مثل استخدام أسلوب الإنحدار البسيط والإنحدار المرحلي المتعدد، وتم تقدير دوال الإنتاج والتكاليف لمعامل إنتاج الجبن الأبيض، كما تم تقدير الدوال الإستهلاكية والإنفاقية باستخدام الصورة اللوغاريتمية، وتقدير مرونة الإنفاق للألبان ومنتجاتها. وتم استخدام نموذج الإنحدار اللوجستي ثنائي الحدين لتحليل سلوك المستهلك، وتم استخدام تحليل الارتباط القانوني، واستخدام تحليل النمذجة الخطية لتحليل أثر الإدارة على تنافسية معامل إنتاج الجبن الأبيض.

أوضحت النتائج أن أكثر العوامل تأثيراً على كمية الجبن الأبيض هي كمية اللبن وعدد العمال. وبلغ الحجم المدنى للتكاليف بنحو ٢٢,٦ طن، والحجم المعظم للربح بنحو ١٥٢,١٣ طن.

أوضحت النتائج أهم العوامل المحددة للطلب على اللبن والزبادى بريف وحضر الفيوم وهي متغيرات الدخل الشهري للأفراد(س٢)، وعدد أفراد الأسرة(س١)، وسعر الكجم من اللبن(س٣)، بينما أهم العوامل المحددة للطلب على الجبن الأبيض هي متغيرات الدخل الشهري للأفراد(س٢)، وعدد أفراد الأسرة(س١).

وتوصلت الدراسة لوجود علاقة قوية بين متغيرات الإدارة ومتغيرات التنافسية، وذلك لان دالة الارتباط القانوني عملت على تعظيم الارتباط بين المجموعتين. وتبين وجود (ارتباط خطى بسيط وعلاقة خطية) بين المتغيرات المستقلة (الإدارة) (النمط الإداري، سنوات الخبرة) مع ما يقابلها في المتغيرات المستقلة القانونية، وعليه فإن متغيرات (النمط الإداري، وسنوات الخبرة) من خلالها يمكن وصف العلاقة في متغيرات الإدارة. كما تبين وجود ارتباط خطى بسيط وعلاقة خطية بين المتغيرات التابعة (التنافسية) (الربحية، الحصة من السوق) مع ما يقابلها في المتغيرات التابعة القانونية، وعليه فإن متغيرات (الربحية، الحصة من السوق) هي التي يمكن الاعتماد عليها في وصف العلاقة في متغيرات التنافسية.

وتبين أن لمتغيرات الإدارة أثر ذو دلالة إحصائية على مؤشرات التنافسية للمعامل. وتبين أن إنتاجية العوامل الكلية أكثر مؤشرات التنافسية تأثراً بالإدارة بحوالي ٥٣,٧%. والنمط الإداري أكثر متغيرات الإدارة أهمية لمؤشرات (الربحية وتكلفة الصنع والحصة من السوق)، والمقابل المادي للإدارة أكثر أهمية لإنتاجية العوامل الكلية فقط، وسنوات الخبرة أقل متغيرات الإدارة أهمية لمؤشرات التنافسية. وتبين أن النمط الإداري أكثر متغيرات الإدارة تأثيراً على الحصة من السوق، ونمط الشراكة على ربحية المعامل، والنمط الفردي على تكلفة الصنع للمعامل، والمقابل المادي على إنتاجية العوامل الكلية، وسنوات الخبرة أقل متغيرات الإدارة تأثيراً على مؤشرات التنافسية لمعامل إنتاج الجبن الأبيض. وتبين أن علاقة النمط الإداري مع مؤشرات (الربحية والتكلفة والحصة من السوق) طردية، وسنوات الخبرة طردية مع (لتكلفة والحصة من السوق)، وعكسية مع (الربحية والإنتاجية الكلية)، والعلاقة طردية بين المقابل المادي و(الربحية وإنتاجية العوامل الكلية)، وطردية بين المسئول عن الإدارة و(الربحية وإنتاجية العوامل الكلية)، والقيادة الإدارية طردية مع (الربحية وإنتاجية العوامل الكلية)، وعكسية مع(التكلفة).

وتبين من تحليل سلوك المستهلك تجاه الألبان ومنتجاتها في الحضر أن شكل السلوك وطبيعة السلوك، عدد السلوك يؤثران في نوع المستهلك بينما حداثة السلوك والنمط الاستهلاكي لا يؤثران على نوع المستهلك. **بينما في الريف** تبين أن كلاً من (شكل السلوك وطبيعة السلوك وحداثة السلوك وعدد السلوك والنمط الاستهلاكي) لا يؤثران على نوع المستهلك.

الكلمات المفتاحية

القدرة التنافسية - أنماط الإدارة - القيادة الإدارية - سلوك المستهلك - الإستهلاك - معامل الألبان - صناعة الألبان ومنتجاتها. - الجبن الأبيض - كفاءة تصنيع للجبن الأبيض - دوال الإنتاج والتكاليف للألبان.