الدور الحالى للإرشاد الزراعى فى تسويق محصول الفاصوليا بمحافظة الإسماعيلية

*أ.د /أحمد حبش محمد** أ.د / حسن عبد الرحمن القرعلى** م. وائل محمد يحى

* قسم الاقتصاد والإرشاد والمجتمع الريفي– كلية الزراعة بالإسماعيلية – جامعة قناة السويس

** معهد بحوث الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية

المستخلص

استهدف البحث التعرف على درجة معرفة وتنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية التسويقية الخاصة بعمليات تسويق محصول الفاصوليا، وتحديد العلاقة بين كل من درجة معرفة وتنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية التسويقية الخاصة بعمليات تسويق محصول الفاصوليا، والمتغيرات المستقلة التالية: السن، والحالة التعليمية، وعدد أفراد الأسرة العاملين بالزراعة، والمساحة المنزرعة بالمحصول، وعدد سنوات الخبرة في زراعة المحصول، والتعرف على المصادر التي يتعرض لها و يستقى منها الزراع المبحوثين معلوماتهم التسويقية محصول الفاصوليا، بالإضافة للتعرف على الأهمية النسبية للمشكلات التسويقية المتعلقة بمحصول الفاصوليا من وجهة نظر الزراع المبحوثين.

أجرى البحث بقرية سرابيوم الهويس بمحافظة الإسماعيلية على عينة بلغ حجمها ١٠٥ مبحوثاً بنسبة ٢٨,٨ ٪ من إجمالي الشاملة والبالغ عددهم ٣٦٥ مزارعا وتم اختيارهم بطريقة عشوائية منتظمة من خلال سجلات الحصر الموجودة بالجمعيات التعاونية الزراعية، وتم جمع البيانات البحثية خلال شهري نوفمبر وديسمبر عام ٢٠٠٨ باستخدام استمارة استبيان بالمقابلة الشخصية المعدة لهذا الغرض، واستخدم فى عرض النتائج وتحليلها معامل الارتباط البسيط، والمتوسط الحسابى، والعرض الجدولى بالتكرار والنسب المئوية.

وتلخصت أهم النتائج البحثية فيما يلى:

أوضحت النتائج أن درجة معرفة وتنفيذ الزراع المبحوثين لعمليات تسويق محصول الفاصوليا إجمالا تراوحت بين حد أقصى بدرجة متوسطة ٠,٩٥ درجة، وكحد أدنى،٠,٥٢درجة لدرجة المعرفة، و بدرجة متوسطة ٠,٧٦ درجة كحد أقصى وبدرجة متوسطة ٠,١٩ درجة كحد أدنى لدرجة التنفيذ للعمليات التسويقية، وكما أوضحت النتائج أن قيمة معامل الارتباط البسيط بين المستوى التعليمي وبين درجة معرفة الزراع المبحوثين بالتوصيات الفنية الخاصة بعمليات تسويق محصول الفاصوليا بلغت ٠,٣٩٦،٠,١٨٧ عند مستوى معنوية ٠,٠١ لعمليتي الجمع ونقل المحصول على الترتيب وهى علاقة معنوية موجبة

فى حين بلغت قيمة معامل الارتباط البسيط بين عدد أفراد الأسرة العاملين بالزراعة ودرجة تنفيذ الزراع المبحوثين بالتوصيات الإرشادية الفنية الخاصة بعمليات تسويق محصول الفاصوليا ٠,٢٦٨، ٠,٣٧٣ عند مستوى معنوية ٠,٠١ لعمليتي جمع المحصول، والنقل علي الترتيب، وهى علاقة معنوية موجبة، كما أوضحت النتائج أن أكثر مصادر المعلومات التى تعرض واستفاد منها الزراع المبحوثين فى الحصول على معلوماتهم التسويقية كان مصدر الجيران من الزراع ذوى الخبرة بالقرية بنسبة(١٠٠٪) ، وأقل مصدر معلومات كان البرامج الإذاعية الزراعية بنسبة (١٨٪)، ومشكلات تسويق المحصول من وجهة نظر الزراع هى ارتفاع تكاليف جمع المحصول بنسبة (٥٢,٤٪)، وعدم وجود محطات آلية للفرز والتدريج بنسبة (٩١,٤٪)، وارتفاع أسعار العبوات بنسبة (٧٩٪)، وارتفاع تكاليف النقل بنسبة (٩٠,٤٪).

المقدمة

تعد محاصيل الخضر من المحاصيل الهامة والتى يعتمد عليها معظم مزارعي مصرفي زيادة دخولهم والأكثر استهلاكا بين اغلب المحاصيل الزراعية، وتحتل المرتبة الأولى من حيث المساحة المنزرعة بمصر و التي تبلغ ٥٩٦ ألف فدان في العروة الشتوي لعام ٢٠٠٨، و يتزايد الطلب علي استهلاكها بمعدلات سريعة نتيجة للزيادة في عدد السكان(٥: ص ١)، ولا تقتصر الأهمية الاقتصادية لمحاصيل الخضر على قيمتها الغذائية بل تمتد إلى قيمتها النقدية ، حيث يشكل جزء لا يستهان به في البنيان الاقتصادي تمثل نحو١٢,٤٣٪ من القيمة النقدية للدخل الزراعي لسنة ٢٠٠٧ بجانب أنها أكثر ربحية إذا ما قورنت بغيرها من المحاصيل التقليدية الأخرى مثل محاصيل الحبوب، والأعلاف .... إلخ (٦: ص٥٧) و تفيد الإحصائيات الزراعية لعام ٢٠٠٧ أن قيمة الصادرات من محاصيل الخضر إجمالاً بلغت ٢ مليار جنيه لذلك وجب على جهاز الإرشاد الزراعي تركيز الجهود وبصفة أساسية علي تزويد الزراع بالتوصيات الفنية الخاصة بالعمليات التسويقية للمحاصيل الزراعية بصفة عامة ومحاصيل الخضر بصفة خاصة، ابتداء من مرحلة ما بعد الحصاد هى الفرز، والتدريج، والتعبئة، والنقل، والتخزين، والتي تؤدى معدلات الفقد العالية منها إلى خسائر كبيرة ٬وتبلغ نسبة الفاقد من محاصيل الخضر ٣٠ – ٥٠ ٪ يخص مرحلة الحصاد منها ٤ –١٢ ٪، ومرحلة الإعداد، والتجهيز سواء علي مستوي المزرعة أو محطات التعبئة ٥ – ١٥٪، ومرحلة النقل ٢ – ٨ ٪ ومرحلة التداول في أماكن الوصول ٣ – ١٠٪ ، ومرحلة التداول علي مستوي المستهلك حوالي ١ – ٥٪،(٣: ص ص ٧٨– ٨٠) .

تعتبر الفاصوليا من أهم محاصيل الخضر البقولية الرئيسية التى تحتل المرتبة الثامنة إنتاجيا على مستوى الجمهورية من حيث الاستهلاك أو التصدير، والتصنيع، وحيث بلغ إجمالي المساحة المنزرعة ٢٢١،٤٧ ألف فدان لعام ٢٠٠٨ على مستوى مصر بإجمالي إنتاج (٩٨٢,٤٥ ألف طن)، وتستهلك طازجة أو مصنعة، وهى من أكثر محاصيل الخضر استهلاكا، وتحتوى على العديد من العناصر المعدنية والفيتامينات والألياف والكربوهيدرات المفيدة للإنسان، بالإضافة لكونها من المحاصيل التى تقبل التحميل على المحاصيل الأخرى لقصر فترة نموها مما يعظم أهميتها الاقتصادية (٧ : ص ٢٨٨).

ويعتبر الإرشاد الزراعي أحد الأجهزة التنموية في الدولة والذي يقوم بدور أساسي في زيادة الإنتاج الزراعي، ورفع الكفاءة الإنتاجية عن طريق تطبيق نتائج الأبحاث، وبالأساليب الزراعية المستحدثة حيث يقوم بالعمل علي زيادة الإنتاج بشقية النباتي والحيواني من خلال نقل النتائج العلمية المتعلقة بالمحاصيل عن طريق توعية المزارع وتغيير اتجاهاته وتطويرها عن طريق الإقناع وليس الإجبار، وأن كل ما يتعلمه يكون لصالحه، وسيعود عليه بالفائدة حتي ينهض بالمجتمع الذي يعيش فيه(٢: ص ٢٣)، ويعتبر الإرشاد التسويقي احد أهم أفرع الإرشاد الزراعي والتي تهتم بتسويق المحاصيل الزراعية عامة ومحاصيل الخضر بشكل خاص حيث لا يقف اهتمامه عند حد الحصاد بل يمتد ليشمل العمليات التسويقية الأخرى كالفرز، والتدريج، والتعبئة، و النقل، والتبريد حيث يفقد خلالهما حوالي ٢٠٪ من الناتج، وتزداد تلك النسبة في الخضر نتيجة لطبيعتها الغضة، ولتخلف العمليات التسويقية، لذا يمكن تقليل الفاقد بالجمع الصحيح والتدريج واستخدام العبوات المناسبة في عمليات التعبئة، والنقل، وتوفير المعلومات بصفة دورية علي الطلب الحالي والمتوقع علي السلع التي يمكن إنتاجها في المنطقة(١: ص ٤٦٨).

المشكلة البحثية

اهتمت معظم الدراسات السابقة المتعلقة بالجانب الإنتاجي دون الجانب التسويقي، كما اقتصرت معظم جهود الإرشاد الزراعي على تقديم الخدمات المتعلقة بالمعاملات والتقنيات الإنتاجية، مع قلة ما تم تقديمه للزراع فيما يتعلق بالجانب التسويقي للمحاصيل المختلفة، ولما كان التسويق الجيد يبدأ منذ التفكير في الزراعة، أى ماذا ولمن ومتى نزرع وما هي تفضيلات المستهلك وما هي الأسعار المتوقعة، فكلها أسئلة ترتبط بمتطلبات السوق، بالإضافة إلى افتقار المزارعين للمعلومات والأنشطة التسويقية، وارتفاع معدلات الفقد أثناء عمليات ما بعد الحصاد و التى بلغت نسبته فى محصول الفاصوليا ٣٥٪ وتعد محاصيل الخضر من المحاصيل التي

تواجه مشكلة في تسويقها محليا وعالميا نظرا للتوسع المستمر في زراعتها ودخول منتجين جدد يزيد من الحاجة إلى دراسة دور الإرشاد الزراعي فى مجال تسويق الزراع لمحاصيل الخضر بصفة عامة ومحصول الفاصوليا بصفة خاصة وذلك اتساقا مع التوجهات الحديثة لجهاز الإرشاد الزراعي من برامج إرشادية مخططة بصورة جيدة تدرس احتياجات الأسواق وتوجيه الزراع إلى الوجهة السليمة، والتعرف على احتياجات ومشكلات الزراع في تسويق هذا المحصول حيث يعد بداية صحيحة للتغلب عليها فنيا وادريا وإرشاديا وفقا لطبيعة تلك الاحتياجات والمشكلات ذاتها.

أهداف البحث:

وبناء على العرض السابق للمشكلة البحثية تم تحديد الأهداف التالية:

١- التعرف على درجة معرفة و تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية الإرشادية الخاصة بعمليات تسويق محصول الفاصوليا.

٢- تحديد العلاقة بين كل من درجة معرفة و تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية الإرشادية الخاصة بعمليات تسويق محصول الفاصوليا، والمتغيرات المستقلة التالية: السن، والحالة التعليمية، وعدد أفراد الأسرة العاملين بالزراعة، والمساحة المنزرعة بالمحصول، وعدد سنوات الخبرة في زراعة المحصول.

٣- التعرف على مصادر المعلومات التي يتعرض لها الزراع المبحوثين للحصول على معلوماتهم التسويقية لمحصول الفاصوليا.

٤- التعرف على الأهمية النسبية للمشكلات التسويقية المتعلقة بمحصول الفاصوليا من وجهة نظرالزراع المبحوثين.

الفروض البحثية:

لتحقيق الهدف البحثى الثانى تم صياغة الفرض البحثى التالى(توجد علاقة ارتباطية بين كل من درجة معرفة وتنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية التسويقية الخاصة بعمليات تسويق محصول الفاصوليا، والمتغيرات المستقلة التالية: السن، والحالة التعليمية، وعدد أفراد الأسرة العاملين بالزراعة، والمساحة المنزرعة بالمحصول، وعدد سنوات الخبرة في زراعة المحصول).

المصطلحات البحثية

الدور الحالى للإرشاد الزراعى فى تسويق الزراع لمحصول الفاصوليا: هو تعليم وتوجيه الزراع من خلال نشر وتقديم أحدث الطرق والأساليب الزراعية الإنتاجية، والتسويقية الخاصة بالمحصول، والعمل علي تقليل الفاقد منه.

المعارف الإرشادية الفنية التى ينقلها الإرشاد الزراعى فى مجال تسويق الزراع لمحصول الفاصوليا: هى مجموعة حزم التوصيات الفنية الإرشادية والمتعلقة بكل عملية من عمليات التسويق المدروسة.

عمليات تسويق محصول الفاصوليا: هى: الجمع، والفرز، والتدريج، والتعبئة، والتبريد، والنقل، وذلك من خلال إعداد المنتجات الزراعية بالصورة التي تحقق أعلي عائد للمزارع وبأقل التكاليف الممكنة.

الطريقـــة البحثية

منطقة البحث وعينته

اجري هذا البحث في محافظة الإسماعيلية والتي يجود بها زراعة محاصيل الخضر نظرا لملائمة تربتها ومناخها لزراعة هذه المحاصيل، حيث بلغت المساحة المنزرعة بمحاصيل الخضر إجمالاً ٢٨،١٨٠ ألف فدان للعروة الشتوي لعام ٢٠٠٨، بينما بلغت المساحة المنزرعة بمحصول الفاصوليا ٥٩٨٤ فدان تمثل٢١٪ من إجمالي المساحة المنزرعة خضر بالمحافظة(٤)، وتضم محافظة الإسماعيلية ٥ مراكز إدارية هى الإسماعيلية، والتل الكبير، وفايد، والقنطرة غرب، والقنطرة شرق، وقد تم اختيار اكبر مركز من حيث المساحة المنزرعة بالمحصول فى العروة الشتوى لعام ٢٠٠٨، و بنفس المعيار تم اختيار اكبر قرية فكانت قرية سرابيوم الهويس من مركز فايد، واعتمادا على معادلة كريجسى ومورجان (٨: ٢٦) بلغ حجم عينة البحث ١٠٥ مبحوثاً بنسبة ٢٨,٨ ٪ من إجمالي الشاملة والبالغ عددهم ٣٦٥ مزارعا بالقرية المختارة من زراع محصول الفاصوليا كما تم اختيارهم بطريقة عشوائية منتظمة، وذلك باستخدام سجلات الحصر الموجودة بالجمعيات التعاونية الزراعية.

المعالجة الكمية للبيانات:

تمت المعالجة الكمية للبيانات علي النحو التالي:

أولا: قياس المتغير التابع:

لقياس درجة معرفة وتنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنيـــة المدروســـة الخاصـــة بعمليات تسويق محصول الفاصوليا وهى: الجمع، والفرز، والتـــدريج، والتعبئـــة، والتبريـــد،

والنقل، وتم إعطاء المبحوث درجة واحدة فى حالة يعرف، (صفر) فى حالة لا يعرف، وعلى نفس المنوال تم قياس درجة التنفيذ.

ثانيا: مصادر المعلومات التي يتعرض لها الزراع المبحوثين و درجة استفادتهم منها

تم قياسها من خلال معيارين هما درجة التعرض للمصادر التى يستقى منها الزراع المبحوثين معلوماتهم فى مجال تسويق محاصيل الخضر المدروسة، و درجة الاستفادة من تلك المصادر وذلك من خلال ثلاث استجابات لكل منهما وهى عالية، ومتوسطة، ومنخفضة، وتم إعطاء الدرجات ٣، ٢، ١ على الترتيب ولإيجاد الدرجة المتوسطة لكل مصدر من مصادر المعلومات على حدة يتم ضرب عدد المبحوثين في كل فئة في الدرجة القيمية لها، ثم جمعها وقسمة الناتج على مجموع المبحوثين، والتي يتم الترتيب على أساسها ترتيباً تنازلياً لدرجتى التعرض و الاستفادة من مصادر المعلومات المدروسة.

ثالثا: المشكلات التسويقية

تم تحديد الأهمية النسبية للمشكلات التسويقية لمحصول الفاصوليا من وجهة نظر الزراع المبحوثين وذلك باختيار أحد أربع استجابات وهى : (هامة، متوسطة الأهمية، غير هامة، لا توجد) أمام كل مشكلة من المشكلات المدروسة ، وبذلك ينال كل مبحوث الدرجات المقابلة لتلك الاستجابات ٣، ٢، ١، صفر على الترتيب طبقا لاستجابتهم، وتم ترتيب درجة الأهمية النسبية لكل مشكلة طبقا للدرجة المتوسطة.

تم جمع بيانات الدراسة خلال شهرى نوفمبر وديسمبر عام ٢٠٠٨ باستخدام استمارة استبيان، والتى تحتوى على الأسئلة التى تحقق الأهداف البحثية المطلوبة من خلال المقابلة الشخصية للباحث مع الزراع المبحوثين، وتم تحليل البيانات البحثية واختبار الفرض البحثى باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة وهى: معامل الارتباط البسيط والمتوسط الحسابى، والعرض الجدولي بالتكرارات، والنسب المئوية، مستعيناً باستخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية "SPSS" من خلال الحاسب الآلى.

النتائج ومناقشتها

أولاً : درجة معرفة و تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية الإرشادية التسويقية الخاصة بعمليات تسويق محصول الفاصوليا

أشارت النتائج الواردة بالجدول رقم (١) أن الدرجة المتوسطة للمعرفة بالتوصيات الفنية لتسويق محصول الفاصوليا تراوحت بين٠,٩٥ درجة، ٠,٥٢درجة وأن الدرجة المتوسطة لتنفيذ التوصيات الفنية لتسويق محصول الفاصوليا تراوحت بين ٠,٧٦درجة، ٠,١٩

درجة وتم ترتيب التوصيات الإرشادية الفنية التى تتضمنها العمليات التسويقية لمحصول الفاصوليا وفقا لمتوسط درجتي المعرفة والتنفيذ كما يلى:

عمليات جمع المحصول

جاء الجمع بعد تطاير الندى فى الصباح والجمع بالسنارة بدرجة متوسطة ٠،٩٥ درجة فى المعرفة والدرجة المتوسطة للتنفيذ ٠,٧٦درجة ، و جاء الجمع كل ٣ أيام للأصناف الرفيعة فى العروة الشتوية، والجمع كل ٥ أيام للعروة الشتوية للأصناف السميكة بدرجة متوسطة ٠,٧٦ درجة للمعرفة والدرجة المتوسطة للتنفيذ ٠,٥٧ درجة،

عمليات فرز المحصول

جاء توفير المكان المناسب للفرز بدرجة متوسطة قدرها ٠,٧٦ درجة للمعرفة، و ٠,٦٠ درجة للتنفيذ، وجاء استبعاد القرون غير المطابقة للمواصفات والمشوهة والمقطوعة بدرجة متوسطة قدرها ٠,٦٦ درجة للمعرفة، و ٠,٤٧ درجة للتنفيذ ، وأن يقوم بالفرز عمال مدربون بدرجة متوسطة ٠،٦٠ درجة للمعرفة و٠,٥٢ درجة للتنفيذ، وجاء الفرز على مشمع نظيف بدرجة متوسطة قدرها ٠,٥٧ درجة للمعرفة و ٠,٤٠ درجة للتنفيذ، وجاء تجنب وضع المحصول فى أكوام بدرجتى معرفة وتنفيذ ٠،٥٢، ٠،٣٩ درجة على الترتيب.

عملية تدريج المحصول

جاء التدريج حسب الحجم و طول القرن بدرجة متوسطة قدرها ٠,٨٠ درجة للمعرفة، و بدرجة ٠,٧٣ درجة للتنفيذ.

عمليات تعبئة المحصول

جاءت التعبئة فى أقفاص بلاستيكية فى الحقل بدرجة متوسطة فى المعرفة قدرها ٠,٨٥درجة، والدرجة المتوسطة للتنفيذ ٠,٦٨درجة، والتعبئة فى عبوات فبر صغيرة بعد التدريج والفرز من اجل التصدير بدرجة متوسطة قدرها ٠،٦٨ درجة للمعرفة و الدرجة المتوسطة للتنفيذ قدرها ٠,٦٢ درجة، وجاء تغليف العبوات بطبقة بلاستيكية بدرجة متوسطة للمعرفة قدرها ٠,٦٢درجة، و الدرجة المتوسطة للتنفيذ ٠,٤٩ درجة.

عملية التبريد

جاء التبريد فى الثلاجات من اجل التصدير تحت الظروف الخاصة والمناسبة للحفاظ على جودة القرون بدرجة متوسطة قدرها ٠,٨٣ درجة للمعرفة، والتنفيذ بدرجة متوسطة قدرها ٠,١٩ درجة، والتبريد المبدئى بوضعها فى مكان مظلل بدرجة متوسطة قدرها ٠,٨٠ درجة فى المعرفة، والدرجة المتوسطة للتنفيذ قدرها ٠,٥١درجة.

عملية النقل

جاء النقل فى عربات مغطاة للصناديق البلاستكية للسوق المحلى بدرجة متوسطة قدرها ٠,٧٦ درجة للمعرفة، بينما كانت الدرجة المتوسطة للتنفيذ ٠,٦٠ درجة، ويتم النقل ليلا بدرجة متوسطة قدرها ٠,٦٧ درجة فى المعرفة، والدرجة المتوسطة للتنفيذ قدرها ٠,٥٢ درجة، والنقل فى عربات مجهزة فى حالة التصدير بدرجة متوسطة قدرها ٠,٦١ درجة للمعرفة، والدرجة المتوسطة للتنفيذ ٠,٣٨ درجة.

ثانياً: تحديد العلاقة بين كل من درجة معرفة و تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية الإرشادية التسويقية الخاصة بعمليات تسويق محصول الفاصوليا، والمتغيرات المستقلة،

أ- باختبار معنوية العلاقة بين درجة معرفة المبحوثين المتعلقة بالتوصيات الفنية الخاصة بعمليات تسويق محصول الفاصوليا، وكل من المتغيرات المستقلة المدروسة، أوضحت النتائج الواردة بجدول رقم (٢) ما يلي:

- وجود علاقة معنوية موجبة بين السن وبين عملية التبريد عند مستوى معنوية ٠,٠١ مما يعنى انه كلما زاد السن، زادت معرفة الزراع المبحوثين بتوصيات عملية التبريد.
- وجود علاقة معنوية موجبة بين المستوى التعليمي وبين عملية النقل عند مستوى ٠,٠١، بينما توجد علاقة عند مستوى ٠,٠٥ مع عملية التعبئة مما يشير انه كلما زاد المستوى التعليمي، زادت معرفة الزراع المبحوثين بالتوصيات الفنية الإرشادية لعمليتي النقل، والتعبئة.
- وجود علاقة معنوية موجبة عند مستوى٠,٠١ بين عدد أفراد لأسرة وعملية فرز المحصول، بينما توجد علاقة عند مستوى معنوية ٠,٠٥ مع عملية الجمع مما يشير إلى انه كلما زاد عدد أفراد الأسرة العاملين بالزراعة زادت معرفة الزراع المبحوثين بالتوصيات الفنية الإرشادية لعمليتى الجمع، والفرز.
- وجود علاقة معنوية موجبة بين المساحة المنزرعة بالمحصول وبين عملية الفرز عند مستوى معنوية ٠,٠١مما يعنى انه كلما زادت المساحة المنزرعة بالمحصول زادت معرفة الزراع المبحوثين بالتوصيات الفنية الإرشادية لعملية الفرز.
- وجود ارتباط معنوى بين عدد سنوات الخبرة فى زراعة المحصول وبين درجة معرفة الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية الخاصة لعملية النقل عند مستوى ٠,٠١

مما يعنى كلما زادت عدد سنوات الخبرة فى زراعة لمحصول زادت درجة معرفة الزراع بالتوصيات الفنية الإرشادية لعملية النقل.

ب- باختبار معنوية العلاقة بين درجة تنفيذ المبحوثين المتعلقة بالتوصيات الفنية الخاصة بعمليات تسويق محصول الفاصوليا، وكل من المتغيرات المستقلة المدروسة، أوضحت النتائج الواردة بجدول رقم (٣) ما يلي:

- وجود علاقة معنوية موجبة بين السن وبين عملية التبريد عند مستوى ٠,٠١ مما يعنى انه كلما زاد السن زاد درجة تنفيذ الزراع المبحوثين لتوصيات عملية التبريد.
- وجود علاقة معنوية موجبة بين المستوى التعليمي وبين عملية الفرز عند مستوى ٠,٠١، بينما توجد علاقة بين عملية التبريد وبين المستوى التعليمي للمبحوثين عند مستوى معنوي ٠,٠٥ مما يشير انه كلما زاد المستوى التعليمي زادت درجة تنفيذ الزراع المبحوثين لتوصيات عمليتي الفرز والتبريد،
- وجود علاقة معنوية موجبة عند مستوى٠,٠١ بين عدد أفراد الأسرة وعمليتي جمع المحصول، والنقل بينما توجد علاقة معنوية مع عملية التبريد عند مستوى٠,٠٥ و بين عدد أفراد الأسرة العاملين بالزراعة مما يشير إلى انه كلما زاد عدد أفراد الأسرة العاملين بالزراعة زادت درجة تنفيذ الزراع المبحوثين بتوصيات عمليات الجمع، و التبريد، والنقل.
- وجود علاقة معنوية موجبة بين المساحة المنزرعة بالمحصول وبين عمليتي التعبئة، والنقل عند مستوى٠,٠١مما يعنى انه كلما زادت المساحة المنزرعة بالمحصول زادت درجة تنفيذ الزراع المبحوثين لتوصيات عمليتي التعبئة، والنقل.
- وجود علاقة معنوية موجبة بين عدد سنوات الخبرة فى زراعة لمحصول وبين عملية النقل عند مستوى ٠,٠١ مما يشير إلى إنه كلما زادت عدد سنوات الخبرة فى زراعة لمحصول زادت درجة تنفيذ الزراع المبحوثين بتوصيات عملية النقل.

ثالثاً: التعرف على المصادر التي يستقى منها الزراع المبحوثين معلوماتهم التسويقية لمحصول الفاصوليا

أشارت النتائج الواردة بالجدول رقم (٤) أن درجة تعرض الزراع المبحوثين لمصادر المعلومات المدروسة مرتبة تنازليا كما يلى:

- الجيران من الزراع ذوى الخبرة بالقرية جاءت فى المرتبة الأولى بدرجة متوسطة قدرها ٢,٨ درجة، و فى المرتبة الثانية المرشد الزراعي بالقرية بدرجة متوسطة قدرها ٢,٦٤

درجة، ومصدر تجار مستلزمات الإنتاج بدرجة متوسطة قدرها ٢,٢٦درجة فى المرتبة الثالثة، بينما جاء مصدر وكلاء الشركات الزراعية التسويقية فى الترتيب الرابع بدرجة متوسطة قدرها ٢,١١ درجة، وأن درجة تعرض الزراع المبحوثين لمدير الجمعية التعاونية الزراعية فى المرتبة الخامسة بدرجة متوسطة قدرها ٠,٨٢درجة ، وجاء مصدر أخصائي محاصيل الخضر فى المرتبة السادسة بدرجة متوسطة قدرها ٠,٨٢ درجة، فى حين جاءت درجة التعرض لمصدر النشرات الفنية الإرشادية بدرجة متوسطة قدرها ٠,٧٤ درجة فى الترتيب السابع، وجاء مصدر جمعية تسويق الخضر والفاكهة بدرجة متوسطة قدرها ٠,٦٥ درجة فى المرتبة الثامنة ، ومصدر البرامج التلفزيونية الزراعية جاء بدرجة متوسطة قدرها ٠,٦١ درجة فى المرتبة التاسعة، وأن درجة تعرض لمصدر محطات البحوث الزراعية جاءت فى المرتبة العاشرة بدرجة متوسطة قدرها ٠,٥٥درجة، وجاء مصدر المجلة الإرشادية بدرجة متوسطة قدرها ٠,٦ درجة فى المرتبة الحادية عشر، وجاءت درجة التعرض لمصدر مفتش الإرشاد بالمركز بدرجة متوسطة قدرها ٠,٦ درجة فى المرتبة الثانية عشر، وأخيرا جاء مصدر البرامج الإذاعية الزراعية بدرجة متوسطة قدرها ٠,٢٧درجة درجة فى الترتيب الثالث عشر.

أشارت النتائج الواردة بالجدول رقم (٤) أن درجة استفادة الزراع المبحوثين من مصادر المعلومات المدروسة مرتبة تنازليا كما يلى:

احتل الجيران الزراع ذوى الخبرة بالقرية احتلت المرتبة الأولى بدرجة متوسطة قدرها ٢,٥٧ درجة ويليه المرشد الزراعى بالقرية بدرجة متوسطة قدرها ١,٨٦درجة، ثم تجار مستلزمات الإنتاج بدرجة متوسطة قدرها ٢,٢٦ درجة، وجاء مصدر وكلاء الشركات الزراعية التسويقية فى الترتيب الرابع بدرجة متوسطة قدرها ٢,١١ درجة، بينما جاء مصدر مدير الجمعية التعاونية الزراعية فى المرتبة الخامسة بدرجة متوسطة قدرها ٠,٩٢ درجة، وجاء مصدر النشرات الفنية الإرشادية بدرجة متوسطة قدرها ٠,٦٨درجة فى الترتيب السادس، وكان مصدر البرامج التلفزيونية الزراعية فى المرتبة السابعة بدرجة متوسطة قدرها ٠,٥٣ درجة، و مصدر أخصائي محاصيل الخضر فى المرتبة الثامنة بدرجة متوسطة قدرها ٠,٥١ درجة، ومصدر محطات البحوث الزراعية جاءت بدرجة متوسطة قدرها ٠,٤٦ درجة فى المرتبة التاسعة، وجاء فى الترتيب العاشر مصدر المجلة الإرشادية الزراعية بدرجة متوسطة قدرها ٠,٤٢ درجة، ومفتش الإرشاد بالمركز بدرجة متوسطة قدرها ٠,٤١درجة فى المرتبة الحادية عشر، وجمعية تسويق الخضر والفاكهة جاءت بدرجة متوسطة قدرها ٠,٢٥

درجة فى المرتبة الثانية عشر، وأخيرا جاء مصدر البرامج الإذاعية الزراعية بدرجة متوسطة قدرها ٠,١١ درجة فى الترتيب الأخير.

يتضح مما سبق أن أكثر المصادر التى تعرض لها الزراع المبحوثين للحصول على معلوماتهم التسويقية لمحصول الفاصوليا كان مصدر الجيران من الزراع ذو الخبرة بالقرية و أقل مصدر كان المجلة الإرشادية الزراعية بينما كان أكثر المصادر استفاد منها الزراع المبحوثين فى الحصول على معلوماتهم التسويقية لمحصول الفاصوليا كان مصدر الجيران من الزراع ذو الخبرة بالقرية و أقل مصدر البرامج الإذاعية الزراعية.

يتبن مما سبق أن هناك قصور فى دور الجهاز الإرشادي الزراعي فى توصيل المعلومات التسويقية من مصادرها الإرشادية إلى الزراع المبحوثين.

رابعا: التعرف على الأهمية النسبية للمشكلات التسويقية المتعلقة بمحصول الفاصوليا من وجهة نظر الزراع المبحوثين.

أوضحت النتائج الواردة بالجدول رقم (٥) أن أهم المشاكل التسويقية التي تقابل زراع محصول الفاصوليا المبحوثين هى:

١- مشاكل خاصة بعملية الجمع لمحصول الفاصوليا

جاءت مشكلة ارتفاع تكاليف الجمع فى المرتبة الأولى بدرجة متوسطة قدرها ١,٣، وجاءت مشكلة عدم إجراء عملية التبريد المبدئي بالحقل فى المرتبة الثانية بدرجة متوسطة قدرها ١,٣، وفى المرتبة الأخيرة جاءت مشكلة قلة العمالة المهرة والمدربة على عملية الجمع بالحقل بدرجة متوسطة قدرها ٠,٨، مما يؤدى إلى عدم تنفيذ التوصيات الفنية الموصى بها لتسويق المحصول و يمثل عائقا أمام الزراع المبحوثين.

٢- مشاكل خاصة بالفرز والتدريج

جاءت مشكلة عدم وجود محطات آلية للفرز والتدريج فى المرتبة الأولى بدرجة متوسطة قدرها ٢,٢درجة، و جاءت مشكلة عدم وجود معايير واضحة للدرجات أو الرتب بدرجة متوسطة قدرها ٢,١ درجة فى المرتبة الثانية، وفى المرتبة الثالثة جاءت مشكلة عدم وجود عمال مدربين على عمليتى الفرز والتدريج بدرجة متوسطة قدرها ١,٦ درجة، و جاء فى المرتبة الرابعة مشكلة جاءت كثرة الثمار المجروحة والمصابة بدرجة متوسطة قدرها ٢ درجة، و فى المرتبة الأخيرة مشكلة كثرة الثمار غير مكتملة النضج بدرجة متوسطة قدرها ٠,٩ درجة، يتضح مما سبق ان قلة وجود عمال مدربون على الفرز والتدريج تمثل عائقا أمامهم مما يؤدى إلى انخفاض سعر بيع المحصول عند التسويق.

٣- مشاكل خاصة بالتعبئة

جاءت مشكلة ارتفاع أسعار العبوات فى المرتبة الأولى بدرجة متوسطة قدرها ٢,٢ درجة، و فى المرتبة الثانية جاءت مشكلة عدم توفر العبوات المناسبة بدرجة متوسطة قدرها ١,٣ درجة، وفى المرتبة الأخيرة جاءت مشكلة عدم وجود عمال مدربين على عمليتي التغليف والتعبئة بدرجة متوسطة قدرها ٠,٩ درجة الأمر الذى يقف حائلا دون تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية المتعلقة بعمليات التعبئة رغم معرفتهم لها مما يوثر على الثمار ويقلل من كفاءة التسويق.

٤-مشاكل خاصة بعمليات النقل

جاءت مشكلة ارتفاع تكاليف النقل فى المرتبة الأولى بدرجة متوسطة قدرها ٢,٤ درجة، وجاءت مشكلة عدم كفاية وسائل النقل في الأوقات المطلوبة فى المرتبة الثانية بدرجة متوسطة قدرها ١,٨ درجة، فى حين جاءت مشكلة عدم مناسبة وسائل النقل لطبيعة السلعة فى المرتبة الأخيرة بدرجة متوسطة قدرها ٠,٦ درجة الأمر الذى يؤدى إلى قيام الزراع بجمع المحصول سريعا مما يقلل من جودة الثمار، وانخفاض جودتها التسويقية.

وبحساب المتوسط العام للأهمية النسبية للمشكلات التسويقية من وجهة نظر الزراع المبحوثين بلغ (١,٤) و اعتبرت المشكلات التى تزيد عن المتوسط العام مشكلات ملحة وضرورية ومنها عدم وجود محطات آلية للفرز والتدريج، وعدم وجود معايير واضحة للدرجات أو الرتب، و ارتفاع أسعار العبوات، ارتفاع تكاليف النقل، وعدم كفاية وسائل النقل في الأوقات المطلوبة، والمشكلات التى تقل أهميتها النسبية عن المتوسط العام مشكلات اقل أهمية ومنها ارتفاع تكاليف الجمع، وعدم وجود عمال مدربين على عمليتي التغليف والتعبئة، كثرة الثمار غير مكتملة النضج.

استنادا لما أسفرت عنه نتائج الدراسة أمكن الوصول إلى مجموعة من الفوائد التطبيقية كمتطلبات أساسية للدور الارشادى التسويقى فى محافظة الإسماعيلية.

- أن درجة معرفة و تنفيذ الزراع المبحوثين لعمليات تسويق محصول الفاصوليا إجمالا تراوحت بين حد أقصى بدرجة متوسطة ٠,٩٥ درجة، وحد أدنى ٠,٠,٥٢درجة لدرجة المعرفة و بدرجة متوسطة ٠,٧٦ درجة كحد أقصى وبدرجة متوسطة ٠,١٩ كحد أدنى لدرجة التنفيذ للعمليات التسويقية.

لذلك يجب مراعاة ما يلى: العمل على تنمية المعرفة، والتنفيذ للعمليات التسويقية المدروسة للزراع المبحوثين من خلال الجهاز الإرشادي، و الاهتمام بتزويد زراع محصول الفاصوليا

بمحافظة الإسماعيلية بالتوصيات الفنية الخاصة بالعمليات التالية: تدريج المحصول، والتعبئة، والتبريد، والفرز.

- أن أكثر المصادر التى تعرض و استفاد منها الزراع المبحوثين فى الحصول على معلوماتهم التسويقية كان مصدر الجيران من الزراع ذو الخبرة بالقرية وأقل مصدر كان البرامج الإذاعية الزراعية.

لذا يجب الاهتمام بمصادر المعلومات الأخرى التى يحصل منها الزراع على معلوماتهم التسويقية، مع تزويد الجيران بالمعلومات الحديثة باستمرار.

- اتضح من النتائج المتعلقة بالمشكلات أن أهمها كان: عدم وجود محطات آلية للفرز والتدريج، ارتفاع أسعار العبوات، ارتفاع تكاليف الجمع، ارتفاع تكاليف النقل، عدم وجود معايير واضحة للدرجات أو الرتب.

لذا يجب على المعنيين والمسئولين على أهمية عمل روابط للزراع تساعدهم على حل تلك المشكلات، أو الاشتراك فى جمعيات تسويق الخضر والفاكهة الموجودة بالمحافظة.

جدول رقم (١) توزيع الزراع المبحوثين وفقا لدرجتى المعرفة و التنفيذ للتوصيات الإرشادية الفنية التسويقية الخاصة بعمليات تسويق لمحصول الفاصوليا

التوصيات	المعرفة				التنفيذ				الدرجة المتوسطة للمعرفة	الدرجة المتوسطة للتنفيذ
	يعرف		لا يعرف		ينفذ		لا ينفذ			
	عدد	٪	عدد	٪	عدد	٪	عدد	٪		
عمليات جمع المحصول										
يتم الجمع بعد تطاير الندى فى الصباح ويتم الجمع بالسنارة	١٠٠	٩٥,٢	٥	٤,٨	٨٠	٧٦,١	٢٥	٢٣,٩	٠,٩٥	٠,٧٦
يتم الجمع كل ٣ أيام للأصناف الرفيعة فى العروة الشتوية ويتم الجمع كل ٥ أيام للعروة الشتوية للأصناف السميكة	٨٠	٧٦,١	٢٥	٢٣,٩	٦٠	٥٧,١	٤٥	٤٢,٩	٠,٧٦	٠,٥٧
عمليات فرز المحصول										
يتم استبعاد القرون غير المطابقة للمواصفات والمشوهة والمقطوعة	٧٠	٦٦,٦	٣٥	٣٣,٤	٥٠	٤٧,٦	٥٥	٥٢,٤	٠,٦٦	٠,٤٧
توفير المكان المناسب للفرز	٨٠	٧٦,١	٢٥	٢٣,٩	٦٣	٦٠	٤٢	٤٠	٠,٧٦	٠,٦٠
أن يتم الفرز على مشمع نظيف	٦٠	٥٧,١	٤٥	٤٢,٩	٤٢	٤٠	٦٣	٦٠	٠,٥٧	٠,٤٠
تجنب وضع المحصول فى أكوام	٥٥	٥٢,٣	٥٠	٤٧,٧	٤١	٣٩	٦٤	٦١	٠,٥٢	٠,٣٩
أن يقوم بالفرز عمال مدربون	٦٣	٦٠	٤٢	٤٠	٥٥	٥٢,٣	٥٠	٤٧,٧	٠,٦٠	٠,٥٢
عمليات تدريج المحصول										
يتم التدريج حسب الحجم وطول القرن	٨٤	٨٠	٢١	٢٠	٧٧	٧٣,٣	٢٨	٢٦,٧	٠,٨٠	٠,٧٣
عمليات تعبئة المحصول										
التعبئة فى أقفاص بلاستيكية فى الحقل	٩٠	٨٥,٧	١٥	١٤,٣	٧٢	٦٨,٥	٣٢	٣١,٥	٠,٨٥	٠,٦٨
التعبئة فى عبوات فبر صغيرة بعد التدريج، والفرز من اجل التصدير	٧٢	٦٨,٥	٣٣	٣١,٥	٦٦	٦٢,٨	٣٩	٣٧,٢	٠,٦٨	٠,٦٢
تغليف العبوات بطبقة بلاستيكية	٦٦	٦٢،٨	٣٩	٣٧,٢	٥٢	٤٩،٥	٥٣	٥٠،٥	٠,٦٢	٠,٤٩

تابع جدول رقم (١)

التوصيات	المعرفة				التنفيذ				الدرجة المتوسطة للمعرفة	الدرجة المتوسطة للتنفيذ
	يعرف		لا يعرف		ينفذ		لاينفذ			
	عدد	٪	عدد	٪	عدد	٪	عدد	٪		
التبريد										
التبريد المبدئى فى الحقل بوضعها فى مكان مظلل	٨٥	٨٠,٩	٢٠	١٩,١	٥٤	٥١,٤	٥١	٤٩,٦	٠,٨٠	٠,٥١
التبريد فى الثلاجات من اجل التصدير تحت الظروف الخاصة والمناسبة للحفاظ على جودة القرون	٨٨	٨٣,٣	١٧	١٦,٧	٢٠	١٩	٨٥	٨١	٠,٨٣	٠,١٩
النقل										
يتم النقل فى عربات مكشوفة للأقفاص البلاستكية للسوق المحلى	٨٠	٧٦,١	٢٥	٢٣,٩	٦٣	٦٠	٤٢	٤٠	٠,٧٦	٠,٦٠
ويتم النقل ليلا	٧١	٦٧,٦	٣٤	٣٢,٤	٥٥	٥٢	٥٠	٤٨	٠,٦٧	٠,٥٢
يتم النقل فى عربات مجهزة فى حالة التصدير	٦٥	٦١,٩	٤٠	٣٨,١	٤٠	٣٨	٦٥	٦٢	٠,٦١	٠,٣٨

المصدر: جمعت وحسبت من واقع بيانات استمارة الاستبيان

جدول رقم (٢) قيم معاملات الارتباط البسيط بين درجة المعرفة للتوصيات الإرشادية الفنية الخاصة بعمليات تسويق محصول الفاصوليا، وكل من المتغيرات المستقلة المدروسة

درجة المعرفة بالتوصيات / المتغيرات المستقلة	الجمع	الفرز	التدريج	التعبئة	التبريد	النقل
السن	٠,٠٢٩	٠,٠٥٦	٠,٠١١	٠,٠٢٤	**٠,٢٨٠	٠,٠٨٣
المستوى التعليمي	٠,٠٠٦	٠,٠٩٩	٠,١٠٧	*٠,١٨٧	٠,١٢٢	**٠,٣٩٦
عدد أفراد الأسرة العاملين بالزراعة	*٠,٢٠٠	**٠,٢٧٣	-٠,٠٧٧	-٠,١٣٢	-٠,٠٣٧	٠,٠٠١
المساحة المنزرعة بالمحصول	-٠,٠٤٥	**٠,٢٨٢	٠,٠٨٩	٠,٠٦٣	٠,٠٩١	٠,٠٠٣
عدد سنوات الخبرة في زراعة المحصول	٠,٠٢٠	٠,١٠٢	٠,٠٦٢	-٠,٠٤٨	-٠,٠٥٨	**٠,٢٧٠

* قيمة (ر) معنوية عند ٠،٠٥

** قيمة (ر) معنوية عند ٠،٠١

جدول رقم(٣) قيم معاملات الارتباط البسيط بين درجة التنفيذ للتوصيات الإرشادية الفنية الخاصة بعمليات تسويق محصول الفاصوليا، وكل من المتغيرات المستقلة المدروسة

درجة التنفيذ بالتوصيات / المتغيرات المستقلة	الجمع	الفرز	التدريج	التعبئة	التبريد	النقل
السن	-٠,٠٠٤	٠,١٣٥	٠,١٠٦	٠,١٠٨	**٠,٢٨٦	-٠,١٠٠
المستوى التعليمي	٠,١١٨	**٠,٢٨٦	٠,١٠١	٠,٠٣١	*٠,١٨٢	٠,٠٢٨
عدد أفراد الاسرة العاملين بالزراعة	**٠,٢٦٨	٠,١٥٠	-٠,١٠٠	٠,٠٢٦	*٠,١٨٦	**٠,٣٧٣
المساحة المنزرعة بالمحصول	٠,٠٠٤	٠,١٣٣	-٠,١٤٢	**٠,٢٤٩	٠,٠٧٤	**٠,٣٦٠
عدد سنوات الخبرة في زراعة المحصول	٠,١١٧	٠,٠٨٥	٠,٠٠٠	٠,١٢٤	٠,٠٧٨	**٠,٣٦٥

* قيمة (ر) معنوية عند ٠،٠٥

** قيمة (ر) معنوية عند ٠،٠١

جدول رقم (٤) توزيع الزراع المبحوثين وفقاً لدرجتى التعرض و الاستفادة من مصادر المعلومات المدروسة لمحصول القاصوليا

المصادر	درجة التعرض								الدرجة المتوسطة للتعرض	درجة الاستفادة								الدرجة المتوسطة للاستفادة
	عالية		متوسطة		منخفضة		لا			عالية		متوسطة		الدرجة المتوسطة		لا		
	عدد	٪	عدد	٪	عدد	٪	عدد	٪		عدد	٪	عدد	٪	عدد	٪	عدد	٪	
المرشد الزراعي بالقرية	٧٣	٦٩,٥	٢٧	٢٥,٧	٥	٤,٧	٠	٠	٢,٦٤	٣٥	٣٣,٣	٣٧	٣٥,٢	١٧	١٦,١	١٦	١٥,٢	١,٨٦
مفتش الإرشاد بالمركز	٢	١,٩	١٨	١٧,٤	٢١	٢٠	٦٤	٦٠,٩	٠,٦	٣	٢,٨	٧	٦,٦	٢١	٢٠	٧٤	٧٠,٤	٠,٤١
مدير الجمعية التعاونية الزراعية،	١٠	٩,٥	٣٥	٣٣,٣	٢٤	٢٢,٨	٣٦	٣٤،	١,٠١٨	٦	٥,٧	٢١	٢٠	٣٧	٣٥,٢	٤١	٣٩	٠,٩٢
أخصائي محاصيل الخضر،	١٢	١١,٤	١٦	١٥,٢	١٩	١٨	٥٨	٥٥	٠,٨٢	٥	٤,٧	٩	٨,٥	٢١	٢٠	٧٠	٦٦,٦	٠,٥١
البرامج التلفزيونية الزراعية،	٣	٢,٨	١٥	١٤,٢	٢٦	٢٤,٧	٦١	٥٨	٠,٦١	٥	٤,٧	٥	٤,٧	٣١	٢٩,٥	٦٤	٦٠,٩	٠,٥٣
البرامج الإذاعية الزراعية	٣	٢,٨	٠	٠	٢٠	١٩	٨٢	٧٨	٠,٢٧	٣	٢,٨	٠	٠	٣	٢,٨	٩٩	٩٤,٢	٠,١١
النشرات الفنية الإرشادية،	٣	٢,٨	١٥	١٤,٢	٣٩	٣٧,١	٤٨	٤٥,٧	٠,٧٤	٣	٢,٨	٨	٧,٦	٣٧	٣٥,٢	٥٧	٥٤,٢	٠,٦٨
المجلة الإرشادية الزراعية	٢	١,٩	١٣	١٢,٣	٣٢	٣٠,٤	٥٨	٥٥,٤	٠,٦	٠	٠	١٦	١٥,٢	١٣	١٢,٣	٧٦	٧٢,٣	٠,٤٢
جمعية تسويق الخضر و الفاكهة	١٠	٩,٥	١٠	٩,٥	١٩	١٨	٦٦	٦٢,٨	٠,٦٥	٢	١,٩	٤	٣,٨	١٣	١٢,٣	٨٦	٨١,٩	٠,٢٥
الجيران من الزراع ذو الخبرة بالقرية،	٨٧	٨٢,٨	١٦	١٥,٢	٢	١,٩	٠	٠	٢,٨	٧٤	٧٠,٤	١٩	١٨	٨	٧,٦	٤	٣,٨	٢,٥٧
محطات البحوث الزراعية،	٥	٤,٧	١٢	١١,٤	١٩	١٨	٦٩	٦٥,٧	٠,٥٥	٣	٢,٨	٨	٧,٦	٢٤	٢٢,٨	٧٠	٦٦,٦	٠,٤٦
تجار مستلزمات الإنتاج	٥٠	٤٧,٦	٣٨	٣٦	٦	٥,٧	١١	١٠,٤	٢,٢٦	٣٤	٣٢,٣	٣٤	٣٢,٣	٢٤	.٢٢١	١٣	١٢,٣	١,٨٤
وكلاء الشركات الزراعية التسويقية	٤٢	٤٠	٤١	٣٩	١٢	١١,٥	١٠	٩,٥	٢,١١	٣٤	٣٢,٣	٣٤	٣٢,٣	٢٤	٢٢,٨	١٣	١٢,٣	١,٨٤

المصدر: جمعت وحسبت من واقع بيانات استمارة الاستبيان.

جدول رقم(٥) توزيع الزراع المبحوثين وفقاً للأهمية النسبية للمشكلات التسويقية لمحصول الفاصوليا

من وجهة نظر الزراع المبحوثين

المشكلـــــــــة	درجة الأهمية النسبية للمشكلة								الدرجة المتوسطة	الترتيب
	هامة		متوسطة الأهمية		غير هامة		لا توجد			
	عدد	٪	عدد	٪	عدد	٪	عدد	٪		
(أ) مشاكل خاصة بعملية الجمع ارتفاع تكاليف الجمع	٣٤	٣٢,٤	١٢	١١,٤	٩	٨,٦	٥٠	٤٧,٦	١,٣	١
قلة العمالة الماهرة والمدربة على عملية الجمع	١٥	١٤,٣	٤	٣,٨	٣٣	٣١,٤	٥٣	٥٠,٥	٠,٨	٣
عدم إجراء عملية التبريد المبدئي بالحقل	١٤	١٣,٣	٢٦	٢٤,٨	٢٠	١٩	٤٥	٤٢,٩	١,١	٢
(ب) مشاكل خاصة بالفرز والتدريج عدم وجود معايير واضحة للدرجات أو الرتب	٥٥	٥٢,٤	٢٠	١٩	٢٠	١٩	١٠	٩,٦	٢,١	٢
كثرة الثمار غير مكتملة النضج	٦	٥,٧	١٩	١٨,١	٣٨	٣٦,٢	٤٢	٤٠	٠,٩	٤
كثرة الثمار المجروحة والمصابة	٤٩	٤٦,٦	٢٥	٢٤	١٦	١٥,٢	١٥	١٤,٢	٠,٦	٥
عدم وجود عمال مدربين على عمليتي الفرز والتدريج	٤١	٣٩	١٦	١٥	١٣	١٢	٣٥	٣٤	١,٦	٣
عدم وجود محطات آلية للفرز والتدريج	٥٩	٥٦,٢	١٤	.١٣	٢٣	٢١,٩	٩	٨,٦	٢,٢	١
(ج)مشاكل والتعبئة عدم توفر العبوات المناسبة	٣٠	٢٨,٦	١٩	١٨,١	٤	٣,٨	٥٢	٤٩,٥	١,٣	٢
ارتفاع أسعار العبوات	٦٧	٦٣,٨	١٤	١٣,٣	٢	١,٩	٢٢	٢١	٢,٢	١
عدم وجود عمال مدربين على عمليتي التغليف والتعبئة	١٠	٩,٦	١٧	١٦,١	٢٦	٢٤,٨	٥٢	٤٩,٥	٠,٩	٣
مشاكل خاصة بعمليات النقل) عدم كفاية وسائل النقل في الأوقات المطلوبة	٤٥	٤٣	١٧	١٦	١٥	١٤	٢٨	٢٧	١,٨	٢
ارتفاع تكاليف النقل	٦٧	٦٣,٧	٢١	٢٠	٧	٦,٧	١٠	٩,٦	٢,٤	١
عدم مناسبة وسائل النقل لطبيعة السلعة	٩	٨,٦	٨	٧,٦	٢٣	٢٢	٦٥	٦١,٨	٠,٦	٣
المتوسط العام	٣٥,٧	٣٤	١٦,٥	١٥,٨	١٧	١٦,٩	٣٤,٨	٣٣,٢	١,٤	

المصدر: جمعت وحسبت من واقع بيانات استمارة الاستبيان ن= ١٠٥ مبحوث

المراجع

١- الطنوبي، محمد عمر (دكتور)، مرجع الإرشاد الزراعي،الطبعة الأولي، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، القاهرة، ١٩٩٨.

٢- العادلى، احمد السيد (دكتور)، " أساسيات علم الإرشاد الزراعى " دار المطبوعات الجديدة، الإسكندرية، ١٩٩٥.

٣- عبد المجيد، ماجدة بهجت(دكتورة)، تعبئة وتخزين الحاصلات البستانية، دار الهدى للمطبوعات، القاهرة، ٢٠٠٣م.

٤- مديرية الزراعة،، بيانات غير منشورة، مركز المعلومات، محافظة الإسماعيلية، ٢٠٠٨.

٥- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، ، إنتاج الخضر وتسويقها، الإدارة العامة للتدريب الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية، القاهرة، ٢٠٠٥ م.

٦- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، بيانات منشورة، الإدارة المركزية للاقتصاد الزراعي، مركز البحوث الزراعية، القاهرة، ٢٠٠٦م.

٧- وزارة الزراعة واستصلاح الاراضى، المحاصيل الصيفية والنيلية، قطاع الشئون الاقتصادية، الإحصاءات الزراعية، الجزء الثانى، القاهرة، يونيو ٢٠٠٧.

8-Rober , V , Krejcie & Daryle W , Morgan , Determining Sample Size For Research Activities, In , Educational and Psychology Measurment, Published by Collega Station, ، Durham, North Carolina, U,S,A,, Vol,30,1970.

THE CURRENT AGRICULTURAL EXTENSION ROLE OF THE FARAMERS FOR MARKETING OF GREEN BEAN CROP IN ISMAILIA GOVERNORATE

*** Prof. Dr. Ahmed Habash Mohamed Elsayed**
**** Prof. Dr. Hassan Abdel Rahman El Karaly ** Wael Mohammed Yahia** *Economics, Extension And Rural Sociology Department Faculty Of Agriculture, Ismailia Suez Canal University.
** Agricultural Extension and Rural Development Research Institute, Agricultural Research Center

ABSTRACT

The research aims at Knowing the degree of knowledge and execution for the technical extensional recommendations of the marketing operations of green bean crop and Identifeiy the relationship between the degree of farmers knowledge and execution of the technical extensional recommendation of marketing green bean crop and the following independent variables: age, education, crops area, crops production for feddan, number of experience years in crops plantation and the number of family numbers working in agriculture, in addition to Knowing the sources from which farmers take their marketing Information for green bean crop Knowing the relative importance of green bean crop marketing problems from the opinion of the farmers.

This research was carried out in Ismailia governorate and the sample size was 105 respondents who were selected randomly among the green bean farmers who reached to 365 farmers. the date of The collection period was during November and December 2008 by interview schedule. The statistical tools were average, percentage and simple correlation.

The research results can be summarized as follows:

the results showed that the degree of farmers knowledge and execution for marketing operations ranged between 0.52-0.95.The most common source for obtaining farmers marketing Information farmers, was the neighbors of the farmers, The most important problems were the high cost of collection, baking price and transportation, also the absence of grading station.