

## COOPRATIONAL LEADER AND FARMERS KNOWLEDGE OF COTTON AND RISE CROPS MARKETING PRACTICES IN SIDI SALEM AND HAMOUL DISTRICTS, KAHER ELSHIK GOVERNORATES

Sharshar, H. A. and Yosef, E. A.

Agricultural Extension and Rural Research Institute

مستوى معارف القادة التعاونيين والزراع بالتقنيات التسويقية لمحصولي القطن والأرز بمرکزى كفر الشيخ وسيدى سالم بمحافظة كفر الشيخ

حسن على حسن شرشر، عصام عبد الحميد محمد يوسف

معهد بحوث الإرشاد الزراعى والتنمية الريفية

### الملخص

استهدف هذا البحث بصفة رئيسية دراسة مستوى معارف القادة التعاونيين والزراع بالتقنيات الخاصة بتسويق محصولي القطن والأرز بمرکزى كفر الشيخ وسيدى سالم بمحافظة كفر الشيخ ، وكذا دراسة العلاقات الارتباطية والإحصائية بين المتغيرات المستقلة موضوع الدراسة ومستوى معارف المبحوثين بتلك الممارسات ، إضافة الى التعرف على الأهمية النسبية لكل من مصادر المعلومات وطرق الإتصال الإرشادي للقادة والزراع المبحوثين فى هذا المجال ، وتحديد المشكلات التى تواجه المبحوثين عند تسويق محصولي القطن والأرز .

وقد تم الحصول على بيانات هذا البحث عن طريق استمارة الإستبيان بالمقابلة الشخصية لجموع المبحوثين حيث تم استيفاء ١٦٦ استمارة منهم ٦٠ استمارة تم إستيفائها من القادة التعاونيين ، و١٠٦ استمارة تم اسيفائهم من زراع القطن والأرز بالقرى المختارة بمنطقة البحث ، كما تم تحليل البيانات وعرض النتائج باستخدام الجداول التكرارية والنسب المئوية والمتوسط الحسابى والإتحراف المعيارى ، ومعامل الارتباط البسيط ، ومعامل الإتحاد الجزئى ، والدرجة المتوسطة المرجحة بواختبارى ف ، ت ، كما تم استخدام النموذج المختزل لتحديد اكثر المتغيرات تأثيرا على معارف المبحوثين بتقنيات تسويق محصولي القطن والأرز

وقد تمثلت ابرز النتائج فيما يلى :

- ان غالبية المبحوثين من القادة والزراع ذوى مستوى معرفى متوسط بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول القطن حيث بلغت نسبة القادة فى فئة المعرفة المتوسطة ٦١,٧ % ، فى حين بلغت تلك النسبة ٦٠,٤ % للزراع المبحوثين .

- غالبية القادة والزراع ذوى مستوى معرفى متوسط بتقنيات تسويق محصول الأرز ، حيث بلغت نسبة معرفة القادة فى فئة المعرفة المتوسطة ٦٥ % ، بينما بلغت نسبة الزراع فى تلك الفئة ٥٨,٨ % .

- وجود علاقة ارتباطية بين مستوى معارف القادة بتقنيات تسويق محصول القطن وكل من : التعرض للطرق الإرشادية ، وحجم الأسرة ن ومقدرة المبحوث على توقع اسعار القطن ، ومدى توفر الخدمات التسويقية .

- وجود علاقة ارتباطية بين مستوى معارف الزراع بتقنيات تسويق محصول القطن وكل من : المساحة المنزرعة ب محصول القطن ، والتعرض للطرق الإرشادية ، ومدى سهولة التسويق ، والمستوى التعليمى للمبحوث ، والمعرفة باضرار الإسراف فى استخدام المبيدات .

- وجود علاقة بين مستوى معارف القادة بتقنيات تسويق محصول الأرز وكل من : التعرض للطرق الإرشادية ، ومدى سهولة التسويق .

- وجود علاقة بين مستوى معارف الزراع بتقنيات تسويق محصول الأرز وكل من : التعرض للطرق الإرشادية ، ومدى توفر مياة الرى ، ومدى سهولة التسويق ، وعمر المبحوث .

- وقد اوضحت النتائج ان مدير الجمعية الزراعية ، والمرشد الزراعى ، وكبار الزراع بالقرية ، والتلفزيون جاءوا فى ترتيب متقدم كمصدر لمعلومات القادة والزراع فى مجال تسويق محصولي القطن والأرز .

وقد اظهرت النتائج وجود بعض المشكلات التي تواجه المبحوثين في تسويق محصول القطن والأرز وكانت أبرز هذه المشكلات : ارتفاع اسعار مستلزمات الإنتاج ، وعدم الإعلان عن الأسعار قبل موسم الزراعة ، قلة عدد المنافذ التسويقية المتنافسة

### المقدمة والمشكلة البحثية

تسعى التنمية إلى تحقيق التقدم الروحي والأخلاقي والمادي للبشر جميعا ، ومن هنا كان الاهتمام بتنمية الإنسان ، وذلك لأنة غاية التنمية ووسيلتها ، ولاشك أن تزويد الإنسان بالمعارف والمعلومات المستحدثة يعتبر أولى مراحل تنميته ، حيث أن قيمة الإنسان تتحدد بما يعرفه وهذا ما يؤكد البيلاوي (١٩٩٧ ، ص: ٢٧٠) ، والذي يرى أن الاهتمام والتركيز على أهمية المعلومات كهدف للمجتمع سوف يؤدي إلى خلق قسم جديدة تضع القيم الذهنية والفنية في مرتبة عليا من إستماعات الإنسان .

وتعد المعلومات مهمة عند اتخاذ القرار المزرعي ، خاصة ما يتعلق منها بإنتاج المحصول وتسويقه ، وذلك لأن نقص المعلومات التسويقية قد أدى إلى جعل عملية التسويق تستحوذ على اهتمامات المشتغلين بالزراعة في الأونة الأخيرة ، ( قشطه ، ٢٠٠١ ، ص ٢ ) وهذا نتيجة لقيام الدولة بتطبيق سياسات وبرامج الإصلاح الاقتصادي في القطاع الزراعي منذ منتصف الثمانينات ، بهدف تصحيح الإختلالات في هذا القطاع ، ورفع نمو الإنتاج الزراعي من خلال الأخذ بنظام السوق الحر ، وإفساح المجال لآليات ذلك السوق لتمارس تأثيرها في إصلاح ما قد يوجد في السوق من إختلالات ، مع الأخذ بنظام التركيب المحصولي التأثيري ، وبغاء القيود على القطاع الخاص في تصدير واستيراد وتسويق الحاصلات الزراعية ومستلزمات الإنتاج ، ( الرسول ، وعون ، ١٩٩٨ ، ص ٥١ ) .

وعلى الرغم من إيجابيات هذه السياسات الإصلاحية المتمثلة في زيادة الطاقات الإنتاجية للعديد من الحاصلات الزراعية ، إلا أن هناك عدة آثار سلبية ارتبطت بتطبيق هذه السياسات مثل تدهور أسعار بعض الحاصلات الزراعية ، وخاصة في حالة زيادة المعروض منها قياسا بالقدرة المتاحة لتصريف تلك المنتجات سواء في الأسواق الداخلية أو بالتصدير ( عفت احمد ، ٢٠٠١ ، ص ص ٢-٣ ) ، وللتغلب على هذه الآثار السلبية فإنه لامناس من وجود نظام تسويقي جيد للحاصلات الزراعية ، وهذا ما يؤيده شاكر ، ( ٢٠٠١ ، ص ٥ ) والذي يرى أن استمرارية النجاح الذي تحقق بفعل جهود التنمية الزراعية ، والذي أثمر عن تحقيقه زيادة ملموسة في إنتاجية المحاصيل الزراعية يستلزم الاهتمام بالنواحي التسويقية بقدر مماثل للاهتمام بالنواحي الإنتاجية ، وذلك لأن كفاءة الإنتاج لا تتحقق إلا بوجود نظام تسويق يتسم بالفاعلية ، وبذلك يكون التسويق الزراعي مكملا للعملية الإنتاجية الزراعية ، ويذكر الخولي ، ( ١٩٧٩ ، ص ٩ ) نقلا عن Brunner & Kolb أن الزراعة الناجحة تعتمد على ثلاثة عناصر أساسية هي العنصر التكنولوجي المتمثل في النواحي الفنية ، والعنصر الاقتصادي الخاص بالكفاءة التسويقية للمحاصيل الزراعية ، وأخيرا العنصر الاجتماعي المتمثل في تحقيق مستوى معيشة أفضل للزراع .

والإرشاد الزراعي باعتبارة أحد أساليب أو مناهج تنمية المجتمع بل هو أنشطها على الإطلاق لأحداث التنمية ، ( عبد الغفار ، ١٩٧٥ ، ص ٢٧ ) ، لا يقتصر دورة على زيادة الإنتاج الزراعي فحسب ، وإنما يسعى إلى رفع الكفاءة الإنتاجية الزراعية على أسس اقتصادية ، وتطبيق أفضل طرق الإدارة ، المزرعية والتسويقية بما يترتب عليه زيادة العائد الاقتصادي من هذه العملية ، ( العادلي ، ١٩٧٢ ، ص ٢١ ) ، وحيث ان كل ما يتعلق بالزراعة إعدادا وإنتاجا وتسويقا من بين مجالات العمل الإرشادي ، ( الشاذلي ، ١٩٩٨ ، ص ٢٤ ) وأن التسويق الزراعي من بين مجالات العمل الإرشادي الحيوية التي يجب الاهتمام بها في الوقت الحالي ، ( العادلي ، ١٩٩٥ ، ص ٤ ) . فإن الإرشاد الزراعي يمكنه القيام بالعديد من الأدوار الهامة في مجال التسويق الزراعي والتي منها : وضع نظام استرشادي متكامل لتوزيع السلع والخدمات ، وتسعيها بالتنسيق مع الأجهزة الأخرى العاملة في هذا المجال ، وتوعية المزارع بأهمية العناية بجودة المنتج ، وتعليم الزراع كيفية اتخاذ القرارات التسويقية للتغلب على المخاطر التسويقية ، ( سلام ، ١٩٩٥ ، ص ١٢٥ ) . وذلك لمقابلة الحاجات الملحة في هذا المجال والذي تفرضه السياسات الاقتصادية المطبقة في القطاع الزراعي ، حيث يرى ( Boyle, Pilo, 1985 ) أن مقابلة حاجات الزراع تعتبر من أهم مقومات نجاح البرامج في تحقيق أهدافها التعليمية .

ولأهمية محصولي القطن والأرز في المقتصد الزراعي المصري ، حيث يعتبر القطن من المحاصيل الإستراتيجية الهامة والتي تتمتع بأهمية اقتصادية بالغة نظرا لكونه أحد المصادر الرئيسية للدخل الزراعي المصري من ناحية وأحد المصادر الرئيسية للنقد الأجنبي من ناحية أخرى ولكون الأرز من

المحاصيل الغذائية والتصديرية الهامة ، فقد نالا اهتماما كبيرا من المسؤولين للنهوض بإنتاجيتهما مع محاولة وضع أسلوب تسويقي مناسب لهما ، ونظرا لأن محافظة كفر الشيخ من المحافظات الزراعية التي يتم بها زراعة مساحات كبيرة من هذين المحصولين ، حيث بلغت مساحة القطن بالمحافظة ١١٠٣٥ فدان للموسم الزراعي ٢٠٠٣ ، في حين كانت تلك المساحة ١٢٧٠٤٠ فدان للموسم الزراعي ٢٠٠٢ ، وقد كانت تلك المساحة ١٢٧١٤٤ فدان في عام ٢٠٠١ ، ( مديرية الزراعة بكفر الشيخ ، بيانات غير منشورة ) ، وهذا يشير الى تناقص مساحة القطن عام بعد آخر ، كما بلغت مساحة الأرز بالمحافظة ٢٦٩٣٤٦ فدان ، للموسم الزراعي ٢٠٠٣ ، في حين كانت تلك المساحة ٢٨٠١٤٥ فدان للموسم الزراعي ٢٠٠٢ ، وقد كانت تلك المساحة ٢٥٥٩٣٩ فدان في عام ٢٠٠١ ، ( مديرية الزراعة بكفر الشيخ ، بيانات غير منشورة ) ، فإنه يتضح أن هناك تذبذبا في المساحة المزروعة بمحصول الأرز من عام لآخر .

وحيث أن التذبذب في مساحة محصول ما بين موسم لآخر يرجع إلى عدم كفاءة الجهاز التسويقي ، الأمر الذي يترتب عليه زيادة العرض الكلي من هذا المحصول عقب الحصاد مباشرة ، مما يكون له أكبر الأثر في انخفاض أسعاره ( الخولي وآخرون ، ١٩٨٥ ، ص ) ، وأن المساحة المزروعة لأى محصول تتأثر بالعديد من العوامل التي منها : سعر السلعة في الموسم السابق ، والمفاضلة بين أسعار المحاصيل المنافسة ، والتقدم التكنولوجي في الزراعة ، ( الحازق ، ١٩٨٧ ، ص : ١٨-٢٠ ) ، وأن بيع المنتجات بسهولة ويسر وبسعر مناسب من بين المتطلبات الرئيسية التي تجعل الزراع يقبلون على تبني إنجازات التكنولوجيا الحديثة ، ( عبد السلام ، ١٩٩٨ ، ص ٣٢١ ) ، ونظرا لأن هناك تباينا في المساحة المزروعة بمحصولي القطن والأرز بمحافظة كفر الشيخ من عام لآخر ، فقد أصبح من الضروري دراسة مستوى معارف القادة التعاونيين والزراع بالتقنيات الخاصة بتسويق هذين المحصولين ، وكذا الأهمية النسبية لمصادر الاتصال التي يتعرضون لها ، بالإضافة إلى تحديد المشكلات التسويقية التي يواجهها الزراع عند تسويقهم لهذين المحصولين .

### الأهداف البحثية

- ١- دراسة مستوى معارف القادة التعاونيين والزراع بالتقنيات الخاصة بتسويق محصولي القطن والأرز .
- ٢- التعرف على الأهمية النسبية لمصادر معلومات القادة والزراع المبحوثين في مجال تسويق محصولي القطن والأرز وطرق الاتصال الإرشادي التعليمية في هذا المجال
- ٣- دراسة العلاقات الإرتباطية والانحدارية بين المتغيرات المستقلة موضوع البحث وبين مستوى معارف القادة التعاونيين والزراع المبحوثين بالتقنيات الخاصة بتسويق محصولي القطن والأرز .
- ٤- تحديد المشكلات التي تواجه الزراع عند تسويق محصولي القطن والأرز من وجهة نظر القادة والزراع المبحوثين .

### الأسلوب البحثي

#### منطقة البحث

نظرا لأن محافظة كفر الشيخ من المحافظات التي يعتمد غالبية السكان بها على الزراعة ، ويزرع بها مساحات كبيرة من محصولي القطن والأرز حيث بلغت مساحة القطن بها ١٢٧٠٤٠ فدان موسم ٢٠٠٢ ، وبلغت مساحة الأرز بها لنفس الموسم ٢٨٠١٤٥ فدانا ، فقد تم اختيار مركزي كفر الشيخ وسيدي سالم عن طريق الاختيار العشوائي كمنطقة بحثية ، كما تم اختيار قريتي مسير وسيدي غازي بمركز كفر الشيخ ، وقريتي لاصيفر والحوالد بمركز سيدي سالم عن طريق الاختيار العشوائي لتجميع البيانات اللازمة لتحقيق أهداف البحث ، وبذلك بلغ عدد القرى التي شملها البحث أربع قرى الشاملة والعينة

نظرا لطبيعة البحث واهدافه فقد ضمت الشاملة فئتين من الزراع شملت الأولى فئة القادة التعاونيين والذين بلغ عددهم ٤٦٢ قائد. اما الفئة الثانية فقد شملت زراع القطن والأرز بالقرى المختارة والذين بلغ عددهم ١٥١٤ مزارعا ، وقد تم اختيار عينة عشوائية من القادة التعاونيين بواقع ١٣% من الشاملة ، وبذلك بلغ عدد القادة المبحوثين ٦٠ مبحوثا ، كما تم اختيار عينة عشوائية من زراع القطن والأرز بالقرى المختارة بواقع ٧% من شاملة كل قرية ، حيث بلغ عدد أفراد تلك العينة ١٠٦ مزارعا ، وبذلك فقد بلغ عدد أفراد العينة التي شملهم البحث ١٦٦ مبحوثا أسلوب جمع البيانات وتحليلها

لقد تم استيفاء البيانات اللازمة لتحقيق أهداف البحث باستخدام استمارة استبيان تم جمع بياناتها من خلال المقابلة الشخصية لأفراد عينة البحث ، وذلك بعد تصميمها وإعدادها بصورة مناسبة لهذا الغرض ،

وكذا إجراء الاختبار المبني *pre-test* لما تضمنته الاستمارة من بيانات للتعرف على نقاط الضعف والنقص مما أتاح الفرصة لتعديلها ووضعها في صورتها النهائية، وقد تضمنت الاستمارة جزأين رئيسيين تضمن الأول مجموعة البيانات المتعلقة بالخصائص المميزة للمبوحين، بينما اشتمل الجزء الثاني على مجموعة البيانات المتعلقة بمعارف المبحوثين بالتقنيات الخاصة بتسويق محصولي القطن والأرز، وكذا المصادر الإتصالية والطرق الإرشادية التي يتعرضون لها بغرض التعرف على تلك التقنيات. وبعد تفرغ البيانات الواردة باستمارة الاستبيان تم تصنيفها وجدولتها، وقد تم استخدام عدة أساليب إحصائية لتحليل البيانات تمثلت في الجداول التكرارية، والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل الارتباط البسيط، ومعامل الانحدار الجزئي، والدرجة المتوسطة المرجحة، واختباري (ف، ت)، كما تم استخدام النموذج المختزل لتحديد أكثر المتغيرات تأثيراً على معارف المبحوثين بالتقنيات الخاصة بتسويق محصولي القطن والأرز

التعاريف الإجرائية لبعض المتغيرات وكيفية قياسها:

- 1- المستوى التعليمي للمبوح: ويقصد به مستوى تعليم المبحوث من حيث كونه أمياً أو يقرأ ويكتب أو حاصل على شهادة ابتدائية أو إعدادية أو مؤهل متوسط أو مؤهل جامعي، وقد تم التعبير عن ذلك بقيمة رقمية
- 2- حجم الأسرة: ويقصد به عدد أفراد أسرة المبحوث الذين يعيشون معه في وحدة سكنية واحدة، وتم التعبير عن ذلك بقيمة رقمية تعبر عن عدد أفراد الأسرة
- 3- قيادة الرأي: ويقصد بها الدرجة القيادية للمبوح بين أقرانه من الزراع بصفة عامة وفي مجال تسويق محصولي القطن والأرز بصفة خاصة، وتم قياس ذلك بسؤال المبحوث عدة أسئلة تعبر عن مدى لجوء الآخرين إليه طلباً للنصح والمشورة، ومدى مساهمته في حل مشكلات الزراع وتوصيلها إلى المسئولين إذا استدعت الضرورة ذلك، وتم التعبير عن ذلك بقيمة رقمية
- 4- التعرض لمصادر المعلومات: ويقصد به مدى تعرض المبحوث للمصادر التي يحصل منها على المعلومات الخاصة بالمستحدثات الزراعية بصفة عامة وما يتعلق منها بتسويق محصولي القطن والأرز بصفة خاصة، وتم التعبير عن ذلك بقيم رقمية تدرجت من قيمة رقمية واحدة إلى ثلاث قيم رقمية وفقاً لدرجة تعرضه لكل مصدر، وتمثلت محصلة القيم الرقمية قيمة رقمية واحدة تعبر عن هذا المتغير.
- 5- التعرض للطرق الإرشادية: ويقصد به مدى تعرض المبحوث للطرق الإرشادية في مجال تسويق محصولي القطن والأرز، وتم التعبير عن ذلك بقيمة رقمية
- 6- المعرفة بأضرار الإسراف في استخدام المبيدات على تسويق محصولي القطن والأرز: ويقصد به مدى معرفة المبحوث بالآثار الضارة على تسويق محصولي القطن والأرز نتيجة للإسراف في استخدام المبيدات والتي منها: انخفاض جودة المحصول، وضعف فرص التصدير للخارج وانخفاض الأسعار.... الخ وتم التعبير عن ذلك بقيمة رقمية.
- 7- مدى توفر مستلزمات الإنتاج لمحصولي القطن والأرز: ويقصد به مدى توفر الأسمدة والمبيدات والتقاوي المنتقاة والآلات الزراعية، والعمالة الزراعية للمحصولين، إضافة إلى توفر الخدمة الإرشادية للزراع، وقد تم التعبير عن ذلك بقيمة رقمية.
- 8- توفر الخدمات التسويقية: ويقصد به مدى توفر السلف النقدية أو القروض الائتمانية ووسائل النقل والعبوات المناسبة،... الخ وقد تم التعبير عن ذلك بقيمة رقمية.
- 9- الممارسات التقنية الخاصة بتسويق محصولي القطن والأرز: ويقصد بها الممارسات المزرعية التي يقوم المزارع بتطبيقها قبل وأثناء الزراعة وأثناء وما بعد الحصاد، مثل عمليات التسميد، وترشيد استخدام المبيدات، ومعاملات ما قبل وما بعد التعبئة لمحصول القطن، وكذا الممارسات الخاصة بزراعة المشتل، وتلك المتعلقة بالزراعة في الأرض المستديمة، إضافة إلى التقنيات الخاصة بمواصفات جودة حبوب الأرز. وقد تم التعبير عن ذلك بقيمة رقمية.

#### الفروض البحثية

- 1- توجد علاقة ارتباطية بين كل متغير من المتغيرات المستقلة المتمثلة في: عمر المبحوث، وإجمالي الحيازة المزرعية، والمساحة المنزرعة بمحصول القطن، والمساحة المنزرعة بمحصول الأرز، والمستوى التعليمي للمبوح، وحجم الأسرة، والدرجة القيادية، والتعرض لمصادر المعلومات، والمعرفة بأضرار الإسراف في استخدام المبيدات الزراعية، والتعرض للطرق الإرشادية، ومدى خصوبة التربة الزراعية، ومدى توفر مياه الري، ومدى توفر مستلزمات الإنتاج الزراعي، ومدى

سهولة التسويق لمحصولي القطن والأرز ، و مقدرة المبحوث على توقع أسعار القطن ، و مقدرة المبحوث على توقع أسعار الأرز ، و مدى توفر الخدمات التسويقية لمحصولي القطن والأرز . وبين معارف المبحوثين بكل من الممارسات التقنية الخاصة بتسويق محصول القطن ، وكذا الممارسات التقنية الخاصة بتسويق محصول الأرز كمتغيرين تابعين .

٢- يسهم كل متغير من المتغيرات المستقلة سالفة الذكر إسهاما معنويا في تفسير التباين في المستوى المعرفي للمبحوثين فيما يتعلق بالممارسات التقنية الخاصة بتسويق محصول القطن ، وتلك الخاصة بتسويق محصول الأرز كمتغيرين تابعين .

وقد تم اختبار هذه الفروض في صورتها الصفرية

### النتائج ومناقشتها

أولا: الخصائص المميزة للمبحوثين :

أوضحت النتائج الواردة بجدول (١) أن غالبية القادة والزراع المبحوثين تبلغ أعمارهم ٤٠ سنة فأكثر ، وأن ٤٨,٣% من القادة حائزين لأكثر من خمسة أفدنه ، في حين وجد أن ٨٧,٧% من الزراع حائزين لأقل من خمسة أفدنه ، وأن ٣٨,٣% من القادة يزرعون ثلاث أفدنه فأكثر من محصول القطن، بينما وجد أن ٩٧,٢% من الزراع يزرعون أقل من ثلاث أفدنه بهذا المحصول ، كما أوضحت النتائج أن ٤٣,٣% من القادة يزرعون ثلاث أفدنه فأكثر بمحصول الأرز ، بينما وجد أن ٨٥,٨% من الزراع يزرعون أقل من ثلاث أفدنه بهذا المحصول ، وقد بينت النتائج أن جميع القادة يقرؤون ويكتبون، بينما وجد أن ٢٩,٢% من الزراع أميين ، وأن ٦١,٧% من القادة حجم أسرهم يبلغ ستة أفراد فأكثر، في حين وجد أن ٧٤,٥% من الزراع يقل حجم أسرهم عن ستة أفراد ، وقد اتسم ٨٠% من القادة بدرجة قيادية عالية مقابل ١٧,٩% من الزراع المبحوثين .

جدول (١): توزيع المبحوثين من القادة التعاونيين والزراع حسب خصائصهم الشخصية موضوع البحث

المتغيرات	القادة		زراع	
	عدد	%	عدد	%
١- عمر المبحوث	٧	١١,٦	٤٢	٣٩,٦
أقل من ٣٠ سنة	٢٩	٤٨,٤	٥٩	٥٥,٧
٤٠-٥٩ سنة	٢٤	٤٠,٠	٥	٤,٧
٦٠ سنة فأكثر	١٦	٢٩,٧	٧٢	٦٧,٩
٢- إجمالي الحيازة المزرعية	١٥	٢٥,٠	٢١	١٩,٨
أقل من ٣ فدان	٢٩	٤٨,٣	١٣	١٢,٣
٣- ٥ فدان	٢٧	٤١,٧	١٠٢	٩٧,٢
أقل من ٣ فدان	١٨	٢٥,٠	٣	٢,٨
٣- ٥ فدان	٥	٨,٣	٠	-
أكثر من ٥ فدان	٣٤	٥٢,٧	٩١	٨٥,٩
٤- المساحة المنزرعة بمحصول الأرز	١٥	٢٥,٠	٨	٧,٥
أقل من ٣ فدان	١١	١٨,٣	٧	٦,٦
أكثر من ٥ فدان	-	-	٧١	٦٩,٢
٥- المستوى التعليمي للمبحوث	٤٨	٨٠,٠	٤٦	٤٣,٤
يقرأ ويكتب	١٢	٢٠,٠	٢٩	٢٧,٤
٦- حجم الأسرة	٢٣	٣٨,٣	٧٩	٧٤,٥
أقل من ٢ أفراد	٢٥	٤١,٧	٢٤	٢٢,٦
٦- ١٠ أفراد	١٢	٢٠,٠	٣	٢,٩
١١ فرد فأكثر	٢	٥,٠	٤٠	٣٧,٧
٧- الدرجة القيادية	٩	١٥,٥	٤٧	٤٤,٤
أقل من ١٠ درجات	٤٨	٨٠,٠	١٩	١٧,٩
١٠- ١٢ درجة	١٦	٢٦,٧	٢٠	١٨,٣
١٣- ١٦ درجة فأكثر	٢٦	٤٣,٣	٥٤	٥٠,٩
٨- التعرض لمصادر المعلومات	١٨	٣٠,٠	٢٢	٢٠,٨
أقل من ٩ درجات	١٢	٢١,٧	٥٢	٤٩,١
٩- ١٦ درجة	٣٥	٥٨,٣	٤٠	٣٧,٧
أقل من درجتان	١٢	٢٠,٠	١٤	١٣,٢
١٠- التعرض للطرق الإرشادية	١٢	٢٠,٠	٥٩	٥٥,٧
أقل من ١٢ درجة	٣٣	٥٥,٠	٤٣	٤٠,٦
١٢- ١٥ درجة	١٥	٢٥,٠	٤	٣,٧
١٦ درجة فأكثر	-	-	٢	١,٩
١١- مدى خصوبة التربة الزراعية	١٠	١٦,٧	٤٤	٤١,٥
درجة واحدة	٥٠	٨٣,٣	٦٠	٥٦,٦
١٢- مدى توفر مياه الري	٤	٦,٧	١	٠,٩
درجة واحدة	١٤	٢٣,٣	٣٢	٣٠,٢
١٣- مدى توفر مستلزمات الإنتاج للزراعى	٤٢	٧٠,٠	٧٣	٦٨,٩
أقل من ٧ درجات	٤٧	٧٨,٣	٨٢	٧٧,٤
٧- ١١ درجة	١١	١٨,٤	٧	٦,٦
١٢ درجة فأكثر	-	-	-	-

كما أوضحت النتائج أن ٣٠% من القادة ذوى تعرض مرتفع لمصادر المعلومات الخاصة بتسويق محصولي القطن والأرز مقابل ٢٠,٨% من الزراع ، وأن ٢٠% من القادة ذوى معرفة مرتفعة بأضرار الإسراف فى استخدام المبيدات على تسويق محصولي القطن والأرز مقابل ١٣,٢% من الزراع ، ونحو ربع القادة المبحوثين ذوى تعرض مرتفع للطرق الإرشادية ، فى حين وجد أن أكثر من نصف الزراع المبحوثين ٥٥,٧% ذوى تعرض منخفض لتلك الطرق .

وقد أشار أكثر من نصف المبحوثين من القادة والزراع إلى أن اراضيهم الزراعية ذات درجة خصوبة جيدة، وأن مياه الري متوفرة ، كما أوضح أكثر من ثلث أرباع القادة والزراع المبحوثين أن مستلزمات الإنتاج الزراعي متوفرة إلى حد ما ، وأن ٤١,٦% من القادة ، و ١٥,١% فقط من الزراع أشاروا إلى أن تسويق محصولي القطن والأرز يعتبر سهلا ، كما أوضحت النتائج أن نحو ٥١,٧% من القادة المبحوثين لديهم مقدرة عالية على توقع أسعار القطن ، وأن ٥٥% منهم لديهم مقدرة عالية على توقع أسعار الأرز ، فى حين وجد أن ٣٠,١% من الزراع المبحوثين لديهم مقدرة عالية على توقع أسعار القطن ، وأن ٣٨,٧% منهم له مقدرة عالية على توقع أسعار الأرز . وقد بينت النتائج أن ٦٥% من القادة ، و ٦٤,٢% من الزراع المبحوثين ذات مستوى معرفي منخفض ومتوسط بتقنيات تسويق محصول القطن ، وأن ٦٣,٣% من القادة ، و ٦٩,٩% من الزراع المبحوثين ذوى مستويات معرفية منخفضة ومتوسطة بتقنيات تسويق محصول الأرز . وهذه النتائج تشير إلى ضعف دور الإرشاد الزراعي فى مجال تسويق محصولي القطن والأرز ، مما يستلزم الاهتمام بتخطيط وتنفيذ برامج إرشادية تستهدف زيادة معارف القادة التعاونيين والزراع بالتقنيات الخاصة بتسويق هذين المحصولين، وذلك باستخدام الطرق الإرشادية المناسبة لهذا المجال فردية أو جماعية أو جماهيرية استخداما متوازيا .

تابع جدول (١): توزيع المبحوثين من القادة التعاونيين والزراع حسب خصائصهم الشخصية

المتغيرات	الفئة	قادة		زراع	
		عدد	%	عدد	%
١٤- مدى سهولة التسويق	درجة واحدة	١٩	٣١,٧	٤٤	٤١,٥
	درجتان	١٦	٢٦,٧	٤٦	٤٣,٤
	ثلاث درجات	٢٥	٤١,٦	١٦	١٥,١
١٥- مقدرة المبحوث على توقع لسعر القطن	أقل من ٨ درجات	٦	١٠,٠	٢٩	٢٧,٤
	٨ - ١٠ درجات	٢٣	٣٨,٣	٤٥	٤٢,٥
	١١ درجة فأكثر	٣١	٥١,٧	٣٢	٣٠,١
١٦- مقدرة المبحوث على توقع لسعر الأرز	أقل من ٨ درجات	١٤	٦,٧	١٣	١٢,٣
	٨ - ١٠ درجات	٢٣	٣٨,٣	٥٢	٤٩,٠
	١١ درجة فأكثر	٢٣	٥٥,٠	٤١	٣٨,٧
١٧- مدى توفر الخدمات التسويق	أقل من ٨ درجات	٢	٣,٣٠	١٦	١٥,١
	٨ - ١٠ درجات	١٦	٢٦,٧	٥٥	٥١,٩
	١١ درجة فأكثر	٤٢	٧٠,٠	٣٥	٣٣,٠
١٨- المعرفة بتقنيات تسويق محصول القطن	أقل من ٢٥ درجات	٦	١٠,٠	١١	١٠,٤
	٢٥-٣٠ درجة	٣٣	٥٥,٠	٥٧	٥٣,٨
	٣١ درجة فأكثر	٢١	٣٥,٠	٣٨	٣٥,٨
١٩- المعرفة بتقنيات تسويق محصول الأرز	أقل من ١٨ درجات	٨	١٣,٣	٢٢	٢٠,٨
	١٨-٢٥ درجات	٣٠	٥٠,٠	٥٢	٤٩,١
	٢٦ درجة فأكثر	٢٢	٣٦,٧	٣٢	٣٠,١

ثانيا : الأهمية النسبية لمصادر معلومات القادة والزراع بتقنيات محصولي القطن والأرز للتعرف على الأهمية النسبية لمصادر معلومات القادة والزراع المبحوثين الخاصة بتسويق محصولي القطن والأرز ، فقد أشارت نتائج جدول ( ٢ ) أن منير الجمعية الزراعية جاء فى الترتيب الأول كمصدر لمعلومات القادة ، كما جاء فى الترتيب الثالث كمصدر لمعلومات الزراع بدرجات مرجحة بلغت ٢,٠٨ ، ٢,١٨ درجة على الترتيب ، وقد جاء فى الترتيب الثانى لكل من القادة والزراع المرشد الزراعى

كمصدر للمعلومات بدرجات مرجحة بلغت ١,٨٥ درجة ، ٢,٢ درجة على الترتيب ، كما جاء في التلفزيون الترتيب الثالث كمصدر لمعلومات القادة ، بينما جاء في الترتيب الرابع كمصدر لمعلومات الزراع بدرجات مرجحة بلغت ١,٥١ درجة ، ١,٦٧ درجة على الترتيب ، بينما جاء كبار الزراع بالقرية في الترتيب الرابع كمصدر لمعلومات القادة بدرجة مرجحة بلغت ١,٤ درجة ، في حين احتل الترتيب الأول كمصدر لمعلومات الزراع بدرجة مرجحة بلغت ٢,٢٤ درجة ، وهذه النتائج تشير إلى أن مدير الجمعية الزراعية ، والمرشد الزراعي بالإضافة إلى التلفزيون يتمتعون بدرجة ثقة عالية كمصدر لمعلومات القادة والزراع في مجال تسويق محصولي القطن والأرز مما يدعو إلى ضرورة الإهتمام بتلك المصادر المعرفية عند تخطيط البرامج الإرشادية التي تستهدف النهوض بمستوى معارف القادة والزراع في هذا المجال

جدول (٢): الأهمية النسبية لمصادر معلومات القادة والزراع المبحوثين بتقنيات تسويق محصولي القطن والأرز

مصادر المعلومات	قادة = ٦٠		زراع = ١٠٦	
	الدرجة المرجحة	ترتيب	الدرجة المرجحة	الترتيب
١- مدير الجمعية الزراعية	٢,٠٨	١	٢,١٨	٣
٢- المرشد الزراعي	١,٨٥	٢	٢,٢٠	٢
٣- التلفزيون	١,٥١	٣	١,٦٧	٤
٤- كبار الزراع بالقرية	١,٤٠	٤	٢,٢٤	١
٥- الجرائد اليومية	١,٤٠	٥	١,٣٥	٨
٦- التجار	١,٤٠	٦	١,٥٥	٥
٧- الراديو	١,٢٥	٧	١,٤٩	٧
٨- المجلات الزراعية	١,١١	٨	١,٤٩	٦

ثالثا : الأهمية النسبية لطرق الإتصال الإرشادي في مجال تسويق محصولي القطن والأرز  
أوضحت نتائج جدول ( ٣ ) أن التلفزيون جاء في مقدمة الطرق الإرشادية التعليمية التي يستقى منها القادة معارفهم التسويقية لمحصولي القطن والأرز حيث بلغت الدرجة المرجحة لـ ١,٥ درجة ، في حين جاء في الترتيب الثاني بالنسبة للزراع بدرجة مرجحة بلغت ١,٦٦ درجة ، كما جاءت طريقة الزيارة المكتبية في الترتيب الثاني بالنسبة للقادة بدرجة مرجحة بلغت ١,٣٨ درجة ، في حين احتلت الترتيب الأول للزراع بدرجة مرجحة بلغت ١,٧٨ درجة ، أما الجرائد اليومية فقد جاءت في الترتيب الثالث كطريقة تعليمية إرشادية بالنسبة للقادة والزراع بدرجات مرجحة بلغت ١,٣٥ درجة ، ١,٦٥ درجة على الترتيب ، وهذه النتائج تشير إلى ضرورة الإهتمام بالبرامج التسويقية التي تتناول تقنيات تسويق محصولي القطن والأرز بالتلفزيون بالإضافة إلى تنمية معارف المرشدين ومديري الجمعيات الزراعية بتلك التقنيات ، مع عدم إغفال دور الجرائد اليومية وبقية طرق الإتصال الإرشادي ، خاصة وأن طريقة الزيارة الحقلية جاءت في ترتيب متأخر وهذه النتيجة تعكس ضعف دور الإرشاد الزراعي في مجال تسويق المحاصيل وبصفة خاصة محصولي القطن والأرز ، وذلك قد يكون راجعا إلى الإعتقاد بأن الممارسات التسويقية تبدأ بعد الحصاد ومن هنا فإنه يجب التركيز على أن تلك الممارسات تبدأ قبل وأثناء الزراعة وأثناء ما بعد الحصاد .

جدول ( ٣ ) الأهمية النسبية لطرق الإتصال الإرشادي في مجال تسويق محصولي القطن والأرز

الطريقة	قادة	الترتيب	زراع	الترتيب
١- التلفزيون	١,٥٠	١	١,٦٦	٢
٢- الزيارة المكتبية	١,٣٨	٢	١,٧٨	١
٣- الجرائد اليومية	١,٣٥	٣	١,٦٥	٣
٤- الراديو	١,٢٩	٤	١,٤٥	٤
٥- الزيارة الحقلية	١,١٩	٥	١,٣٨	٦
٦- المجلات الزراعية	١,١٠	٦	١,٣٨	٥
٧- الزيارة المنزلية	١,٠١	٧	١,١٨	٧

رابعاً : المستوى المعرفى للمبجوثين بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول القطن والأرز

أ - مستوى معرفة المبحوثين بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول القطن

أوضحت النتائج البحثية ان قيمة المتوسط الحسابي لمعرفة القادة التعاونيين المبحوثين بالممارسات الخاصة بتسويق محصول القطن قد بلغت ٢٨,٠٤ درجة بانحراف معياري قدرة ٣,٧ درجة ، في حين بلغت قيمة ذلك المتوسط للزراع المبحوثين ٢٨,٣ درجة بانحراف معياري قدرة ٣,١ درجة ، وقد أشارت النتائج إلى عدم معنوية الفرق بين المتوسطين إستناداً إلى قيمة ( ت ) والتي بلغت ١,١٣٦ ، وهي قيمة غير معنوية عند المستوى الإحتمالي ٠,٠٥ ، وتصنيف المبحوثين وفقاً لمستوياتهم المعرفية في هذا المجال فقد بينت النتائج الواردة في جدول ( ٤ ) أن غالبية المبحوثين من القادة والزراع ذوي مستوى معرفى متوسط بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول القطن ، حيث بلغت نسبة القادة في فئة المعرفة المتوسطة ٦١,٧ % ، فى حين بلغت تلك النسبة ٦٠,٤ % للزراع المبحوثين .

جدول (٤): توزيع المبحوثين وفقاً لمستوياتهم المعرفية بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول القطن

الفئة	القادة		الزراع	
	عدد	%	عدد	%
معرفة منخفضة ( ٢٤ درجة فأقل )	٥	٨,٣	١١	١٠,٤
معرفة متوسطة ( ٢٥ - ٣٠ درجة )	٣٧	٦١,٧	٦٤	٦٠,٤
معرفة مرتفعة ( ٣١ درجة فأكثر )	١٨	٣٠	٣١	٢٩,٢
الإجمالي	٦٠	١٠٠	١٠٦	١٠٠

وللتعرف على مستوى معرفة المبحوثين من القادة والزراع بالبنود المعرفية الخاصة بتقنيات تسويق محصول القطن فقد اوضحت النتائج بجدول ( ٥ ) انخفاض معارف القادة والزراع المبحوثين بتقنيتى معمل التسميد الفوسفاتى ، ومعمل التسميد الأزوتى حيث بلغت النسبة المئوية لمعرفة القادة بهما ٣٣,٣ % ، و ٥٠ %.

جدول (٥): توزيع القادة والزراع المبحوثين وفقاً لمعرفتهم بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول القطن

بنود المعرفة	قادة		زراع	
	عدد	%	عدد	%
المعرفة بالمعدلات السمادية :				
١- معدل التسميد البوتاسى	٤٧	٧٨,٣	٦٦	٦٢,٢
٢- معدل التسميد بالسماذ البلدى	٤٤	٧٣,٣	٦٦	٦٢,٢
٣- معدل التسميد الأزوتى	٣٠	٥٠,٠	٥٢	٤٩,١
٤- معدل التسميد بالسوبر فوسفات	٢٠	٣٣,٣	٣٥	٣٣,٠
٥- المعرفة بأضرار الإسراف فى إستخدام الأسمدة الكيماوية على المحصول	٣٦	٦٠,٠	١١	١٠,٣
المعرفة بكيفية ترشيد استخدام المبيدات				
١- المعرفة بالمصادر الموثوق بها للحصول على المبيدات	٥٢	٨٦,٦	٩١	٨٥,٨
٢- الإهتمام بالقاوة اليدوية للطع دودة ورق القطن	٥٠	٨٣,٣	٨٨	٨٣,٠
٣- الزراعة فى الميعاد المناسب	٤٧	٧٨,٣	٨٣	٧٨,٣
٤- التخلص من اللوز المصاب بعد الجنى	٤١	٦٨,٣	٧٢	٦٧,٩
٥- المعرفة بأسلوب مكافحة آفات القطن	٤٨	٨٠,٠	٦٤	٦٠,٣
٦- الخدمة الجيدة والتشميس للتربة الزراعية قبل الزراعة	٣٧	٦١,٦	٦٥	٦١,٣
٧- عدم رى الريسيم بعد ١٥ مايو	٣٨	٦٣,٣	٦٢	٥٨,٤
٨- إستخدام بدائل المبيدات فى مقاومة المن	١١	١٨,٣	٣١	٢٩,٢
المعرفة بمعاملات ما قبل وما بعد التعبئة				
١- المعرفة بالوزن المناسب للكيس	٥٧	٩٥,٠	١٠١	٩٥,٢
٢- المعرفة بمواصفات العبوات المناسبة	٦٠	١٠٠	١٠٠	٩٤,٣
٣- التشير للتخلص من الندى	٥٦	٩٣,٣	٩٤	٨٨,٦
٤- المعرفة بأنواع الخيوط المناسبة لخياطة الكيس	٥٤	٩٠,٠	٨١	٧٦,٤
٥- المعرفة بالطريقة المثلى لجنى القطن	٥٩	٩٨,٣	٥٥	٥١,٨
٦- مراعاة تنظيف القطن من الشوائب قبل التعبئة	٣١	٥١,٦	٤٢	٣٩,٦
٧- مراعاة الفرقة قبل التعبئة	٣١	٥١,٦	٤١	٣٨,٦



على الترتيب ، في حين بلغت تلك النسبة بين الزراع المبحوثين ٣٣,٣% ، ٤٩,١% على الترتيب، كما أشارت النتائج إلى تنكس معرفة الزراع بأضرار الإسراف في استخدام الأسمدة الكيماوية على تسويق المحصول حيث وجد أن ١٠,٣% فقط من الزراع يعرفون هذه الأضرار بينما وجد أن ٦٠% من القادة يعرفون هذه الأضرار وفيما يتعلق بالمعارف الخاصة بترشيد استخدام المبيدات فقد أشارت النتائج الواردة بالجدول إلى انخفاض معارف القادة والزراع المبحوثين بكل من : استخدام بدائل المبيدات في مقاومة المزن ، وإستعمال المبيدات الحيوية في مقاومة آفات القطن، حيث بلغت نسبة معرفة القادة بها ١٨,٣%، في مقابل ١٦,٨% للزراع ومراعاة تنظيف الحقل وقنوات الري من الحشائش، حيث بلغت نسبة معرفة القادة بها ٥١,٦% في مقابل ٤٢,٢% للزراع، حيث بلغت نسب معارف القادة بها ٤٩,٧%، في مقابل ٤٦,٥% للزراع.

كما أشارت النتائج إلى انخفاض معارف القادة والزراع المبحوثين بالبنود المعرفية الخاصة بكر من : ضرورة فرفة القطن قبل التعبئة ، ومراعاة تنظيفه من الشوائب قبل التعبئة، حيث بلغت النسبة المئوية لمعارف القادة بكل منهما ٥١,٦% ، في حين بلغت معارف الزراع بهذين البنودين ٣٨,٦% ، ٣٩,٦% على الترتيب . وقد أوضحت النتائج انخفاض معرفة الزراع بالطريقة المثلى لجنى القطن حيث بلغت نسبة معرفتهم بذلك ٥١,٨% ، بينما وجد أن ٩٨,٣% من القادة المبحوثين يعرفون هذه الطريقة .

بناء على ماسبق من نتائج فإنه يتضح أن هناك ضرورة لتكثيف الجهود الإرشادية لتعريف القادة

والزراع بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول القطن حتى يستطيعون بيع المحصول بأعلى أسعار ممكنة .

وذلك بتخطيط برامج إرشادية تهدف إلى إمداد القادة والزراع بتلك التقنيات مع استخدام كافة طرق الإتصال

الإرشادي التعليمية الفردية والجماعية والجماهيرية حتى تؤتي هذه الجهود ثمارها.

ب - مستوى معرفة المبحوثين بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول الأرز

أوضحت النتائج البحثية أن قيمة المتوسط الحسابي لمستوى معارف القادة المبحوثين بالتقنيات

الخاصة بتسويق محصول الأرز قد بلغت ٢٠,٦١ درجة ، بإتلاف معيارى قدرة ٣,١ درجة ، كما بلغت

قيمة ذلك المتوسط الحسابي للزراع ٢٨,٦٣ درجة بإتلاف معيارى قدرة ٣,٣ درجة ، وقد أشارت النتائج

إلى عدم معنوية الفرق بين المتوسطين وذلك إستنادا إلى قيمة (ت) والتي بلغت ٢٥٩ ، وهى قيمة غير

معنوية عند المستوى الإحتمالى ٠,٥ ، وبتصنيف المبحوثين حسب مستوياتهم المعرفية بتقنيات تسويق محصول

الأرز ، فقد بينت نتائج جدول ( ٦ ) أن غالبية القادة والزراع نوى مستوى معرفى متوسط بتلك التقنيات.

حيث بلغت نسبة القادة فى فئة المعرفة المتوسطة ٦٥% ، بينما بلغت نسبة الزراع فى تلك الفئة ٥٨,٨%

جدول ( ٦ ) توزيع القادة والزراع حسب مستوياتهم المعرفية بتقنيات تسويق محصول الأرز

القناة	القادة		الزراع	
	عدد	%	عدد	%
معرفة منخفضة (١٨ درجة فأقل )	٧	١١,٧	٢٢	٢٠,٧
معرفة متوسطة (١٨ - ٢٥ درجة )	٣٩	٦٥	٦٢	٥٨,٨
معرفة مرتفعة ( ٢٦ درجة فأكثر )	١٤	٢٣,٣	٢٢	٢٠,٨
الإجمالى	٦٠	١٠٠	١٠٦	١٠٠

وللوقوف على مستوى معارف المبحوثين بالبنود المعرفية الخاصة بتسويق محصول الأرز ، فقد أوضحت

نتائج جدول ( ٧ ) إرتفاع مستوى معرفة القادة والزراع المبحوثين بأغلبية البنود المعرفية الخاصة بزراعة

مشتل الأرز ، وتدنى معارفهم بالتقنية الخاصة بعدم رى المشتل من مياة الصرف ، حيث بلغت نسبة معرفة

القادة بها ١٥% . فى مقابل ١٤,١% للزراع . كما أوضحت النتائج انخفاض معارف القادة بأغلبية البنود

المعرفية الخاصة بالزراعة فى الأرض المستديمة ، وتدنى معارف الزراع بجميع تلك البنود ، وبصفة خاصة

ما يتعلق منها بالبنود التالية: عدم الري من مياة الصرف ، حيث بلغت معرفة القادة بها ٤١,٧% فى مقابل

٤٠,٥% للزراع ، والمعرفة بكيفية الوقاية من الحشرات ، حيث بلغت نسبة معرفة القادة بها ٥٠% ، فى

مقابل ٣٥,٨% للزراع ، وكيفية الوقاية من الأمراض، حيث بلغت نسبة معرفة القادة بها ٥٣,٣ فى مقابل

٤١,٥% . اما فيما يتعلق بالتقنيات الخاصة بمواصفات جودة الحبوب بعد الحصاد ، فقد أوضحت النتائج

انخفاض معارف القادة والزراع بالتقنيات الخاصة بكل من : عدم الإسراف فى استخدام الأسمدة الكيماوية .

حيث بلغت نسبة معرفة القادة بها ٥٠% فى حين بلغت تلك النسبة ٤٧,١% للزراع ، وضرورة تشيير

الأرز قبل عملية انضرب حتى يجف الجفاف المناسب منعا لوجود حبوب جيرية بالأرز بعد ضربة . حيث

بلغت نسبة معرفة القادة بنشك ٥٣,٣% فى مقابل ٥٣,٧% للزراع .

جدول (٧): توزيع القادة والزراع المبحوثين وفقا لمعرفتهم بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول الأرز

زراع		قادة		البنود المعرفية
%	عدد	%	عدد	
١٤,١	١٥	١٥,٠٠	٩	تقنيات خاصة بزراعة المشتل
٥٣,٨	٥٧	٥٥,٠٠	٣٣	١- عدم رى المشتل بمياة الصرف
٧٢,٦	٧٧	٧٣,٣	٤٤	٢- الزراعة فى الميعاد المناسب
٨٥,٨	٩١	٨٦,٧	٥٢	٣- معدل إضافة كبريتات الزنك
٨٢,١	٨٧	٩٨,٣	٥٣	٤- زراعة أصناف مقاومة للأمراض
٥٦,٦	٦٠	٦٥,٠٠	٣٩	٥- نقل الشتلات فى العمر المناسب
				٦- معدل التسميد بالسوبر فوسفات

بعد الدراسات لتقليل الحبوب الجيرية لأقل ما يمكن

تابع جدول (٧): توزيع القادة والزراع المبحوثين وفقا لمعرفتهم بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول الأرز

زراع		قادة		البنود المعرفية
%	عدد	%	عدد	
٧٥,٤	٨٠	١٠٠,٠	٦٠	٧- استخدام تقاوى منتقاة
٥٥,٦	٥٩	٥٦,٧	٣٤	٨- إختيار أرض المشتل فى أجود مكان بالحقل
				تقنيات خاصة بالزراعة فى الأرض المستديمة
				١- معدل التسميد بالسوبر فوسفات
٤٦,٢	٤٩	٦٠,٠٠	٣٦	٢- كيفية الوقاية من الأمراض
٤١,٥	٤٤	٥٣,٣	٣٢	٣- عدم رى الأرض المستديمة بمياة الصرف
٤٠,٥	٤٣	٤١,٧	٢٥	٤- معدل التسميد الأزوتى
٣٩,٦	٤٢	٦٣,٣	٣٨	٥- كيفية الوقاية من الحشرات
٣٥,٨	٣٨	٥٠,٠٠	٣٠	تقنيات خاصة بمواصفات جودة الحبوب
				١- مراعاة التشير
٥٣,٧	٥٧	٥٣,٣	٣٢	٢- عدم الإسراف فى استخدام المبيدات
٧٠,٨	٧٥	٧٠,٠٠	٤٢	٣- مراعاة نظافة المحصول من الشوائب
٦٧,٩	٧٢	٧٠,٠٠	٤٢	٤- عدم الحصاد قبل نضج السنابل لتقليل الحبوب الخضراء
٦٦	٧٠	٦٨,٣	٤١	٥- مراعاة تجفيف الحبوب لتقليل نسبة الكسر لأقل ما يمكن
٧١,٦	٧٦	٨١,٦	٤٩	٦- عدم الإسراف فى استخدام الأسمدة الكيماوية
٤٧,١	٥٠	٥٠,٠٠	٣٠	

وهذا النتائج تشير إلى ضرورة تكثيف الجهود الإرشادية لكل من القادة والزراع لإمدادهم بالمعارف الخاصة بتسويق محصول الأرز وذلك من خلال تخطيط برامج إرشادية مناسبة لهذا المجال مع مراعاة استخدام كافة الطرق الإتصالية وخاصة التى جاءت فى مقدمة تفضيل القادة والزراع لها.

رابعا : العلاقة الإرتباطية والإحدارية بين المتغيرات المستقلة موضوع البحث وبين مستوى معرفة القادة والزراع بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول القطن والأرز  
أ - العلاقة الإرتباطية بين المتغيرات المستقلة موضوع البحث وبين مستوى معرفة القادة والزراع بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول القطن والأرز

أوضحت النتائج الواردة فى جدول ( ٨ ) ان هناك علاقة إرتباطية معنوية موجبة عند المستوى الاحتمالى ٠,٠١ بين مستوى معرفة القادة بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول القطن كمتغير تابع ، كل من: التعرض للطرق الإرشادية ، وحجم الأسرة كمتغيرين مستقلين، حيث بلغت قيم معاملات الإرتباط البسيط بينهما ٠,٥٣٩ ، ٠,٣٦٥ على الترتيب . بينما كانت العلاقة معنوية موجبة عند المستوى الإحتمالى ٠,٠٥ بين المتغير التابع وكل من : مقدرة المبحوث على توقع أسعار القطن ، ومدى توفر الخدمات التسويقية كمتغيرين مستقلين. حيث بلغت قيم معاملات الإرتباط بينهما ٠,٢٨٠ ، ٠,٢٨٣ على الترتيب .

جدول (٨) : معاملات الارتباط بين مستوى معارف القادة والزراع بالتقنيات الخاصة بتسويق محصولي القطن والأرز وبين المتغيرات المستقلة موضوع البحث .

قادة		زراع		اسم المتغير
أرز	قطن	أرز	قطن	
٠.٢٢٣	.١١٩	-٠.٢٤٨	-٠.١٢٩	١- عمر المبحوث
-٠.٠٥٨	٠.٢٦٣	-٠.٠٧٣	٠.١١٣	٢- المساحة المنزرعة بمحصول القطن
-٠.٠٢٩	٠.٠٢٥	-٠.٠٩٦	٠.٢٢٨	٣- المساحة المنزرعة بمحصول الأرز
٠.٠٨٠	.١٥٦	٠.١٢٠	٠.١٥٩	٤- إجمالي الحيازة المزرعية
٠.٠٧٩	٠.١٩٥	-٠.١٠٩	٠.١١٦	٥- المستوى التعليمي للمبحوث
٠.٠٠٥	٠.٠٨٨	٠.٠٩٢	٠.٣٦٥	٦- حجم الأسرة
-٠.٠٥٥	٠.٠٥٨	٠.٢٥٣	-٠.١٠٧	٧- قيادة الرأي

تابع جدول (٨) : معاملات الارتباط بين مستوى معارف القادة والزراع بالتقنيات الخاصة بتسويق محصولي القطن والأرز وبين المتغيرات المستقلة موضوع البحث .

قادة		زراع		اسم المتغير
أرز	قطن	أرز	قطن	
-٠.١٧١	-٠.١١٥	-٠.٠٩٧	٠.٠٣١	٨- التعرض لمصادر المعلومات
-٠.١٩٥	٠.٢٢٨	٠.١٥٠	٠.٠١٦	٩- المعرفة بأضرار الإسراف في استخدام المبيدات
٠.٣٩٥	٠.٤٤٦	٠.٣٠٦	٠.٥٣٩	١٠- التعرض للطرق الإرشادية
٠.١٢٨	٠.١٣٣	٠.٠٢٦	٠.٠٢٩	١١- مدى خصوبة التربة للزراعية
٠.٣٣٩	٠.١٠٢	-٠.٠١٩	٠.١٤٠	١٢- مدى توفر مياه الري
٠.١٥	٠.٠٢٣	٠.٠١٦	٠.٠٦٧	١٣- مدى توفر مستلزمات الإنتاج الزراعي
٠.٣٣٨	٠.٤٦٢	٠.٢٩١	٠.٠١٣	١٤- مدى سهولة التسويق
٠.٠٦٦	٠.٠٥٠	٠.١٨٥	٠.٢٨٠	١٥- مقدرة المبحوث على توقع اسعار القطن
-٠.٠٩٢	-٠.٢٩	-٠.١٥٠	٠.١٥٥	١٦- مقدرة المبحوث على توقع اسعار الأرز
-٠.١٧٧	٠.٠٩٨	٠.١٢٦	٠.٢٨٣	١٧- مدى توفر الخدمات التسويقية

وفيما يتعلق بمستوى معارف الزراع بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول القطن كمتغير تابع ، فقد بينت النتائج وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة عند المستوى الاحتمالي ٠.٠١ بين المتغير التابع وكل من : المساحة المنزرعة بمحصول القطن ، التعرض للطرق الإرشادية ، ومدى سهولة التسويق كمتغيرات مستقلة ، حيث بلغت قيم معاملات الارتباط البسيط بينهم ٠.٢٦٣ ، ٠.٤٤٦ ، ٠.٤٦٢ على الترتيب . كما وجدت علاقة ارتباطية موجبة عند المستوى الاحتمالي ٠.٠٥ بين المتغير التابع وكل من: المستوى التعليمي للمبحوث، والمعرفة بأضرار الإسراف في استخدام المبيدات كمتغيرين مستقلين. حيث بلغت قيم معاملات الارتباط البسيط بينهما ٠.١٩٥ ، ٠.٢٢٨ على الترتيب .

وفيما يتعلق بمستوى معارف القادة بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول الأرز كمتغير تابع، اوضحت النتائج وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة عند المستوى الاحتمالي ٠.٠١ بين المتغير التابع وبين التعرض للطرق الإرشادية ، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط البسيط بينهما ٠.٣٠٦ ، بينما كانت العلاقة معنوية موجبة عند المستوى الاحتمالي ٠.٠٥ بين المتغير التابع ، ومدى سهولة التسويق . حيث بلغت قيمة معامل الارتباط البسيط بينهما ٠.٢٩١ .

وفيما يتعلق بمستوى معارف الزراع بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول الأرز كمتغير تابع ، فقد بينت النتائج وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة عند المستوى الاحتمالي ٠.٠١ بين المتغير التابع وكل من : التعرض للطرق الإرشادية ، ومدى توفر مياه الري ، ومدى سهولة التسويق كمتغيرات مستقلة، حيث بلغت قيم معاملات الارتباط البسيط لهم ٠.٣٩٥ ، ٠.٣٣٩ ، ٠.٣٣٨ على الترتيب . كما وجد علاقة ارتباطية موجبة عند المستوى الاحتمالي ٠.٠٥ بين المتغير التابع وعمر المبحوث . حيث بلغت قيمة معامل الارتباط البسيط بينهما ٠.٢٢٣ . ومن هنا فإنه يمكن القول بأن هناك علاقة تلازم بين المتغيرات التي ثبتت أن لها علاقة ارتباطية معنوية بالمتغير التابع ، وبالتالي فإنه يجب أخذ تلك المتغيرات في الاعتبار عند تخطيط البرامج الإرشادية التي تستهدف النهوض بمستوى معارف القادة والزراع المبحوثين بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول الأرز .

وبناء على هذه النتائج فإنه يمكن رفض الفرض الإحصائي الأول بالنسبة للمتغيرات المستقلة التي ثبت أن لها علاقة معنوية للمتغيرات التابعة موضوع البحث وقبول الفرض البديل جزئياً لهذه المتغيرات ، في حين لا يمكننا رفض الفرض الإحصائي بالنسبة لباقي المتغيرات المستقلة.

ب - العوامل المؤثرة على مستوى معرفة القادة والزراع المبحوثين بتقنيات تسويق محصول القطن  
أولاً : العوامل المؤثرة على مستوى معرفة القادة المبحوثين بتقنيات تسويق محصول القطن  
للتعرف على أكثر المتغيرات المستقلة تأثيراً على مستوى معرفة القادة المبحوثين بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول القطن كمتغير تابع . فقد تم استخدام أسلوب التحليل الانحداري التدرجي - step wise ، والذي أسفر عن معادلة إنحدار خطي تضمنت خمس متغيرات مستقلة تسهم في تفسير التباين في المتغير التابع . حيث أشارت النتائج إلى معنوية تأثير هذه المتغيرات المستقلة على المتغير التابع وذلك استناداً إلى قيمة ( ف ) والتي بلغت ٧,٦٨٠ ، وهي قيمة معنوية عند المستوى الإحصائي ٠,٠١ ، وأن هذه المتغيرات تسهم في تفسير ٤١,٦ % من التباين في المستوى المعرفي للقادة بتقنيات تسويق محصول القطن حيث بلغت قيمة معامل التحديد ٠,٤١٦ .

ولتحديد نسبة مساهمة كل متغير من المتغيرات الخمس المستقلة في تفسير التباين في المتغير التابع ، فقد تم الاستناد إلى النسبة المئوية للتباين المفسر لكل متغير ، حيث وجد أن متغير التعرض للطرق الإرشادية يفسر نحو ٩,٤ % من التباين في المتغير التابع ، وأن متغير مدى سهولة التسويق يفسر ٩,٢ % من التباين في المتغير التابع ، وقد فسر متغير قيادة الرأي ١٠,٧ % من التباين في المتغير التابع ، في حين فسر متغير عمر المبحوث ٧ % من التغير في المتغير التابع ، وأخيراً فسر متغير المساحة المنزرعة بمحصول القطن ٥,٣ % من التباين في المتغير التابع . جدول ( ٩ ) .

جدول (٩): نموذج مختزل للعلاقة الإحصائية بين المتغيرات المستقلة ومستوى معرفة القادة المبحوثين بتقنيات تسويق محصول القطن

اسم المتغير	معامل الإحدار الجزئي	معامل الإحدار الجزئي القياسي	الترتيب	قيمة ت	% للتباين المفسر	% التراكمية للتغير في التباين المفسر
١- التعرض للطرق الإرشادية	١,٠٠٩	٠,٣٩٥	١	٠٠٣,٦٦١	٠,٠٩٤	٠,٠٩٤
٢- مدى سهولة التسويق	٠,٦٦٥	٠,٣٨٩	٢	٠٠٣,٦٧٧	٠,٠٩٢	٠,١٨٦
٣- قيادة الرأي	٠,٧٨٨	٠,٣٤٨	٣	٠٠٣,٣٠١	٠,١٠٧	٠,٢٩٣
٤- عمر المبحوث	٠,٠٧٠	٠,٣٠٣	٤	٠٠٢,٨٦٥	٠,٠٧٠	٠,٣٦٣
٥- المساحة المنزرعة بمحصول القطن	٠,١٠	٠,٢٤٣	٥	٠٢,٢٢٢	٠,٠٥٣	٠,٤١٦

قيمة معامل التحديد = ٠,٤١٦ . قيمة ف = ٠٠٧,٦٨٠ . الإرتباط المتعدد = ٠,٦٤٥ .

ثانياً : العوامل المؤثرة على مستوى معرفة القادة والزراع المبحوثين بتقنيات تسويق محصول القطن  
للتعرف على أكثر المتغيرات المستقلة تأثيراً على مستوى معرفة القادة المبحوثين بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول القطن كمتغير تابع . فقد تم استخدام أسلوب التحليل الانحداري التدرجي - step wise ، والذي أسفر عن معادلة إنحدار خطي تضمنت أربع متغيرات مستقلة تسهم في تفسير التباين في المتغير التابع . حيث أشارت النتائج إلى معنوية تأثير هذه المتغيرات المستقلة على المتغير التابع وذلك استناداً إلى قيمة ( ف ) والتي بلغت ١٢,١٧٤ ، وهي قيمة معنوية عند المستوى الإحصائي ٠,٠١ ، وأن هذه المتغيرات تسهم في تفسير ٣٢,٦ % من التباين في المستوى المعرفي للزراع بتقنيات تسويق محصول القطن حيث بلغت قيمة معامل التحديد ٠,٣٢٦ ، جدول (١٠) .

ولتحديد نسبة مساهمة كل متغير من المتغيرات الأربع المستقلة في تفسير التباين في المتغير التابع ، فقد تم الاستناد إلى النسبة المئوية للتباين المفسر لكل متغير ، حيث وجد أن متغير مدى سهولة التسويق يفسر ٢١,٤ % من التباين في المتغير التابع ، وأن متغير التعرض للطرق الإرشادية يفسر ٥,٥ % من التباين في المتغير التابع ، وقد فسر متغير مقدرة المبحوث على توقع أسعار القطن ٢,٩ % من التباين في المتغير التابع ، في حين فسر المستوى التعليمي للمبحوث ٢,٨ % من التباين في المتغير التابع .

جدول (١٠): نموذج مختزل للعلاقة الإحصائية بين المتغيرات المستقلة ومستوى معرفة الزراعة المبحوثين بتقنيات تسويق محصول القطن

اسم المتغير	معامل الإحدار الجزئي	معامل الإحدار الجزئي القياسي	الترتيب	قيمة ت	% للتباين المفسر	% التراكمية للتغير في التباين المفسر
١-مدى سهولة التسويق	٠.٣٧٩	٠.٣٩١	١	٠٠٣,٨٨٨	٠.٢١٤	٠.٢١٤
٢-التعرض للطرق الإرشادية	٠.٨٣٦	٠.٢٢٨	٢	٠٠٢,٢٧١	٠.٠٥٥	٠.٢٦٩
٣-مقدرة المبحوث على توقع اسعار القطن	١,٠٨٣	٠.١٨٩	٣	٠٠٢,٢٣٨	٠.٠٢٩	٠.٢٩٨
٤-المستوى التعليمي للمبحوث	٠.٣٨٨	٠.١٧٢	٤	٠٠٢,٠٣١	٠.٠٢٨	٠.٣٢٦

قيمة معامل التحديد = ٠.٣٢٦ ، قيمة ف = ٠٠١٢,١٧٤ ، الارتباط المتعدد = ٠.٥٧٠

مقدرة المبحوث على توقع اسعار الأرز بناءً على ما سبق فإنه يمكن رفض الفرض الإحصائي الثاني جزئياً فيما يتعلق بالمتغيرات التي ثبت ان لها علاقة معنوية على مستوى معرفة القادة والزراع بتقنيات تسويق محصول القطن ، وقبول الفرض البديل جزئياً بالنسبة لهذه المتغيرات ، في حين لا يمكننا رفض الفرض الإحصائي الثاني بالنسبة لباقي المتغيرات المستقلة التي لم يثبت معنويتها، ولذا فإنه يجب التركيز على تلك المتغيرات لما لها من تأثير فعال على معارف القادة والزراع ، وبصفة خاصة متغيري مدى سهولة التسويق ، والتعرض للطرق الإرشادية . حيث أنهما ذات تأثير على معارف كل من القادة والزراع المبحوثين .

ج - العوامل المؤثرة على مستوى معرفة القادة والزراع المبحوثين بتقنيات تسويق محصول الأرز

اولاً : العوامل المؤثرة على مستوى معرفة القادة المبحوثين بتقنيات تسويق محصول الأرز للتعرف على أكثر المتغيرات المستقلة تأثيراً على مستوى معرفة القادة المبحوثين بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول الأرز كمتغير تابع . فقد تم استخدام أسلوب التحليل الانحداري التدريجي step - wise ، والذي أسفر عن معادلة إحدار خطي تضمنت ثلاث متغيرات مستقلة تسهم في تفسير التباين في المتغير التابع . حيث أشارت النتائج إلى معنوية تأثير هذه المتغيرات المستقلة على المتغير التابع وذلك باستناداً إلى قيمة ( ف ) والتي بلغت ١٤,٦٩ ، وهي قيمة معنوية عند المستوى الإحصائي ٠,٠١ ، وأن هذه المتغيرات تسهم في تفسير ٤٤,١ % من التباين في المتغير التابع حيث بلغت قيمة معامل التحديد ٠,٤٤١ ، جدول (١١).

جدول (١١) : نموذج مختزل للعلاقة الإحصائية بين المتغيرات المستقلة ومستوى معرفة القادة المبحوثين بتقنيات تسويق محصول الأرز

اسم المتغير	معامل الإحدار الجزئي	معامل الإحدار الجزئي القياسي	الترتيب	قيمة ت	% للتباين المفسر	% التراكمية للتغير في التباين المفسر
التعرض للطرق الإرشادية	٢,٤٠٠	٠.٥٨٣	١	٠٠٥,٧٠٢	٠.٢٩٠	٠.٢٩٠
مدى توفر الخدمات التسويقية	١,٦٠٤	٠.٣٠٥	٢	٠٠٢,٩٧٥	٠.٠٧٣	٠.٣٦٣
قيمة معامل التحديد = ٤٤	٠.٧٨١	٠.٢٨١	٣	٠٠٢,٧٨٦	٠.٠٧٨	٠.٤٤١

قيمة ف = ٠٠١٤,٦٩٠ ، الارتباط المتعدد = ٠.٦٦٤

ولتحديد نسبة مساهمة كل متغير من المتغيرات الثلاث المستقلة في تفسير التباين في المتغير التابع، فقد تم الإستناد إلى النسبة المئوية للتباين المفسر لكل متغير ، حيث وجد أن متغير التعرض للطرق الإرشادية يفسر نحو ٢٩ % من التباين في المتغير التابع ، وأن متغير مقدرة المبحوث على توقع اسعار الأرز يفسر ٧,٣ % من التباين في المتغير التابع ، وقد فسر متغير مدى توفر الخدمات التسويقية ٧,٨ % من التباين في المتغير التابع.

ثانياً : العوامل المؤثرة على مستوى معرفة الزراعة المبحوثين بتقنيات تسويق محصول الأرز

للتعرف على أكثر المتغيرات المستقلة تأثيراً على مستوى معرفة الزراعة المبحوثين بالتقنيات الخاصة بتسويق محصول الأرز كمتغير تابع . فقد تم استخدام أسلوب التحليل الانحداري التدريجي step - wise ، والذي أسفر عن معادلة إحدار خطي تضمنت أربع متغيرات مستقلة تسهم في تفسير التباين في المتغير التابع . حيث أشارت النتائج إلى معنوية تأثير هذه المتغيرات المستقلة على المتغير التابع وذلك باستناداً إلى قيمة ( ف ) والتي بلغت ١٢,٤ ، وهي قيمة معنوية عند المستوى الإحصائي ٠,٠١ ، وأن هذه

المتغيرات تسهم في تفسير ٣٢,٩% من التباين في المستوى المعرفي للزراع بتقنيات تسويق محصول الأرز حيث بلغت قيمة معامل التحديد ٠,٣٢٩.

ولتحديد نسبة مساهمة كل متغير من المتغيرات الأربعة المستقلة في تفسير التباين في المتغير التابع ، فقد تم الاستناد إلى النسبة المئوية للتباين المفسر لكل متغير ، حيث وجد أن متغير التعرض للطرق الإرشادية يفسر ١٥,٦% من التباين في المتغير التابع ، وقد فسر متغير مدى توفر مائة الري ١٠,١% من التباين في المتغير التابع ، في حين فسر مدى سهولة التسويق ٤,٢% من التباين في المتغير التابع ، وأخيراً يسهم متغير مدى خصوبة التربة الزراعية بنسبة ٣% من التباين في المتغير التابع . جدول ( ١٢ )

جدول (١٢): نموذج مختزل للعلاقة الإحصائية بين المتغيرات المستقلة ومستوى معرفة الزراع المبحوثين بتقنيات تسويق محصول الأرز

اسم المتغير	معامل الإحدار الجزئي	معامل الإحدار الجزئي القياسي	الترتيب	قيمة ت	% للتباين المفسر	% التراكمية للتغير في التباين المفسر
التعرض للطرق الإرشادية	٠.٩٦٩	٠.٢٦٢	١	٠٠٢,٦٧٥	٠.١٥٦	٠.١٥٦
مدى توفر مائة الري	٠.٧٣٢	٠.٢٦٠	٢	٠٠٤,٣٤٤	٠.١٠١	٠.٢٥٦
مدى سهولة التسويق	٠.٢٣٦	٠.٢٤٢	٣	٠٠٢,٤٦٩	٠.٠٤٢	٠.٢٩٩
مدى خصوبة التربة الزراعية	٠.٣٣٨	٠.١٧٥	٤	٠٢,١٣٩	٠.٠٣٠	٠.٣٢٩

قيمة معامل التحديد = ٠.٣٢٩      قيمة ف = ٠٠١٢,٤٠      الارتباط المتعدد = ٠.٥٧٤

بناءً على هذه النتائج فإنه يمكن رفض الفرض الإحصائي الثاني جزئياً فيما يتعلق بالمتغيرات التي ثبتت أن لها تأثيراً معنوياً على مستوى معرفة القادة والزراع بتقنيات تسويق الأرز ، وقبول الفرض البديل جزئياً بالنسبة لهذه المتغيرات ، في حين لا يمكننا رفض الفرض الإحصائي بالنسبة لباقي المتغيرات التي لم يثبتت معنوية تأثيرها على ذلك المستوى ، كما يجب التركيز على المتغيرات المستقلة التي أوضحت النتائج تأثيرها على القادة المبحوثين ، وتلك التي ثبتت تأثيرها على الزراع المبحوثين . وبصفة خاصة متغير التعرض للطرق الإرشادية نظراً لأنه ذات تأثير فعال على كل من القادة والزراع المبحوثين .

خامساً : مشكلات تسويق القطن والأرز من وجهة نظر القادة والزراع المبحوثين

أ - مشكلات تسويق القطن :

أظهرت النتائج وجود العديد من المشكلات التي تواجه المبحوثين في تسويق محصول القطن . وقد تمثلت أولى هذه المشكلات في ارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج من تقاوى ، وأسمدة كيميائية ، ومبيدات زراعية ، وعمالة زراعية ..... الخ ، حيث ذكر ذلك ٧٨,٣% من المبحوثين ، أما مشكلة عدم الإعلان عن أسعار القطن قبل موسم الزراعة ، فجاءت في الترتيب الثاني ، حيث ذكر ذلك ٦٩,٣% من المبحوثين ، وجاءت مشكلة قلة عدد الشركات المتنافسة في شراء القطن في الترتيب الثالث ، حيث أفاد بذلك ٦٥,٦% من المبحوثين ، وقد أشار ٣٦,٧% من المبحوثين إلى عدم توفر قروض ميسرة لتغطية ما يتطلبه المحصول من نفقات مثل شراء مستلزمات الإنتاج والجني ..... الخ ، حيث من تعدد مشكلات تسويق القطن ، وذكر ٢١% من المبحوثين بعدم وجود فروق مجزية بين أسعار رتب القطن ، جدول ( ١٣ ) .

ب - مشكلات تسويق الأرز :

أوضحت النتائج البحثية وجود عدة مشكلات تواجه المبحوثين في تسويق الأرز ، حيث جاءت مشكلة تذبذب أسعار الأرز بين الارتفاع والانخفاض في مقدمة هذه المشكلات ، حيث ذكر ذلك ٨٩,١% من المبحوثين ، كما أفاد ٧٨,٣% من المبحوثين بأن ارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج من تقاوى ، وأسمدة ، ومبيدات ، وعمالة .. الخ تعد من مشكلات تسويق الأرز ، كما أشار ٦٨,١% من المبحوثين إلى أن مشكلة عدم الإعلان عن سعر شراء الأرز قبل زراعة تعد من مشكلات تسويق المحصول . أما مشكلة قلة عدد المنافذ التسويقية للمحصول فذكرها ٦٥,٦% من المبحوثين ، كما أفاد ٥٧,٨% منهم بأنهم لا يستطيعون تصدير المحصول لضعف إمكانياتهم المادية ، وقد ذكر ٣٨,٥% من المبحوثين بأن عدم صرف سلف نقدية لتغطية نفقات المحصول تعد من مشكلات تسويق المحصول ، أما مشكلتي عدم توافر أماكن لتخزين المحصول ، وعدم صرف مستلزمات الإنتاج من الجمعيات الزراعية بالأجل فقد ذكرهما ٢٧,١% ، ٢١,٦% من المبحوثين على الترتيب ، جدول (١٣) :

بناءً على هذه النتائج فإنه يجب العمل على حل هذه المشكلات وذلك بإرشاد الزراع وتوعيتهم بضرورة تفعيل العمل التعاوني بينهم ، من خلال تشكيل لجان من الزراع على مستوى الأحياء ، يختارون

من بينهم لجنة واحدة على مستوى القرية تتولى عملية تسويق محصولي القطن والأرز وغيرها من المحاصيل الأخرى ، إضافة إلى توعيتهم بتشكيل إتحادات زراع تتولى الإشراف على إنتاج وتسويق المحاصيل المختلفة التشجيع على وجود شركات متنافسة لشراء وتصدير الحاصلات الزراعية مع تفعيل دور صندوق موازنة اسعار المحاصيل الزراعية، بهدف استقرار أسعارها إضافة إلى توعية الزراع بضرورة تنفيذ التوصيات الإرشادية وخاصة ما يتعلق بترشيد استخدام الأسمدة الكيماوية ، والمبيدات حتى يكون المنتج جيداً . مما يؤدي إلى سهولة تسويقه بالأسواق الداخلية وكذا عند التصدير .

جدول ( ١٣ ) . المشكلات التي تواجه المبحوثين في تسويق محصولي القطن والأرز

المشكلات	التكرار	%
<b>أ - مشكلات تسويق محصول القطن</b>		
١- ارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج	١٣٠	٧٨,٣
٢- عدم الإعلان عن أسعار القطن قبل موسم الزراعة	١١٥	٦٩,٣
٣- قلة عدد الشركات المتنافسة في شراء القطن	١٠٩	٦٥,٦
٤- التأخير في صرف ثمن القطن للزراع	٦٨	٤٠,٩
٥- عدم توفر قروض ميسرة للزراع للإتفاق على المحصول	٦١	٣٦,٧
٦- التشكك في عملية فرز القطن	٥٣	٣١,٩
٧- عدم وجود فروق مالية مجزية بين أسعار الرتب	٣٥	٢١,٠
<b>ب - مشكلات تسويق محصول الأرز</b>		
١- تذبذب أسعار الأرز من سنة لأخرى	١٤٨	٨٩,١
٢- ارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج	١٣٠	٧٨,٣
٣- عدم الإعلان عن أسعار المحصول قبل موسم الزراعة	١١٣	٦٨,١
٤- قلة عدد المنافذ التسويقية للمحصول	١٠٩	٦٥,٦
٥- ضعف إنكافية الزراع لتصدير الأرز	٩٦	٥٧,٨
٦- عدم توفر قروض ميسرة للإتفاق على المحصول	٦٤	٣٨,٥
٧- عدم توفر أماكن مناسبة لتخزين المحصول	٤٥	٢٧,١
٨- عدم هتفند مستلزمات الإنتاج بالأجل من الجمعيات الزراعية	٣٦	٢١,٦

## المراجع

مراجع باللغة العربية:

- ١- أحمد، عفت عبدالحمد (دكتور): بعض الآثار الاجتماعية والإقتصادية لتطبيق سياسة التحرر الإقتصادي في قطاع الزراعة، معهد بحوث الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية، مركز البحوث الزراعية، نشرة بحثية رقم ٢٦٨.
- ٢- البيلاوي، حازم (دكتور): أبواب عصر جديد، إدارة الشروق، القاهرة، ١٩٩٧.
- ٣- التوصيات الفنية لمحصول الأرز: وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي، مركز البحوث الزراعية، برنامج الأرز، ٢٠٠٢.
- ٤- الحاجق، منيره طه (دكتوره): تحليل إقتصادي قياسي للعوامل المحددة للمعروض الأرزى فى ج.م.ع، مجلة الإسكندرية للبحوث الزراعية، مجلد (٣٢)، رقم (١)، أبريل ١٩٨٧.
- ٥- الخولى، حسين زكى وآخرون (دكاتره): الإرشاد الزراعي، وكالة الصقر للصحافة والنشر، الإسكندرية، ١٩٨٤.
- ٥- الشاذلى، محمد فتحى (دكتور): أساسيات العمل الإرشادى الريفى، الإدارة المركزية للإرشاد الزراعى، وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي، الجزء الأول، مايو ١٩٩٨.
- ٦- الرسول، أحمد أبواليزيد؛ وأحمد، عون خير الله (دكتور): المؤشرات الإقتصادية الرئيسية لآثار السياسات الإصلاحيه على القطاع الزراعي المصري، مجلة الإسكندرية للبحوث الزراعية، مجلد ٤٣ رقم (٢)، ١٩٩٨.
- ٧- العادلى، أحمد السيد (دكتور): أساسيات علم الإرشاد الزراعي، دار المطبوعات الجديدة، الإسكندرية، ١٩٧٢.
- ٨- العادلى، أحمد السيد (دكتور): مفهوم وفلسفة وأهداف الإرشاد الزراعي فى ظل التغيرات الجارية، مؤتمر مستقبل العمل الإرشادى فى ظل نظام السوق الحر، الجمعية العلمية للإراثت الزراعي. القاهرة، ٨-٩ مارس ١٩٩٥.
- ٩- سلام، محمد شفيق (دكتور): دور الإرشاد الزراعي فى رفع الكفاءة التسويقية للمنتجات الزراعية، دليل منهجية العمل الإرشادى الزراعي للمرشدين الزراعيين، معهد بحوث الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية،

**Sharshar, H. A. and Yosef, E. A.**

مركز البحوث الزراعية، وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضى ومنظمة الأغذية والزراعة التابعة للأمم المتحدة، ١٩٩٥.

١٠- شاكرا، محمد حامد (دكتور): دور الإرشاد الزراعى فى تسويق محاصيل الخضر، الندوة العلمية الأولى عن الإرشاد الزراعى وتسويق محاصيل الخضر، كلية الزراعة بمشهر، ٢٨ أكتوبر، ٢٠٠١.

١١- قسطه، عبدالحليم عباس (دكتور): زيادة فعالية الإرشاد الزراعى وتسويق المحاصيل البتسانية فى الأراضى الجديدة، الندوة العلمية الأولى عن الإرشاد الزراعى وتسويق محاصيل الخضر، كلية الزراعة بمشهر، ٢٨ أكتوبر ٢٠٠١.

١٢- عبدالسلام، محمد السيد (دكتور): الأمن الغذائى للوطن العربى، عالم المعرفة، فبراير ١٩٩٨.

١٣- عبدالغفار، عبدالغفار طه (دكتور): الإرشاد الزراعى بين الفلسفة والتطبيق، دار المطبوعات الجديدة، الإسكندرية، ١٩٧٥.

مراجع باللغة الإنجليزية:

1- Patric, B .The program planning process with emphasis on extension, National Agricultural Extension center for Advanced study, University of Wisconsin, Madison.

## **COOPRATIONAL LEADER AND FARMERS KNOWLEDGE OF COTTON AND RISE CROPS MARKETING PRACTICES IN SIDI SALEM AND HAMOUL DISTRICTS, KAHER EL-SHIK GOVERNORATES**

**Sharshar, H. A. and Yosef, E. A.**

**Agricultural Extension and Rural Research Institute**

### **ABSTRACT**

The research aimed mainly to identify the cooperational leaders and farmers knowledge level of the cotton and rise crops marketing practices in Kafer Elshik Governorates, also to identify the respondents resources from which they get such practices , their suitable extension communication methods, and their problems in the field of cotton and Rise marketing .

Questionnaire was prepared and used to collect data through personal interview from 166 respondents ( 60 co-operational leaders, and 106 farmers) . Percentages, means, frequency distribution, standard deviation, simple correlation , partial coefficient regression, step-wise regression, T test and F test were utilized to analyze data

**The findings were summarized as follows :**

- low knowledge level of co-operational leaders and farmers of some Cotton and Rise crops practices, such as the use of chemical fertilizers, the pesticides and use of bio-pesticides
- The independent variables explain 41.6 % from the variance of leaders knowledge -- level about Cotton crop marketing practices , and explain 32.6 % from the variance of farmers knowledge about Cotton crop marketing practices
- The independent variables explain 44.1 % from the variance of leaders knowledge level about Rise crop marketing practices, and the respondents favourite : Agri. Co-operation director, Agri. Change agent, and T.V. as communication methods in this regard.

In addition to that, the findings have pointed out some problems in the field of Cotton and Rise marketing