

## معارف ومشكلات المرأة الريفية في إنتاج وتسويق محصول الطماطم في محافظة القليوبية

م. أمل محمد محمود جمعة \*

د. أمال عبدالعاطي موسى \*

### المستخلص

استهدف البحث التعرف على درجة مشاركة الريفيات في عمليات إنتاج وتسويق محصول الطماطم ، وكذلك الخدمات التي يقدمها الإرشاد الزراعي للريفيات في هذا المجال والمشكلات التي تواجههن أثناء ذلك ، و تحديد العوامل المؤثرة على درجة معارف المبحوثات الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الطماطم ، وكذلك مصادر معلوماتهن لهذه المعارف، والطرق الإرشادية المفضلة لتلقي المزيد من المعلومات .

وقد أجرى البحث على عينة بلغت ٢٤٠ مبحوثة في محافظة القليوبية وذلك لكبر المساحة المنزرعة من هذا المحصول وتم اختيارهن عشوائياً باستخدام معادلة كوكران من كشف حصر إجمالي عدد زراع محصول الطماطم ، وجمعت البيانات باستخدام استمارة استبيان وذلك خلال شهري أكتوبر ونوفمبر ٢٠١٠ ، وتم تحليلها باستخدام جداول الحصر العددي والنسبة المئوية ومعامل الارتباط البسيط لبيرسون ، و اختبار مربع كاي.

### جاءت أهم النتائج على النحو التالي :-

- تشارك المرأة الريفية بدرجة كبيرة في عمليات الفرز ، والشتل ، والجمع والتعبئة في حين تنخفض مشاركتها في باقي عمليات إنتاج وتسويق المحصول.
- كانت أهم الخدمات التي يقدمها الإرشاد الزراعي توفير الأسمدة والمبيدات بأسعار مناسبة.
- كانت أهم المشكلات التي تواجه الريفيات في إنتاج وتسويق الطماطم زيادة الفاقد أثناء الجمع والتسويق ، وتعدد الوسطاء ، و ارتفاع تكاليف جمع المحصول ، وقلة الأيدي العاملة، وانخفاض أسعار محصول الطماطم أحيانا ، واستغلال التجار للمزارع ، وارتفاع

- 
- معهد بحوث الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية ، مركز البحوث الزراعية .

تكاليف النقل للمحصول ، التقلبات الجوية ، وعدم وجود تلاجبات لتخزين محصول الطماطم.

- توجد علاقة بين متغيرات السن ، وعدد أفراد الأسرة ، ونوع الأسرة ، و إجمالي الحيازة الزراعية ، و المساحة المنزرعة طماطم ، و عدد سنوات الخبرة ، و مكان عمل المبحوثة بالزراعة ، و درجة معارف المبحوثة في كل من إنتاج وتسويق الطماطم ويضاف لها أيضا متغير عدد سنوات تعليم المبحوثة مع تسويق محصول الطماطم .
- كانت أهم مصادر المعلومات التي تتلقى المبحوثات معلوماتهن عن إنتاج وتسويق محصول الطماطم الزوج ثم الجيران والأقارب .

### مقدمة ومشكلة البحث

شهدت الأونة الأخيرة اهتماماً دولياً وعربياً ومحلياً متزايداً بعمل المرأة ودورها في المساهمة في برامج التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، وقد انعكس هذا الاهتمام في وضع العديد من البرامج المعنية بعمل المرأة وتفعيل دورها وإسهامها في التنمية الشاملة حتى أصبح عمل المرأة ودمجها في عمليات التنمية موضوعاً مدرجاً على كثير من برامج المؤتمرات الدولية والتي دعت إلى ضرورة تكثيف الجهود من أجل دعم الدور التنموي لها، انطلاقاً من أنه لا يمكن تحقيق التقدم والتنمية الحقيقية دون المشاركة الواسعة للمرأة بجانب الرجل في جميع الميادين [ ليلي الشناوي – ٢٠٠٣ ، ص ٣٠ ] .

ويؤكد واقع الحياة الريفية على أن زوجات الزراع عنصر من عناصر الإنتاج الزراعي من خلال قيامهن بالعمل الزراعي والمنزلي ودورهن في اتخاذ القرارات الخاصة بالزراعة ، إلا أن عمل المرأة عادة لا يؤخذ في الاعتبار لكونه عملاً بدون أجر ، على الرغم مما أوضحتته نتائج إحدى الدراسات عن عمل المرأة في أفريقيا وكشفت أنها تشارك بنسبة ٦٠ – ٨٠ % في العمل الحقلية ، وتعمل حوالي ١٦ ساعة يومياً خلال الموسم الزراعي [ Limker:1976:P23 ] .

ولا يختلف الوضع كثيراً بالنسبة للمرأة الريفية في مصر، حيث تقوم بالعديد من الأدوار في مجال التنمية الزراعية والأنشطة المتصلة بها ، إضافة إلى دورها الأساسي داخل المنزل ومساهمتها في العمل المزرعي، وإنتاج وتسويق المنتجات الزراعية النباتية والحيوانية، وتشارك في أداء كافة العمليات الزراعية المتعلقة بإنتاج المحاصيل والخضروات.

وتؤكد عزيزه السيد، و أمال عبدالعاطي ( ص ٦٩ ) أن مشاركة المرأة الريفية تكون في أغلب العمليات الزراعية بدءاً من إعداد الأرض للزراعة حتى العمليات الخاصة بالإنتاج والتسويق والتخزين ، وتختلف نسبة هذه المشاركة باختلاف نوع العمليات الزراعية ، والظروف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للريفيات ، مما يبين أهمية توجيه الاهتمام لتنمية مهارتهن، وذلك من خلال البرامج الإرشادية والإعلامية والتدريبية ودعم جهاز الإرشاد الزراعي بمرشدات للتعامل مع المرأة الريفية .

وإذا كانت المرأة الريفية تشارك في العديد من العمليات الزراعية الخاصة بإنتاج المحاصيل الزراعية بصفة عامة فإن مشاركتها تزايد في إنتاج وتسويق محاصيل الخضر بصفة خاصة نظراً لطبيعة هذه المحاصيل من حيث احتياجها إلى عمالة كثيرة وارتفاع الربحية منها ، وبالتالي تزايد إقبال المزارعين على زراعتها وارتفاع مشاركة المرأة في عمليات إنتاجها وتسويقها حيث بلغت نسبة هذه المشاركة كما ذكرتها كاملة منصور ( ١٩٩٤ ص ٧ ) ٧,٦% في تجهيز الأرض لزراعة الطماطم ، و ١٦,٥% في عملية التسميد ، و ١١% في رى الأرض الزراعية ، و ٤,١% في زراعة محصول الطماطم ، و ١٤,٨% في عملية الخف ، و ٢٥,٨% في عملية الحصاد.

ويعتبر محصول الطماطم من أهم محاصيل الخضر التي تختص مصر بميزة نسبية في إنتاجها حيث تزرع على مدار العام في خمس عروات وتمتد زراعة الطماطم في مصر من أعالي الصعيد جنوباً إلى ساحل البحر الأبيض المتوسط شمالاً ، وتبلغ المساحة المنزرعة سنوياً ٤٠٠ ألف فدان تقريباً ، وتدخل ثمار الطماطم في كثير من المأكولات بأشكال مختلفة إما على صورة صلصة أو سلطات ، كما أن إحتوائها على كثير من العناصر الغذائية يزيد من أهميتها [ وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي ٢٠٠٣ ] .

ولأهمية محصول الطماطم فقد أولته وزارة الزراعة المزيد من الاهتمام سواء من خلال البحث العلمي الزراعي لاستنباط أصناف جديدة ومعاملات زراعية مستحدثة بهدف زيادة الإنتاج كماً ونوعاً ، أو من خلال الجهود الإرشادية الهادفة إلى توصيل نتائج هذه البحوث إلى الزراع بهدف تطبيقها ، ثم نقل مشكلات التطبيق إلى مراكز البحث لإيجاد حلول لها ، في هذا الصدد أصدرت الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي عدد من النشرات الإرشادية عن زراعة وإنتاج الطماطم متضمنة كافة التوصيات عن إنتاج وتسويق محصول الطماطم بدءاً من الجو المناسب ، والتربة المناسبة ومواعيد الزراعة لكل عروة من العروات الخمس ،

والأصناف المناسبة لكل عروة ، وعمليات الزراعة والخدمة من حيث زراعة المشتل وكمية التقاوي ، وإعداد الأرض للزراعة ، و عملية الشتل والترقيع والعزيق ومكافحة الحشائش ، التسميد البلدي والكيماوي ، و عملية الكبرته ، وكافة الأمراض التي تصيب الطماطم من حيث أعراض كل مرض ، وطرق الوقاية والعلاج منه .

أما عن التوصيات الخاصة بتسويق محصول الطماطم فتضمنت علامات النضج وطريقة الحصاد ، وإعداد المحصول للتسويق ، والتعبئة ، والتخزين ، والنقل والتجهيز للتصدير [ الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي ٢٠٠٥ ] ، وعلى الرغم من أهمية هذه التوصيات من أجل زيادة إنتاج محصول الطماطم ورفع كفاءة تسويقها فإن الجهود الإرشادية في هذا الشأن تركز على المزارعين أكثر من الريفيات رغم أنها شريك أساسي في عملية الإنتاج الزراعي، مما أدى إلى انخفاض معارف المرأة الريفية فيما يتعلق بتوصيات إنتاج وتسويق محصول الطماطم وهذا ما أوضحته بعض الدراسات حيث بينت دراسة عزيزة السيد، وأحلام مصطفى [ ٢٠٠٣ : ٥١٠ - ٥٢٧ ] انخفاض معرفة المبحوثات من زوجات الخريجين والمنتمين بالتوصيات الخاصة بالإنتاج حيث كانت أغلبية المبحوثات في فئة مستوى المعرفة المنخفضة . أما بالنسبة للتوصيات الخاصة بعمليات ما بعد الحصاد فقد تبين انخفاض معرفة المبحوثات من زوجات الخريجين بها عن المبحوثات من زوجات المنتفعين وكذلك الحال بالنسبة للتوصيات الخاصة بالتعبئة والنقل ، الأمر الذي يتضح منه انخفاض معرفة الريفيات بالتوصيات الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الطماطم في الأراضي الجديدة والتي من المفترض أن تشارك فيها المرأة مع زوجها في عمليات الإنتاج والتسويق للتغلب على مشكلة نقص العمالة الزراعية في الأراضي الجديدة.

وبالإضافة إلى انخفاض معرفة المبحوثات بالتوصيات الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الطماطم فإن إنتاجها وتسويقها يواجه العديد من المشكلات، و هذا ما أوضحته دراسة حسن عبدالعاطي أحمد ( ٢٠٠٦ : ٤٣ - ٤٥ ) التي يتبين فيها أن تلك المشكلات تتمثل في : المشكلات المادية والمتمثلة في ارتفاع قيمة إيجار الأرض الزراعية ، وارتفاع أسعار الأسمدة والمبيدات والتقاوي والشتلات وأجور الأيدي العاملة ، أما المشكلات الخاصة بمستلزمات الإنتاج فتحددت في عدم توفر الأسمدة اللازمة ، والتقاوي والشتلات الجيدة ، وعدم توفر المبيدات ، والأيدي العاملة ، ثم مشكلات خاصة بالري والصرف ومنها عدم انتظام مناوبات

الري ، وسؤ حالة الصرف ، وعدم تطهير الترع والمصارف ، ومشكلات خاصة بالإصابة بالأمراض حيث انتشار العديد من الأمراض الفطرية والإصابات الحشرية .

أما مشكلات التسويق فتمثلت في : انخفاض سعر بيع المحصول واستغلال التجار ، وعدم وجود ثلاجات للتخزين ، وارتفاع تكاليف النقل، وبعد الأسواق عن الحقل ، وعدم توفر القنوات المناسبة ، وعدم توفر وسائل النقل .

وإذا كانت هذه المشكلات يعاني منها المزارعين على الرغم من حصولهم على الخدمات الإرشادية، فكيف يكون الحال بالنسبة للمرأة الريفية التي حرمت من هذه الخدمات ، فلا شك أنها ستكون أكثر معاناة من هذه المشكلات ، إضافة إلى انخفاض معارفها في إنتاج وتسويق محصول الطماطم.

ولما كان محصول الطماطم من محاصيل الخضر الهامة والتي تشتهر بزراعتها محافظة القليوبية قربها من القاهرة الكبرى وهي الأكثر استهلاكاً للطماطم وهو ما يتطلب تحسين معارف مزارعي الطماطم فيما يتعلق بإنتاجها وتسويقها وخاصة المرأة الريفية بوصفها شريك هام في العمل الزراعي بصفة عامة وفي محاصيل الخضر ومنها الطماطم بصفة خاصة وذلك لحاجتها إلى أيدي عاملة كثيرة في عمليات الإنتاج والتسويق ولاشك أن المرأة مصدر أساسي لسد هذا الاحتياج من العمالة الزراعية على اعتبار أن العمليات الزراعية التي يتطلبها إنتاج وتسويق هذا المحصول تختلف كثيراً عن العمليات الزراعية التي تشارك فيها الريفيات للمحاصيل التقليدية ، وهنا تبرز عدة أسئلة تتطلب الإجابة عليها وهي : هل تشارك الريفيات في العمليات الزراعية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الطماطم ؟ وهل يتوفر لديها القدر المناسب من المعارف التي تمكنها من القيام بدورها في هذه العمليات؟ وما هي الخدمات التي يقدمها الإرشاد الزراعي في هذا الصدد ؟ وما هي المشكلات التي تواجهها في هذا الشأن وما هي العوامل التي تؤثر على تلك المعارف ؟ وما هي مصادر تلك المعلومات ؟ ، هذا ما تحاول الدراسة الحالية الإجابة عليه .

#### أهداف البحث : -

- (١) تحديد مستوى معارف المبحوثات في إنتاج محصول الطماطم.
- (٢) تحديد مستوى معارف المبحوثات في تسويق محصول الطماطم.
- (٣) التعرف على درجة مشاركة المبحوثات في عمليات إنتاج وتسويق محصول الطماطم.

٤) تحديد الخدمات التي يقدمها جهاز الإرشاد الزراعي للمبجوثات لإنتاج وتسويق محصول الطماطم.

٥) تحديد العلاقة بين المتغيرات المستقلة التالية المدروسة وهي السن ، والحالة الزوجية للمبجوثة ، عدد افراد الأسرة ، ونوع الأسرة ، عدد سنوات تعليم المبجوثة ، وإجمالي الحيازة الزراعية ، المساحة المنزرعة بمحصول الطماطم وعدد سنوات الخبرة ، وعمل المبجوثة بإنتاج وتسويق محصول الطماطم ، ودرجة المشاركة في إنتاج وتسويق محصول الطماطم ودرجة معارف المرأة الريفية في كل من إنتاج وتسويق محصول الطماطم .

٦) التعرف على المشكلات التي تواجه المبجوثات في كل من إنتاج وتسويق محصول الطماطم.

٧) التعرف على المصادر التي تستقى منها المبجوثات معلوماتهن الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الطماطم .

#### الطريقة البحثية :

#### منطقة البحث والعينة :

أجرى هذا البحث بمحافظة القليوبية والتي تضم سبعة مراكز إدارية وتم اختيار ثلاث مراكز باعتبارهم اكبر المراكز مساحة في زراعة المحصول حيث بلغت هذه المساحة ١٨٥١ فدان من مساحة إجمالية ٢٦٦٧ بنسبة ٦٩,٤% من المساحة المنزرعة عام ٢٠١٠م من العروة الصيفية بالمحافظة وعلى نفس المنوال تم اختيار قريتين من كل مركز ، فتم اختيار قرية ناي وقلوب بحري من مركز قلوب وقرية بلى ومنشية بنها من مركز بنها ثم قريتي سرياقوس ومنايل من مركز الخانكة .

وقد تم اختيار ٢٤٠ مبجوثة عشوائيا من زوجات زراع محصول الطماطم بكشوف حصر اسماء زراع المحصول بالمراكز والقرى والمذكورة والبالغ عددهم ٨٠٦ مزارعاً وذلك بنسبة ٣٠% من إجمالي عدد الزراع في الثلاث مراكز ، وذلك باستخدام معادلة كوكران .

#### استمارة البحث وإجراءاتها ومجالها الزمني :-

روعي في تصميم الاستمارة البحثية مختلف القواعد المنهجية المتصلة بشكل الاستمارة وتنسيقها وصياغة الأسئلة وترابطها مع مشكلة البحث وتسلسلها المنطقي ، وقد مر

جمع بيانات البحث بثلاث مراحل أساسية هي مرحلة إعداد استمارة، الاستبيان ثم مرحلة إجراء الاختبار المبدئي على الاستمارة، ثم مرحلة جمع البيانات وقد اُستُملت الاستمارة على عدة بيانات هي على النحو التالي :-

(١) بيانات شخصية عن المبحوثة وأسرتها من حيث سن المبحوثة ، والحالة الزوجية ، وعدد أفراد الأسرة ، ونوع الأسرة ، وعدد سنوات تعليم المبحوثة ، وحجم الحيازة الزراعية ، وحجم الحيازة المنزرعة بالطماطم عمل المبحوثة بزراعة الطماطم في أرضها أم أرض الغير أم الاثنان معاً ، وعدد سنوات الخبرة بزراعة الطماطم .

(٢) بيانات خاصة بقياس درجة مشاركة المبحوثات في عمليات إنتاج وتسويق محصول الطماطم ، وتم قياسها بسؤال المبحوثات عن مدى قيامهن بالعمليات الزراعية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الطماطم ، وذلك على مقياس مكون من أربع مستويات هي دائماً وأحياناً ونادراً ولا تقوم ، وأعطيت الدرجات ٤ ، ٣ ، ٢ ، ١ على الترتيب، وجمعت الدرجة الكلية لتعبر عن درجة قيام المبحوثات بعمليات إنتاج وتسويق محصول الطماطم .

(٣) بيانات خاصة بقياس معارف المبحوثات للتوصيات الخاصة بكل من إنتاج، وتسويق محصول الطماطم، والتي تم قياسها بسؤال المبحوثة عن مدى معرفتها للتوصيات الخاصة بكل من إنتاج ، وتسويق محصول الطماطم. حيث تضمنت توصيات الإنتاج ، مواصفات الشتلة الجيدة ، ومواعيد الزراعة في الأرض المستديمة ، وكمية التقاوي ، واعداد الأرض للزراعة ، وعملية الزراعة في الأرض المستديمة، وخدمة المحصول ، والري ، والتسميد ، والكبرته ، وأما عمليات التسويق فتضمنت علامات النضج ، والجمع ، والفرز، والتعبئة ، والنقل، والتخزين، وذلك على مقياس مكون من مستويين للمعرفة تعرف ، ولا تعرف واعطيت الدرجات ٢ ، ١ على الترتيب ، وجمعت الدرجة الكلية للمعرفة لتعبر عن مدى معرفة المبحوثات بتوصيات إنتاج محصول الطماطم والتوصيات الخاصة بالتسويق .

(٤) بيانات خاصة بقياس رأي المبحوثات عن الخدمات التي يوفرها الإرشاد الزراعي لإنتاج وتسويق محصول الطماطم.

٥) بيانات خاصة عن المشكلات التي تواجه المبحوثات أثناء إنتاج وتسويق محصول الطماطم.

٦) بيانات خاصة عن مصادر المعلومات التي تستقي منها الريفيات معلوماتهن عن التوصيات الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الطماطم.

وبعد الوصول باستمارة الاستبيان إلى صورتها النهائية تم إجراء اختبار مبدئي على عشرين مبحوثة من قرية ناي مركز قليوب ، وفي ضوء الاختبار تم إجراء تعديلات في صياغة بعض الاسئلة التي كانت غير واضحة من جانب المبحوثات ، وبعد ذلك تم جمع البيانات الميدانية خلال شهري أكتوبر ونوفمبر عام ٢٠١٠م بالمقابلة الشخصية مع المبحوثات بالقرى المختارة ؛ وبعد جمع البيانات تم تفرغها، وجدولتها ، وتحليلها إحصائياً باستخدام جداول الحصر العددي ، والنسب المئوية ، و معامل الارتباط البسيط لبيرسون ، واختبار مربع كاي .

#### الأهمية التطبيقية للبحث :-

تفيد نتائج هذا البحث في وضع برنامج ارشادي موجه للمرأة الريفية من اجل زيادة معارفها للتوصيات الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الطماطم ، بالإضافة إلى معرفة المشكلات التي تواجهها أثناء إنتاج وتسويق محصول الطماطم وبالتالي العمل على تلافي هذه المشكلات ووضع حلول لها، وذلك لتفعيل مساهمة المرأة الريفية في عمليات كل من إنتاج وتسويق محصول الطماطم .

#### فروض الدراسة :-

لتحقيق الهدف الخامس تم وضع الفروض البحثية التالية :-

١) توجد علاقة معنوية بين المتغيرات المستقلة التالية : السن ، والحالة الزوجية ، وعدد أفراد الأسرة ، ونوع الأسرة ، وعدد سنوات التعليم للمبحوثة ، واجمالي الحيازة الزراعية ، المساحة المنزرعة طماطم ، وعدد سنوات الخبرة بزراعة الطماطم ، وعمل المبحوثة بكل من إنتاج وتسويق محصول الطماطم ، وبين درجة المشاركة في العمليات الزراعية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الطماطم ، ودرجة معرفتهن بالتوصيات الخاصة بعملية إنتاج محصول الطماطم كمتغيرين تابعين.



(٢) توجد علاقة معنوية بين المتغيرات المدروسة السابقة وبين درجة معرفتهن بالتوصيات الخاصة بتسويق محصول الطماطم .

### المعالجة الكمية للمتغيرات المستقلة :-

استخدمت البيانات الخام الدالة على المتغيرات التالية :-

السن ، وعدد افراد الأسرة ، واجمالي الحيازة الزراعية ، والمساحة المنزرعة بمحصول الطماطم بعد تحويلها إلى قرايط ، وعدد سنوات خبرة المبحوثة في إنتاج وتسويق محصول الطماطم ، وعدد سنوات تعليم المبحوثة .

#### (١) الحالة الزوجية للمبحوثة :

متغير وصفي محول إلى كمي بإعطاء قيم رقمية تعبر عن حالة المبحوثة الزوجية وذلك عند وصف العينة ، متروجة (١) ، غير متروجة (٢).

#### (٢) نوع اسرة المبحوثة :

متغير وصفي محول إلى كمي بإعطاء قيم رقمية تعبر عن نوع اسرة المبحوثة وذلك عند وصف الأسرة ، بسيطة (١) غير بسيطة (٢)

#### (٣) عمل المبحوثة بمحصول الطماطم :

تم سؤال المبحوثة عن المكان الذي تمارس فيه العمل في إنتاج وتسويق محصول الطماطم ثم إعطاء قيم رقمية كما يلي : تعمل في أرضها فقط (١) ، تعمل في أرض الغير (أجيرة) (٢) ، تعمل في الاثنتين معا (٣).

#### (٤) درجة مشاركة المبحوثة في إنتاج وتسويق محصول الطماطم بصفة عامة :

يقصد بها درجة مشاركة المبحوثة في عمليات كل من إنتاج وتسويق محصول الطماطم كل على حدة ، فعملية إنتاج محصول الطماطم شملت : إعداد الأرض للزراعة ، والشتل ، والعزيق ، والري ، والتسميد ، ومكافحة الآفات والأمراض ، والجمع ، والفرز ، والتعبئة ، والنقل ، والتسويق وقد تم تحديد درجة المشاركة بجمع الدرجات المتحصل عليها من استجابات المبحوثة لكل عملية من العمليات الخاصة بإنتاج وتسويق المحصول وذلك بمقياس (دائما - أحيانا - نادرا - لا تقوم) بدرجات ( ٤ - ٣ - ٢ - ١ ) على الترتيب وقد تراوحت الدرجة الكلية النظرية للمشاركة بين (١١) درجة كحد أي ، و (٤٤) درجة كحد أقصى .

## النتائج ومناقشتها

أولاً : مستوى معرفة المبحوثات بالتوصيات الخاصة بعمليات إنتاج محصول الطماطم .

تراوح المدى النظري للدرجة الكلية لمعرفة المبحوثات بالتوصيات الخاصة بإنتاج محصول الطماطم بين ( ٢٣ - ٤٦ ) درجة بينما تراوح المدى الفعلي بين ( ٢٥ - ٣٩ ) درجة ، وبناء على هذا المدى الفعلي تم تقسيم المبحوثات إلى ثلاث فئات متساوية الطول كما هو موضح بجدول (١).

وبتوزيع المبحوثات وفقاً لمستوى معرفتهن بالتوصيات الخاصة بإنتاج محصول الطماطم تبين أن ما يزيد عن خمسي المبحوثات بنسبة ٤١,٧% معرفتهن مرتفعة بهذه التوصيات، وأن ثلث المبحوثات بنسبة ٣٣,٣% معرفتهن منخفضة .

كما اتضح من الدراسة أن معرفة المبحوثات بالتوصيات الخاصة بإنتاج محصول الطماطم تختلف من توصية لأخرى وذلك كما هو موضح بجدول (٢) كالتالي:

بالنسبة لعملية إعداد الأرض للزراعة :-

اتضح من بيانات الجدول أن عدد المبحوثات اللاتي لديهن معرفة صحيحة بالتوصيات تراوحت بين حد أدنى قدره ( ٤٩ مبحوثة ) بنسبة ٢٠,٤% فيما يتعلق بالتوصية الخاصة بأهمية التسوية الجيدة للأرض قبل الزراعة. وحد أقصى قدره ( ٢٢٧ مبحوثة ) بنسبة ٩٤,٦% بالتوصيات الخاصة بالزراعة في الميعاد المناسب، و يضاف لهذه التوصية أربعة توصيات أخرى كانت معرفة المبحوثات بها تزيد عن الـ ٧٥% وهي : مواصفات الشتلة الجيدة ، وإزالة بقايا المحصول السابق قبل إعداد الأرض للزراعة ، وتشميس الأرض جيداً ، ومعرفة كمية النقاوي المناسبة لعملية زراعة الأرض المستديمة : اتضح أن عدد المبحوثات اللاتي لديهن معرفة صحيحة بممارسات زراعة الأرض المستديمة تراوح بين حد أدنى قدره ( ١٦٨ مبحوثة ) بنسبة ٧٠% فيما يتعلق بالممارسة الخاصة بعملية الترقيع بعد ٣ - ٤ يوم من الشتل وحد أقصى قدره ( ٢٠٩ مبحوثة ) بنسبة ٨٧,٨% وذلك بالنسبة لممارسة أهمية الشتل على الريشة القبلية وتثبيت الجذر بجانب هذه الممارسة فإن هناك ممارسة أخرى تعرفها المبحوثات بنسبة ٨٤,٢% وهي أهمية الشتل في وجود الماء في الثلث العلوي من الخط.

## بالنسبة لعملية عزيق الأرض :-

اتضح أن عدد المبحوثات اللاتي لديهن معرفة صحيحة بممارسات عملية عزيق الأرض قد تراوح بين حد أدنى قدره ( ٢٩ مبحوثة) وذلك بنسبة ١٢% وهي الممارسة الخاصة بتوقيت عملية العزيق الثالثة وذلك بعد ١٥ - ٢٠ يوم من العزقة الثانية وحد أقصى قدره ( ١١٦ مبحوثة ) بنسبة ٤٨,٣% بالنسبة للممارسة الخاصة بعملية العزيق الأولى بعد ٢-٣ اسبوع من الشتل . بينما بلغت نسبة المبحوثات اللاتي لديهن معرفة بالممارسة الخاصة بالعزقة الثانية وهي من ١٥ - ٢٠ يوم من العزقة الأولى ٤٧,٥%.

## بالنسبة لعملية الري :-

فقد اتضح أن عدد المبحوثات اللاتي لديهن معرفة صحيحة بممارسات عملية الري قد تراوح بين حد أدنى قدره ( ١١٦ مبحوثة) بنسبة ٤٨,٣% وذلك بالنسبة للممارسات الخاصة بعدم عمر المصاطب بالماء مع الانتظام في الري ، وحد أقصى قدره ( ٢٠٢ مبحوثة) وذلك بنسبة ٨٤,٢% بالنسبة للممارسة الخاصة بميعاد الري كل ١٠ - ٢٠ يوم. أما بالنسبة للممارسة الخاصة بعدم تغطية النباتات إلا في الري الأولى فقد بلغت ٥٨,٨%..

## بالنسبة لعملية التسميد والكبرتة :-

اتضح أن عدد المبحوثات اللاتي لديهن معرفة صحيحة بتوصيات التسميد والكبرتة تراوح بين حد أدنى قدره ( ٤٣ مبحوثة) بنسبة ١٧,٩% فيما يتعلق بالممارسة الخاصة بميعاد الدفعة الرابعة من التسميد الكيماوي بعد الشتل بحوالي ٩٠ يوم ، وحد أقصى قدره ( ١٨٣ مبحوثة) وذلك بنسبة ٧٦,٣% وذلك بالنسبة للممارسة الخاصة بعملية الكبرتة وميعادها بعد حوالي شهر من الشتل ، ويضاف لهذه الممارسة ثلاث ممارسات أخرى كانت معرفة المبحوثات بها تزيد عن ٥٠% وهي كمية السماد البلدي ، وميعاد الدفعة الأولى من السماد الكيماوي ، وميعاد الدفعة الثانية من السماد الكيماوي، وميعاد الدفعة الثالثة .

يتضح من هذه النتائج بصفة عامة أن ما يقرب من خمسى المبحوثات لديهن مستوى معرفة مرتفع في غالبية ممارسات إنتاج محصول الطماطم بعملياتها المختلفة مع اختلاف هذه النسبة من عملية لأخرى طبقاً لطبيعة هذه العملية .

وبناء على ذلك فإنه يجب على جهاز الإرشاد الزراعي أن يأخذ في الاعتبار أن ذلك المستوى من المعرفة يعتبر خطوة أولى نحو تقبل الريفيات لزيادة هذه المعرفة للاستفادة بها

واستثمارها وذلك عند إعداد البرامج الإرشادية الموجهة للمرأة الريفية حتى تكون استجابة الريفيات لتلك البرامج قوية ومؤثرة وفعالة .

ثانيا : مستوى معرفة المبحوثات بالتوصيات الخاصة بعمليات تسويق محصول الطماطم :

يتراوح المدى النظري للمعرفة الكلية لمعرفة المبحوثات بممارسات التسويق بين (١٦ - ٣٢ درجة) ، بينما تراوح المدى الفعلي بين (١٩ - ٢٨) درجة ، وبناء على هذا المدى الفعلي تم تقسيم المبحوثات إلى ثلاث فئات متساوية الطول كما هو موضح بجدول (٣).

وبتوزيع المبحوثات وفقاً لمستوى معرفتهن بتوصيات تسويق محصول الطماطم يتبين أن ما يقرب من نصف العينة تقريبا بنسبة ٤٧,٩% معرفتهن مرتفعة بهذه التوصيات، و أن ثلث المبحوثات تقريبا بنسبة ٣٢,٩% معرفتهن منخفضة .

كما اتضح من بيانات جدول(٤) أن عدد المبحوثات اللاتي كانت لديهن معرفة صحيحة بالممارسات الخاصة بتسويق محصول الطماطم تراوحت بين حد أدنى قدره أربعة مبحوثات بنسبة ١,٧% فيما يتعلق بكل من التوصية الخاصة بدرجة الحرارة ودرجة الرطوبة المناسبة لتخزين الطماطم ، وحد أقصى قدره (٢٣٦ مبحوثة) وذلك بنسبة ٩٨,٣% منهن وذلك بالنسبة للتوصية الخاصة بجمع الثمار ربع ثلثين عند التسويق لمسافات متوسطة . يضاف لهذه التوصية ٩ توصيات أخرى كانت معرفة المبحوثات بها تزيد عن ٥٠% وهى الممارسة الخاصة باستبعاد الثمار المصابة أو المشوهة ، و النقل في وقت لا تكون فيه الشمس حامية ، وفرز الثمار بعد جمعها وقبل التعبئة ، و جمع الثمار باليد مع قطفها بالكأس لحمايتها ، الفرز في مكان جيد التهوية ، وتعبئة الثمار في عبوات ملاء ، وجمع الثمار ثلث ثلثين للتسويق المحلي ، والتعبئة في عبوات كرتون أو صناديق خشبية ، وعدم ملء العبوة فوق حافة العبوات .

يتضح من هذه النتائج بصفة عامة ارتفاع مستوى معرفة المبحوثات لغالبية توصيات التسويق ، الأمر الذى يمكن تفسيره في ضوء البيانات الميدانية حيث اتضح أن نسبة مشاركة المبحوثات في عمليتي الجمع والتسويق ليست بالقليلة، وعلى جهاز الارشاد الزراعي أن يعتبر ارتفاع مستوى المعرفة بداية نحو تطبيق هذه المعرفة للاستفادة بها واستثمارها في السلوك التنفيذي للمبحوثات وذلك عند إعداد البرامج الإرشادية الخاصة بتسويق محصول الطماطم حتى تكون استجابة الريفيات لهذه البرامج مثمرة ، وترى الباحثة انه لا بد من ادماج الريفيات

في الروابط التسويقية الأهلية من خلال الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي ومنظمة كير التي ستقام وتطبق في محافظة القليوبية ضمن ثلاث محافظات أخرى .

### مشاركة المبحوثات في عمليات إنتاج وتسويق محصول الطماطم :

تبين من الدراسة أن مشاركة الريفيات في عمليات إنتاج وتسويق محصول الطماطم تختلف من عملية لأخرى حسب طبيعة هذه العملية كما هو موضح بجدول (٥) .

يتضح من الجدول السابق أن عملية فرز ثمار الطماطم جاءت في المرتبة الأولى بين العمليات التي تشارك فيها المبحوثات حيث أفادت ٩٤,٢% ممنهن بمشاركتهن بصفة دائمة في فرز الطماطم وجاءت عملية الشتل في المرتبة الثانية بنسبة ٩٢,٤% ، وجاءت عملية الجمع في المرتبة الثالثة ثم عملية التعبئة بنسبة ( ٩٠,١%) .

وانخفضت بعد ذلك مشاركة المبحوثات في عمليات إنتاج وتسويق الطماطم حيث وجد أن ما يزيد بقليل عن خمس المبحوثات (٤٢,٢%) يشاركن بصفة دائمة في عملية تسويق (بيع) محصول الطماطم ، وكانت اقل نسبة مشاركة للمبحوثات في عمليات إنتاج ، وتسويق الطماطم بصفة عامة في عمليات مكافحة الآفات والأمراض ، والتسميد ، وإعداد الأرض للزراعة ، والنقل حيث بلغت على الترتيب (٢,١%) ، (١,٧%) ، (١,٣%) ، (١,٣%) .

يتضح من النتائج السابقة بصفة عامة ارتفاع مشاركة الريفيات في العمليات الأكثر احتياجا للأيدي العاملة ، أما باقي العمليات فقد انخفضت فيها مشاركتهن ، وربما يرجع ذلك إلى أن بعض العمليات لا تناسب طبيعة عمل المرأة الريفية مثل مكافحة الآفات، التسميد ، وإعداد الأرض للزراعة ، النقل ، أو قد يرجع إلى عدم معرفة الريفيات بكيفية القيام بمثل هذه العمليات وهو ما يتطلب الاهتمام بإرشادهن وتدريبهن على القيام بهذه العمليات لما يتمتع به هذا المحصول من ميزة نسبية في محافظة القليوبية .

الخدمات التي يقدمها جهاز الإرشاد الزراعي للريفيات المبحوثات لإنتاج وتسويق محصول الطماطم :

تشير النتائج بجدول (٦) إلى أن أهم ما يقدمه الإرشاد الزراعي للمبحوثات توفير الاسمدة بأسعار مناسبة ٩٧,٥% ، ثم توفير المبيدات بأسعار مناسبة بنسبة ٧٥% ، وعمل دورات تدريبية للريفيات ، وذلك بنسبة ٦٠% ثم توفير بذور مقاومة للأمراض والآفات بنسبة ١٢,٩% ثم توفير بذور عالية الإنتاج بنسبة ١٠,٤% .

يستخلص من هذه النتائج أن الإرشاد الزراعي يقوم بتقديم العديد من الخدمات للريفات في محافظة القليوبية مساهمة منه في حل بعض المشكلات التي تواجههم في إنتاج وتسويق هذا المحصول وما زال جهاز الإرشاد يواصل خدماته في تشجيع وتدريب الزراع وزوجاتهم على انشاء روابط تسويقية أهلية من خلال الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي ومنظمة كير) مديرية الزراعة بالقليوبية) وذلك لتحقيق الأهداف الآتية :-

- ١) تفادي الوسطاء من خلال التشجيع على العمل الجماعي .
- ٢) العمل على تحسين نوعية الإنتاج وخفض التكاليف التسويقية .
- ٣) العمل على ضمان حقوق صغار المزارعين.
- ٤) تعريف المزارع بكيفية إنشاء الروابط التسويقية الأهلية التي تحقق العائد التسويقي له حيث انها خطوة على الطريق الصحيح لتسويق المنتجات واكتمال منظومة الإنتاج.
- ٥) تعريف الزراع بالنجاحات التي تحققت من خلال الروابط التسويقية القائمة وبذلك يستطيعون الحصول على أعلى الأرباح وتطوير المنتج وخفض التكاليف وتلافي القصور في الأسواق الزراعية في مصر والذي يرجع إلى :

- ١- التغيرات المناخية التي تسود العالم هذا العام حيث كان له الأثر الفعال في خفض انتاجية الخضر والفاكهة مما أدى إلى ارتفاع الأسعار الغير مسبوق.
- ٢- وجود قلة من تجار الجملة يتحكمون في أسعار البيع للمستهلك والشراء من المزارع بهدف الحصول على أكبر عائد دون تقديم أي خدمات تسويقية حقيقية.
- ٣- ضعف الانتاجية المادية للمزارع الصغير وانشغاله بالأعمال الزراعية الأخرى وعدم معرفته بأحوال السوق وكثرة عدد المزارعين وقلة الانتاجية.
- ٤- زيادة كمية الفاقد في العملية التسويقية يقلل من العائد الذي يحصل عليه صغار الزراع وبناء على ذلك تم اختيار محافظة القليوبية على مستوى الوجه البحري لتنفيذ برنامج الروابط التسويقية وتم عمل ٣ ندوات بتلك المحافظة خلال شهر اكتوبر ٢٠١٠ لمعرفة أهمية الروابط التسويقية بالنسبة للمزارعين وخصوصا المزارعين ذوي المساحات الصغيرة.

العلاقة المتغيرات المستقلة المدروسة بدرجة معرفة المبحوثات بتوصيات إنتاج محصول الطماطم:

لاختبار العلاقة بين المتغيرات المستقلة المدروسة وبين معرفة المبحوثات بممارسات إنتاج محصول الطماطم تم استخدام معامل الارتباط البسيط واختبار مربع كاي، وتشير النتائج كما هو موضح بجدول (٧) إلى التالي :-

ينص الفرض الإحصائي الأول على أنه " لا توجد علاقة معنوية بين المتغيرات المستقلة المدروسة وهي : السن ، والحالة الزوجية ، وعدد أفراد الأسرة ، وعدد سنوات تعليم المبحوثة ، وإجمالي الحيازة الزراعية ، والمساحة المنزرعة طماطم ، وعدد سنوات الخبرة ، وعمل المبحوثة في إنتاج محصول الطماطم واختبار صحة هذا الفرض تم استخدام معامل الارتباط البسيط لبيرسون واختبار مربع كاي. لتضح من النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية عند مستوى ٠,٠١ ، وبين درجة معرفة المبحوثات بتوصيات إنتاج محصول الطماطم والمتغيرات المستقلة التالي: . السن ، وعدد أفراد الأسرة ، وإجمالي الحيازة الزراعية ، والمساحة المنزرعة بالطماطم ، وعدد سنوات الخبرة وبلغت قيم معامل الارتباط البسيط المحسوبة على الترتيب ٠,٣٥٤ ، و٠,٣٤٩ ، و٠,٤٢٠ ، و٠,٤٦٦ ، و٠,٤٢٦ ، و٠,٤٢٦ ، وجود علاقة معنوية مع الحالة الزوجية للمبحوثة حيث بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة ١١,١٩ .

كما تبين وجود علاقة معنوية عكسية عند مستوى ٠,٠١ ، وبين درجة معرفة المبحوثات بممارسات إنتاج محصول الطماطم ومكان ممارسة المبحوثات لتلك الممارسات سواء في أرضها أو أرض الغير أم الاثنان معاً ، وفي حين لم تتضح معنوية العلاقة بين الحالة الزوجية للمبحوثة ، وعدد سنوات تعليم المبحوثة ، ودرجة مشاركة المبحوثة في إنتاج محصول الطماطم .

وبناءً على هذه النتائج فإنه يمكن رفض الفرض الإحصائي السابق فقط بالنسبة متغيرات : السن ، وعدد أفراد الأسرة ، ونوع الأسرة ، ومساحة الحيازة الزراعية ، ومساحة الأرض المنزرعة طماطم ، وعدد سنوات الخبرة ، ومكان عمل المبحوثة في محصول الطماطم و قبوله بالنسبة لباقي المتغيرات المستقلة التي ثبت ان لها علاقة ارتباطية بالمتغير التابع.

ويمكن تفسير معنوية العلاقة بين معرفة المبحوثات بممارسات إنتاج محصول الطماطم وسن المبحوثة ، وعدد سنوات الخبرة في أن ذلك قد يرجع إلى أن المبحوثات غير الصغيرات في السن وذوات الخبرة الكبيرة تكن على دراية بممارسات إنتاج الطماطم لكثرة تنفيذهن لتلك الممارسات.

وبالنسبة لمعنوية العلاقة بين عدد أفراد الأسرة ونوع الأسرة والمعرفة بتوصيات إنتاج الطماطم بأن المبحوثة التي تتواجد في أسرة كبيرة العدد أو غير بسيطة يجعل المبحوثة أكثر احتكاكا بغيرها من أفراد الأسرة وقد يتطرق حديثهن إلى ما هو جديد من توصيات إنتاج محصول الطماطم أو نتيجة إضطرار المرأة ذات الأسرة الكبيرة إلى العمل لتلبية إحتياجات أفراد الأسرة على عكس المبحوثة المتواجدة في أسرة بسيطة وذات حجم صغير وهذا يتفق مع ما توصلت إليه الباحثة حيث أوضحت النتائج أن أهم مصدر لمعلومات المبحوثة عن التوصيات الخاصة بإنتاج محصول الطماطم تتمثل في الزوج ثم الأهل والأقارب .

وبالنسبة لتفسير العلاقة المعنوية الطردية بين معرفة المبحوثات بتوصيات إنتاج محصول الطماطم وإجمالي الحيازة الزراعية ومساحة الأرض المنزرعة طماطم بأن المبحوثة التي تتواجد داخل أسرة تمتلك مساحة كبيرة من الأراضي الزراعية والمساحة الكبيرة المنزرعة بالطماطم تكون أكثر حرصا على اكتساب معلومات عن إنتاج محصول الطماطم .

ويمكن تفسير العلاقة العكسية بين معرفة المبحوثات لتوصيات إنتاج محصول الطماطم ومكان عمل المبحوثة بإنتاج محصول الطماطم بأنه قد ترجع هذه النتيجة إلى أن المرأة التي تمارس زراعة محصول الطماطم خارج أرضها يكون بغرض الحصول على أجر بغض النظر عن كون هذه الممارسة صحيحة أم لا وهذا ما أكدته النتيجة السابقة.

**العلاقة بين المتغيرات المستقلة المدروسة للمبحوثات وبين درجة معرفة المبحوثات بتوصيات تسويق محصول الطماطم :**

ينص الفرض الإحصائي الثاني على أنه " لا توجد علاقة بين كل من المتغيرات المستقلة المدروسة وهي السن ، والحالة الزوجية ، وعدد أفراد الأسرة ، ونوع الأسرة ، وعدد سنوات تعليم المبحوثة ، وإجمالي الحيازة الزراعية ، ومساحة المنزرعة طماطم ، وعدد سنوات الخبرة ، ومكان عمل المبحوثة بتسويق الطماطم ، ودرجة المشاركة في تسويق محصول الطماطم وبين معرفة المبحوثات بتوصيات تسويق محصول الطماطم ، واختبار



صحة هذا الفرض تم استخدام معامل الارتباط البسيط لبيرسون واختبار مرع كاي وقد اتضح من النتائج جدول (٧) وجود علاقة ارتباطية طردية عند مستوى ٠,٠١% مع المتغيرات التالية :- السن ، وعدد افراد الأسرة ، واجمالي الحيازة الزراعية ، والمساحة المنزرعة طماطم ، وعدد سنوات الخبرة ، وبينما كانت طردية عند مستوى ٠,٠٥ ومع عدد سنوات تعليم المبحوثة حيث بلغت قيمة معامل الارتباط البسيط على الترتيب ٠,٤٣٧ ، ٠,٢٩٤ ، ٠,١٧٩ ، ٠,٢٠٩ ، ٠,٤٠٥ ، ٠,١٢٧ كما اتضح وجود علاقة معنوية مع نوع الاسرة ودرجة المعرفة على مستوى ٠,٠١ حيث بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة ١٢,٤٥ .

في حين كانت العلاقة ارتباطية عكسية مع متغير مكان عمل المبحوثة بتسويق الطماطم حيث بلغت قيمة معامل الارتباط البسيط - ٠,٢٤٠ بينما لم تتضح معنوية العلاقة مع الحالة الزوجية ، درجة المشاركة في تسويق محصول الطماطم .

وبناء على هذه النتائج فإنه يمكن رفض الفرض الاحصائي السابق بالنسبة لسن المبحوثة ، وعدد أفراد الأسرة ، ونوع الأسرة ، وعدد سنوات تعليم المبحوثة ، وحجم الحيازة الزراعية للأسرة ، والمساحة المنزرعة طماطم ، وعدد سنوات الخبرة ، ومكان عمل المبحوثة في تسويق الطماطم ، وإمكانية قبول الفرض البحثي البديل بالنسبة لهذه المتغيرات .

ويمكن تفسير معنوية العلاقة الطردية بين معرفة المبحوثات بتوصيات تسويق محصول الطماطم والسن ، وعدد سنوات الخبرة ، كما سبق القول ، بأن زيادة عدد سنوات العمر ، عدد سنوات الخبرة يجعل المبحوثة أكثر دراية بما هو جديد من توصيات تسويق محصول الطماطم ، وبالنسبة لمعنوية العلاقة بين معرفة المبحوثات بتوصيات تسويق الطماطم وعدد افراد الأسرة ونوع الأسرة فيمكن تفسير هذه المعنوية في ضوء أن وجود المبحوثة في الأسرة ذات الحجم الكبير او الأسرة غير البسيطة يكون دعما كما سبق للمبحوثة لإمدادها بالمعارف والممارسات الجديدة في تسويق محصول الطماطم مثل المعارف الخاصة برابوط التسويق الأهلية من خلال الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي ومنظمة كير للعمل . أما بالنسبة لحيازة الأرض الزراعية ، المساحة المنزرعة طماطم فإنه يمكن تفسير معنوية هذه العلاقة في ضوء أن المبحوثات ذات المساحات كبيرة بصفة عامة والمساحات الكبيرة المنزرعة طماطم بصفة خاصة يكون انتاجهن كبير مما يدفعهن للبحث عن المعلومات التسويقية من أجل الحصول على ربح أكبر .

أما بالنسبة لتفسير معنوية العلاقة بين معرفة المبحوثات بممارسات التسويق لمحصول الطماطم وعدد سنوات تعليم المبحوثة بأن المبحوثات الأكثر تعليماً يزيد مستوى معارفهن بكل ما يحيط بهن وخاصة فيما يتعلق بالمجهود المبذول لزيادة الإنتاج الزراعي خاصة محصول الطماطم ، من خلال معرفة التوصيات الخاصة بتسويق محصول الطماطم كما يمكن أكثر تعرضاً لمصادر المعلومات في هذا المجال.

ولتفسير العلاقة العكسية بين معرفة المبحوثات بتوصيات تسويق محصول الطماطم والمكان الذي تمارس فيه المبحوثة عملية التسويق سواء في أرضها أو أرض الغير أو الاثنان معاً في ضوء كما سبق القول انهن رغم زيادة هذه الممارسة في التسويق إلا أن هذه المبحوثات يعتمدن على معلوماتهن السابقة دون اكتساب معلومات جديدة أو يتصفن بالتقليدية في الزراعة ومنها بدائية اساليب جمع وتسويق محصول الطماطم ولهذا تكون معارفهن قليلة خاصة بما هو جديد في هذا المجال.

يتضح مما سبق أن ما يؤثر على معرفة المرأة الريفية سواء في إنتاج أو تسويق محصول الطماطم هي مجموعة متغيرات شخصية واجتماعية واقتصادية بالإضافة إلى الثقافة الريفية والبيئة الريفية وما تشمله من موروثات ثقافية وعادات وتقاليد ، الأمر الذي يتطلب تكثيف جهود الاعلام خاصة الموجه للمرأة الريفية والعمل على رفع مكانتها من خلال التعليم المستمر في كافة مجالات الحياة خاصة المجالات الزراعية و التسي منها المحاصيل ذات الربحية العالية مثل محصول الطماطم.

**المشكلات التي تواجه المبحوثات في إنتاج محصول الطماطم :**

أوضحت نتائج الدراسة أن هناك ثلاثة عشر مشكلة تواجه المبحوثات في إنتاج محصول الطماطم ، هذه المشكلات تراوحت نسبة الإشارة إليها من المبحوثات بين حد أدنى قدره ٥% ، وحد أقصى قدره ٩٩,٢% من إجمالي عدد المبحوثات ( جدول رقم ٨ ) .

ويتضح من هذه النتائج أن المشكلات قسمت إلى خمس مجموعات من المشكلات ، المشكلات المادية ، والمشكلات الخاصة بمستلزمات الإنتاج ، والمشكلات الخاصة بالري ، والمشكلات الخاصة بالأمراض والحشرات ، والمشكلات البيئية ، وتضمنت كل مجموعة عدداً من المشكلات وفيما يلي عرضاً لما أوضحته النتائج البحثية .

(١) المشكلات المادية : تحددت مجموعة المشكلات المادية في سبعة مشكلات وقد رتبّت تنازلياً حسب نسبة المبحوثات اللاتي أُشرن إليها ، وهي ارتفاع اجور العمال ، وارتفاع اسعار الاسمدة وذلك بنسبة ٩٩,٢% لكل منهما يليها ارتفاع تكاليف اداء العمليات الزراعية بنسبة ٩٧,٥% ثم ارتفاع اسعار التقاوي والشتلات بنسبة ٩٦,٧% ، وارتفاع اسعار المبيدات ٩٣,٣% ثم ارتفاع ايجار الاراضي الزراعية بنسبة ٣٥,٨% ، و ثم اخيراً صعوبة للحصول على قروض نقدية بنسبة ١٨,٨% .

ويتضح من هذه النتائج ارتفاع نسبة المبحوثات اللاتي أُشرن إلى وجود المشكلات المادية ، وربما يرجع ذلك إلى رفع الدعم عن مستلزمات الإنتاج الزراعي ، وتحرير أسعارها مما أدى إلى رفع اسعار مستلزمات الإنتاج الزراعي .

(٢) المشكلات الخاصة بمستلزمات الإنتاج :

تضمنت مجموعة المشكلات الخاصة بمستلزمات الإنتاج خمسة مشكلات ، وقد رتبّت تنازلياً حسب نسبة تكرارها بين المبحوثات حيث جاءت مشكلة عدم توفر الأيدي العاملة المدربة ، وذلك بنسبة ٩٤,٢% يليها مشكلة عدم توفر الآلات الزراعية بنسبة ٩١,٣% ، عدم توفر الخدمات الإرشادية بنسبة ٨,٨% ، وأخيراً سوء حالة الصرف بنسبة ٢,٥% .

يتضح من هذه النتائج أن غالبية المبحوثات ذكرن عدم توفر الأيدي العاملة المدربة ، وعدم توفر الآلات الزراعية ثم عدم توفر التقاوي والشتلات .

(٣) المشكلات الخاصة بالري والصرف : تحددت هذه المشكلات في مشكلة واحدة وهى عدم تطهير المساقى وذلك بنسبة ٥% .

(٤) مشكلات خاصة بالأمراض والحشرات :

اشتملت هذه المجموعة على مشكلة واحدة وهي انتشار الأمراض والحشرات بنسبة ٨٥,٨% وقد يرجع ارتفاع هذه النسبة إلى تداخل العروات ، وعدم اتباع نظام الدورة الزراعية مما أدى إلى انتشار الأمراض والحشرات في منطقة الدراسة ، وهذا ما أكدته المبحوثات أثناء جمع البيانات .

(٥) المشكلات البيئية :

تضمنت هذه المجموعة مشكلة واحدة وهي التقلبات الجوية سواء الصقيع أو ارتفاع درجة الحرارة وذلك بنسبة ٩٧,٥% ربما يرجع ذلك إلى الانخفاض الشديد في درجات الحرارة ليلاً شتاءً وخاصة بالنسبة للعروة الشتوية وايضا الارتفاع المفاجيء في

درجات الحرارة نهارا بالنسبة للعروة الصيفية مما يؤثر على الإنتاج وبالتالي يقل الإنتاج من محصول الطماطم ، وهذا ما حدث في الفترة الأخيرة فعلاً.

#### ثانيا : المشكلات الخاصة بالتسويق :-

اشتملت المشكلات الخاصة بتسويق المبحوثات لمحصول الطماطم على احدى عشر مشكلة كما هو موضح بجدول (٩) ، وجاء في مقدمة هذه المشكلات زيادة نسبة الفاقد أثناء الجمع والتسويق ، وتعدد الوسطاء ، وذلك بنسبة ٩٨,٣% لكل منهما وهاتان المشكلتان تؤديان إلى انخفاض الربح الذي تحصل عليه المبحوثة ثم جاءت مشكلة ارتفاع تكاليف جمع المحصول بنسبة ٩٧,٩% ثم مشكلة قلة الايدي العاملة اللازمة لجمع المحصول وذلك بنسبة ٩٧,١% ثم انخفاض سعر بيع المحصول احيانا بنسبة ٩٤,٢% ثم استغلال التجار بنسبة ٧٧,٥% ، و ثم ارتفاع تكاليف النقل للأسواق الكبيرة ٧٤,٦% ، مشكلة عدم وجود تلاجيات تخزين بنسبة ٦٠% ، ثم تلي ذلك مشكلة بعد الأسواق عن مناطق الزراعة ٥٧,١% ثم عدم توفر وسائل مواصلات ، وسوء حالة الطرق كل منهما بنسبة ٢٥,٤% .

#### مصادر معلومات المبحوثات عن إنتاج وتسويق محصول الطماطم :

أوضحت النتائج الواردة بجدول (١٠) إلى تعدد المصادر التي تحصل منها المبحوثات على معلوماتهن عن إنتاج وتسويق محصول الطماطم فقد جاء زوج المبحوثة ليمثل اهم مصادر المعلومات بالنسبة لحوالي ٧٠,٨% من المبحوثات يليه الجيران والاقارب بنسبة قدرها ٥٩% لكل منهن ثم المرشد الزراعي بنسبة ٢٩% منهن يليها الابناء بنسبة ١٥% ومدير الجمعية الزراعية بنسبة ٨,٨% وتجار مستلزمات الإنتاج بنسبة ٧,٥% وتجار محصول الطماطم بنسبة ٦,٣% ثم التليفزيون بنسبة ١,٧% من المبحوثات . ومن الجدول يتبين أهمية الاتصال بزوج المبحوثة. كأحد الفئات الهامة من الجمهور الارشادي من جهة ومصدر معلومات الزوجة من جهة أخرى ثم يأتي بعد ذلك في الأهمية كل من الأقارب والجيران ثم المرشد ومدير الجمعية وتجار مستلزمات الإنتاج وتجار محصول الطماطم. هذه النتيجة توضح تقليدية مصادر معلومات المرأة الريفية في مجال الإنتاج و تسويق الطماطم مما يشير إلى ضعف دور الإرشاد الزراعي الموجه لهن في هذا المجال، وهذا ما يدعو إلى تنشيط دور الإرشاد الزراعي من خلال المرشد الزراعي ومدير الجمعية الزراعية وذلك عن طريق وضع برامج إرشادية للريفيات زوجات مزارعي الطماطم و أزواجهن في محافظة القليوبية لما

لهؤلاء الأزواج من دور مؤثر في رفع مستوى معارف المبحوثات للتوصيات الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الطماطم.

#### توصيات البحث : -

- (١) زيادة الاهتمام بتقديم الخدمات الإرشادية للريفيات خاصة توفير البذور عالية الإنتاج والمقاومة للأمراض والآفات وتكون مقاومة لدرجات الحرارة العالية.
- (٢) محاولة مساعدة الريفيات على حل مشكلتهن خاصة المادية منها .
- (٣) ترشيد الريفيات لزيادة معارفهن بالنسبة لمحصول الطماطم خاصة العمليات التي كانت معارفهن بها منخفضة وذلك عن طريق عمل البرامج الإرشادية بشكل فعال ومؤثر.
- (٤) ترشيد الريفيات بكيفية الاشتراك في الروابط التسويقية وإعطائهن المعلومات الكافية عن فائدة هذه الروابط وكيفية الاستفادة منها وذلك من خلال البرامج الإرشادية التي تعدها مديرية الزراعة بمحافظة القليوبية بإدارتها المختلفة.

#### جدول رقم (١)

توزيع المبحوثات وفقاً لمستوى معرفتهن للتوصيات الخاصة بعمليات إنتاج محصول الطماطم

الإنتاج		العملية مستوى المعرفة
عدد	%	
٨٠	٣٣,٣	منخفض (٢٥ - ٢٩) درجة
٦٠	٢٥,٠	متوسط (٣٠ - ٣٤) درجة
١٠٠	٤١,٧	مرتفع (٣٥ - ٣٩) درجة
٢٤٠	١٠٠,٠٠	الإجمالي

جدول رقم (٢) توزيع المبحوثات وفقاً لمعرفةهن للتوصيات الخاصة بإنتاج محصول الطماطم مرتبة تنازلياً حسب درجة المعرفة

مسلسل	توصيات إنتاج محصول الطماطم	عدد	% ن = ٢٤٠
أولاً	<u>عملية إعداد الأرض للزراعة :-</u>		
١-	ميعاد الزراعة	٢٢٧	٩٤,٦
٢-	مواصفات الشتلة الجيدة	٢١٣	٨٨,٨
٣-	ازالة بقايا المحصول السابق	٢١٣	٨٨,٨
٤-	تشميس الأرض جيداً	٢٠٦	٨٥,٦
٥-	كمية التقاوي	١٩٢	٨٠
٦-	عدد الخطوط في القصبنتين	٥٥	٢٢,٩
٧-	التسوية الجيدة للأرض	٤٩	٢٠,٤
ثانياً	<u>عملية زراعة الأرض</u>		
١-	الشتل على الريشة القبلية وتثبيت الجذر .	٢٠٩	٨٧,٨
٢-	الشتل في وجود الماء في التلث العلوي من الخط	٢٠٢	٨٤,٢
٣-	الترقيع بعد ٣ - ٤ يوم من الشتل	١٦٨	٧٠
ثالثاً	<u>عملية العزيبق :-</u>		
١-	العزقة الأولى بعد ٢ - ٣ أسبوع من الشتل	١١٦	٤٨,٣
٢-	العزقة الثانية بعد ١٥-٢٠ يوم من العزقة الأولى	١١٤	٤٧,٥
٣-	العزقة الثالثة بعد ١٥-٢٠ يوم من العزقة الثانية	٢٩	١٢
رابعاً	<u>عملية الري :-</u>		
١-	الري كل ١٠ - ٢٠ يوم	٢٠٢	٨٤,٢
٢-	لا تكون تغطية النباتات إلا في الري الأولى	١٤١	٨٥,٨
٣-	عدم غمر المصاطب بالماء مع الانتظام في الري	١١٦	٤٨,٣
خامساً	<u>مرحلة التسميد والكبريت</u>		
١-	الكبريت بعد حوالي شهر من الشتل	١٨٣	٧٦,٣
٢-	التسميد البلدي ٥-٧ مقطورة سماء/ فدان	١٦٨	٧٠
٣-	دفعة أولى من التسميد الكيماوي بعد ١٥-٢٠ يوم مع رية المحاياه	١٣٦	٥٦,٧
٤-	دفعة ثانية من الكيماوي بعد ٤٥ - ٥٠ يوم	١٢٧	٥٢,٥
٥-	التسميد الكيماوي كل اسبوعين ١٠-١٥ ك/فدان كل دفعة.	١١٣	٤٧,١
٦-	دفعة ثالثة بعد الشتل بعد (٧٠-٧٥) يوم .	٦٩	٢٨,٨
٧-	دفعة رابعة بعد الشتل بـ ٩٠ يوم	٤٣	١٧,٩

جدول رقم (٣) توزيع المبحوثات وفقاً لمستوى معرفتهن للتوصيات  
الخاصة بعمليات تسويق محصول الطماطم

الإنتاج		العملية	مستوى المعرفة
%	عدد		
٣٢,٩%	٧٩		منخفض (١٩ - ٢١) درجة
١٩,٢	٤٦		متوسط (٢٢ - ٢٤) درجة
٤٧,٩	١١٥		مرتفع ٢٥ درجة فأكثر
١٠٠,٠٠	٢٤٠		الإجمالي

جدول (٤) توزيع المبحوثات وفقاً لمعرفةهن  
للتوصيات الخاصة بتسويق محصول الطماطم مرتبة تنازلياً

%	عدد	توصيات تسويق محصول الطماطم
٩٨,٣	٢٣٦	(١) ثمار ربع تلوين عند التسويق لمسافات متوسطة
٩٣,٣	٢٢٤	(٢) استبعاد الثمار المصابة أو المشوهة
٩٢,٥	٢٢٢	(٣) للنقل في وقت بعيد عن الشمس الحامية
٩١,٣	٢١٩	(٤) فرز الثمار بعد جمعها وقبل التعبئة
٨٩,٦	٢١٥	(٥) جمع الثمار باليد مع قطفها بالكأس لحمايتها
٨٩,٦	٢١٥	(٦) يتم الفرز في مكان هادي أو تحت تحريشة
٧٧,٩	١٨٧	(٧) تعبئة الثمار في عبوات ملاء أو جرادل بلاستيك
٧٢,٩	١٧٥	(٨) ثمار ثلاث تلوين للتسويق المحلي
٥٥,٨	١٣٤	(٩) التعبئة في عبوات كرتون أو صناديق خشبية
٥٢,١	١٢٥	(١٠) عدم ملء العبوة فوق الحافة
٤٣,٨	١٠٥	(١١) عدم استخدام أقفاص جريد حتى لا تجرح الثمار
٣٥,٤	٨٥	(١٢) رص العبوات دون ترك فراغات على السيارة
١٤,٦	٣٥	(١٣) وقف رش المبيدات قبل الجمع بـ ١٥ يوم
٧,٥	١٨	(١٤) يتم فرز الثمار المخزنة كل ٧ - ١٠ أيام
١,٧	٤	(١٥) انصب درجة الحرارة للتخزين ١٠ - ١٢ درجة مئوية
١,٧	٤	(١٦) أنصب درجة رطوبة ٨٥ - ٩٥ %

جدول (٥) توزيع المبحوثات وفقا لمشاركتهن في عمليات إنتاج وتسويق محصول الطماطم

لا تشارك		نادرا		أحيانا		دائما		المشاركة العمليات الزراعية
%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	
٩٤,١	٢٢٦	٣,٣	٨	١,٣	٣	١,٣	٣	١- اعداد الأرض للزراعة
—	—	٣,٨	٩	٣,٨	٩	٩٢,٤	٢٢٢	٢- النقل
٩٤,٧	٢٢٧	٤,٩	١١	٠,٨	٢	—	—	٣- العزيق
٩٧,٩	٢٣٥	١,٣	٣	٠,٨	٢	—	—	٤- الري
٨٩,٥	٢١٥	٧,١	١٧	١,٧	٤	١,٧	٤	٥- التسميد
٨٩,٢	٢١٤	٣,٣	٨	٥,٤	١٣	٢,١	٥	٦- مكافحة الآفات والامراض
٤,٢	١٠	٣,٣	٨	٠,٨	٢	٩١,٧	٢٢٠	٧- الجمع
٣,٣	٨	٠,٨	٢	١,٧	٤	٩٤,٢	٢٢٦	٨- الفرز
٥	١٢	١,٣	٣	٢,٩	٧	٩٠,١	٢١٨	٩- التعبئة
٩١,٢	٢١٩	٤,٦	١١	٢,٩	٧	١,٣	٣	١٠- النقل
١٧,٩	٤٣	٢٦,٦	٦٤	١٣,٣	٣٢	٤٢,٢	١٠١	١١- التسويق (البيع)

ن = ٢٤٠ مبحوثة



جدول (٦) توزيع المبحوثات وفقاً للخدمات التي يقدمها  
جهاز الإرشاد الزراعي

م	الخدمات	عدد ن = ٢٤٠	%
(١)	توفير الأسمدة بأسعار مناسبة	٢٣٤	٩٧,٥
(٢)	توفير للمبيدات بأسعار مناسبة	١٨٠	٧٥
(٣)	عمل دورات تدريبية للريفيات	١٤٤	٦٠
(٤)	توفير بذور مقاومة للآفات والأمراض	٣١	١٢,٩
(٥)	توفير بذور عالية الإنتاج	٢٥	١٠,٤

جدول رقم (٧) قيم معامل الارتباط لبيرسون واختبار مربع كاي للعلاقة بين العوامل المستقلة  
المدرسة ومعارف المرأة الريفية بالتوصيات الخاصة بكل من إنتاج وتسويق محصول الطماطم

أولاً : قيم معامل الارتباط لبيرسون

م	المتغيرات	المعرفة بتوصيات إنتاج محصول الطماطم	المعرفة بتوصيات تسويق محصول الطماطم
(١)	السن	٠,٣٥٤ **	٠,٤٣٧ **
(٢)	عدد أفراد الأسرة	٠,٣٤٩ **	٠,٢٩٤ **
(٣)	عدد سنوات عليم المبحوثة	٠,٠٥٤	٠,١٢٧ *
(٤)	لجمالي الحياة للزراعية	٠,٤٢٠ **	٠,١٧٩ **
(٥)	مساحة الأرض المنزرعة طماطم	٠,٤٦٦ **	٠,٢٠٩ **
(٦)	عدد سنوات الخبرة	٠,٤٢٦ **	٠,٤٠٥ **
(٧)	مكان عمل المبحوثة بالزراعة	٠,١٧٤ ** _	٠,٢٤٠ ** _
(٨)	درجة المشاركة في إنتاج وتسويق محصول الطماطم	٠,٠٨	٠,١٢٢

ثانياً قيم اختبار مربع كاي

م	الحالة الزوجية	٨,٦٥	٤,٧٠
(١)	الحالة الزوجية	٨,٦٥	٤,٧٠
(٢)	نوع الأسرة	١١,١٩ **	١٢,٤٥ **
	** معنوية عند مستوى ٠,٠١	* معنوية عند مستوى ٠,٠٥	

جدول (٨) توزيع المبحوثات وفقاً لمشكلاتهن مرتبة تنازلياً  
في إنتاج محصول الطماطم

المشكلات	عدد	%
(١) ارتفاع اجور العمال	٢٣٨	٩٩,٢
(٢) ارتفاع اسعار الأسمدة	٢٣٨	٩٩,٢
(٣) ارتفاع تكاليف اداء العمليات الزراعية	٢٣٤	٩٧,٥
(٤) التقلبات الجوية مما يؤدي انخفاض الإنتاج	٢٣٤	٩٧,٥
(٥) ارتفاع اسعار التقاوي الشتلات	٢٣٢	٩٦,٧
(٦) عدم توفر الأيدي العاملة المدربة	٢٢٦	٩٤,٢
(٧) ارتفاع اسعار المبيدات	٢٢٤	٩٣,٣
(٨) عدم توفر الآلات الزراعية	٢١٩	٩١,٣
(٩) انتشار الآفات والأمراض	٢٠٦	٨٥,٨
(١٠) ارتفاع إيجار الاراضي الزراعية	٨٦	٣٥,٨
(١١) صعوبة الحصول على قروض	٤٥	١٨,٨
(١٢) عدم توفر الخدمات الإرشادية	٢١	٨,٨
(١٣) عدم تطهير المساقى	١٢	٥

جدول (٩) توزيع المبحوثات وفقاً لمشكلاتهن مرتبة تنازلياً

في تسويق محصول الطماطم

المشكلات	عدد	%
(١) تعدد الوسطاء	٢٣٦	٨٩,٣
(٢) زيادة نسبة الفاقد أثناء الجمع	٢٣٦	٩٨,٣
(٣) ارتفاع تكاليف جمع المحصول	٢٣٥	٩٧,٩
(٤) قلة الأيدي العاملة اللازمة لجمع المحصول	٢٣٣	٩٧,١
(٥) انخفاض أسعار بيع المحصول أحياناً	٢٢٦	٩٤,٢
(٦) استغلال التجار للمزارع	١٨٦	٧٧,٥
(٧) ارتفاع تكاليف النقل للأسواق الكبرى	١٧٩	٧٤,٦
(٨) عدم وجود ثلاجات تخزين	١٤٤	٦٠
(٩) بعد الأسواق عن مناطق الزراعة	١٣٧	٥٧,١
(١٠) عدم توفر وسائل المواصلات	٦١	٢٥,٤
(١١) سوء حالة الطرق	٦١	٢٥,٤

جدول رقم (١٠) توزيع المبحوثات وفقاً لمصادر معلوماتهن

فيما يتعلق بإنتاج وتسويق محصول الطماطم

المبحوثات اللاتي ذكرنه		مصادر المعلومات
%	عدد ن = ٢٤٠	
٧٠,٨	١٧٠	(١) الزوج
٥٩	١٤٢	(٢) الجيران والأقارب
٢٩	٧٠	(٣) المرشد الزراعي
١٥	٣٦	(٤) الأبناء
٨,٨	٢١	(٥) مدير الجمعية الزراعية
٧,٥	١٨	(٦) تجار مستلزمات الإنتاج
٦,٣	١٥	(٧) تجار محصول الطماطم
١,٧	٤	(٨) التلفزيون

## المراجع

- (١) احمد ، حسن عبدالعاطي محمد ، احتياجات الزراعة الإرشادية في إنتاج وتسويق محصول الطماطم بمحافظة قنا بـ ج.م.ع رسالة ماجستير ، كلية الزراعة ، جامعة الأزهر ، ٢٠٠٦ .
- (٢) السيد/ عزيزة عوض الله ، الديب ، امال عبدالعاطي موسى ، الاحتياجات الإرشادية للريفيات في إنتاج وتسويق محصول البردقوش للتصدير بقرية عباد شارونه بمحافظة المنيا بـ ج . م . ع ، مجلة ، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي ، المجلد الحادي عشر العدد الثالث ، ٢٠٠٧ .
- (٣) السيد / عزيزة عوض الله ، يوسف ، احلام مصطفى ، معارف زوجات الخرجين والمنفعين بالتقنيات الموصي بها لتقليل الفاقد من محصول الطماطم وعلاقتها ببعض المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية بمنطقة بنجر السكر بالنوبارية ، المجلة المصرية للعلوم التطبيقية ، مجلد ١٨ العدد ١١ ، نوفمبر ، ٢٠٠٣ .
- (٤) الشناوي ، ليلي حماد ، عمل المرأة في الزراعة بين الواقع والمأمول في العمل الارشادي في ضوء التغييرات في جمهور الخدمة الإرشادية الزراعية ، المؤتمر السابع للجمعية العلمية للإرشاد الزراعي ، القاهرة ، اكتوبر ٢٠٠٣ .
- (٥) شلبي ، ابراهيم محمد ، ابراهيم ، حسنة محمد ، المتطلبات الإرشادية لمشاركة المرأة الريفية في بعض الأنشطة الزراعية بمحافظة الدقهلية والشرقية والعوامل المرتبطة بها ، مجلة الزقازيق ، مجلد ٣٣ رقم ٢/٢٠٠٦ .
- (٦) مديرية الزراعة بالقليوبية الارشاد الزراعي — الرؤية المستقبلية المتعلقة بإنتاج وتسويق الخضر والفاكهة ، بيانات غير منشورة ٢٠١٠ .
- (٧) وزارة الزراعة واستصلاح الاراضي ، مركز البحوث الزراعية ، الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي ، زراعة وإنتاج الطماطم ، نشرة فنية رقم ٩٧٦ ، ٢٠٠٥ .
- (٨) وزارة الزراعة واستصلاح الاراضي ، الإدارة العامة للتقافة الزراعية ، إنتاج الطماطم ، نشرة فنية رقم ٦/٢٠٠٣ .
- 9) Mensour, kamla, women in Agriculture in Egypt 1994.
- 10) Timker, the adverse impact of development on women and world development, over seas development council, V.S. A. 1976.

# **Rural woman's knowledge, problems In producing and marketing Tomato Crop in kalyobia Governorate**

## **Abstract**

Amal A. Mosa \*

Aml M: M. goma \*

This study aims to determining the rural women's knowledge and problems of producing and marketing tomato, beside finding the relation between some independent variables and respondents' knowledge degree as dependent variable, in addition to that determining the rural women Participation in producing and marketing tomato, beside their information resources about this aspect, to know the recommends in this field.

To realize the study objectives, a random sample was selected of 240 respondents of growers wires in kaliobia.

Data were collected by using a pre-test questionnaire, through a personal interview, Ratio percent Coefficient correlation (person) and Chi square were used for data analysis.

The results of the study reveled that :

- 1- The average of knowledge of the respondents was high.
- 2- There were some services provided by the agricultural extension as fertilizers and pesticides by suitable prices.
- 3- There were some production and marketing problems: Increasing the loss of tomato crop during the production and marketing stages , the effect of frost and high temperature , high prices of fertilizers and pesticides , no enough refrigerators for storing the tomato crop , high costs of transportation of the crop to the market , low price of marketing tomatw crop presents by merchants.
- 4- There was significant relationship between the respondents knowledge degree in producing and marketing the crop as independent variable and independent variables included: the age, family size, family type, the size land holding, the crop cultivated area, number of experience years in cultivating tomato, the respondents job area. In Addition the number of respondents education years in marketing only .
- 5- The most important sources of information related to this aspect were respondent's husbands, the relatives and the t.v.

Upon the study results, it is recommended the necessity of planning knowledge regarding the recommends of producing and marketing the crop .

---

\* Agric. Extension and Rural development Research Institute.