

معرفة الزراعة للتوصيات الفنية المتعلقة بتسويق محصول الطماطم في محافظة الفيوم

دكتور / ظاهر محمد ابوالعطا دكتور / صلاح عباس حسين دكتور/كرم يوسف عازر

باحث أول باحث أول باحث

قسم بحوث البرامج الإرشادية- معهد بحوث الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية-مركز البحوث الزراعية

المستخلص:

استهدف البحث تحديد مستوى معارف المبحوثين للتوصيات الفنية المتعلقة بتسويق محصول الطماطم ، والتعرف على مصادر معارف المبحوثين للتوصيات الفنية المتعلقة بمحصول الطماطم ، و تحديد الطرق التي يتبعها الزراع المبحوثين لتسويق محصول الطماطم، والتعرف على المشكلات التي تواجه الزراع المبحوثين في تسويق محصول الطماطم، وإقتراح خطة عمل إرشادية للنهوض بتسويق محصول الطماطم . وأجري البحث في مراكز طامية و ابشواى وسنورس بمحافظة الفيوم باعتبارها إحدى المحافظات الرئيسية المنتجة للطماطم. تم تحديد حجم عينة البحث طبقاً لمعادلة كرجيس ومورجان (Kregcie&Morgan)، وقد تم إختيار المبحوثين بطريقة عشوائية منتظمة من واقع كشوف الحصر الموجودة بالجمعية التعاونية الزراعية لزراع الطماطم في موسم ٢٠١٢/٢٠١١ قد بلغت ١٢١ مبحوثاً بنسبة ٦٩% من اجمالى الشاملة والبالغ عددهم ١٧٥ مبحوثاً وتوزعوا على قرى البحث بواقع ٦٩ مبحوثاً بقرية المظاطلى ، و ٣٥ مبحوثاً من قرية سنرو القبيلية ، و ١٧ مبحوثاً من سنورس أول . واستخدمت المقابلة الشخصية مع استخدام استمارة الاستبيان كأداة جمع البيانات بعد اختبارها مبدئياً خلال شهر أكتوبر عام ٢٠١٢ م ، وأستخدم المتوسط الحسابي والعرض الجدولى بالتكرار والنسب المئوية لتحليل وعرض البيانات.

وأظهرت النتائج:

- قد بلغ المتوسط الكلى لمتوسطات درجات معارف الزراع المبحوثين قد بلغ ١٣,١٣ درجة بنسبة ٦٠,٥% . بما يعنى أن درجات معارف الزراع كانت متوسطة.
- أن هناك تعدد وتنوع فى مصادر المعرفة بالتوصيات الفنية المدروسة ، حيث كانت المصادر الإرشادية الحكومية التابعة لوزارة الزراعة و تنظيماتها المركزية والمحلية مصدراً لثلاث بنود من اجمالى عدد بنود توصيات تسويق ثمار الطماطم والبالغة ٤٤ بنوداً بنسبة ٦,٨%، وأن المصادر الإرشادية الحكومية التابعة لوزارات أخرى غير وزارة الزراعة كانت مصدراً ل ١٦ بنوداً من بنود التوصيات بنسبة ٣٦,٤% ، وكانت المصادر الإرشادية غير الحكومية مصدراً ل ١٩ بنوداً من بنود التوصيات بنسبة ٤٣,٢%، بينما كانت المصادر الإرشادية سواء كانت حكومية تابعة لوزارة الزراعة أو لوزارات أخرى مع المصادر الإرشادية غير الحكومية مصدراً ل ٦ بنود بنسبة ١٣,٦% .
- أن هناك سبع طرق تسويقية تتعلق بتسويق محصول الطماطم ذكرها الزراع المبحوثين بنسب تتحصر بين حد أقصى قدره ٨٨%، وحد أدنى قيمته ٨% وهى مرتبة تنازلياً وفقاً لنسب تكرارها من جانبهم كما يلي: البيع لتجار الجملة مباشرة أو البيع لتجار التجزئة مباشرة ، والبيع من خلال السماسرة والوسطاء ، والبيع فى الأسواق مباشرة ، والبيع للمصانع التى تقوم صناعتها على المحصول ، والبيع من خلال تعاونيات تسويق الخضار والفاكهة ، والبيع للمصدرين .
- المشكلات التي تواجه الزراع المبحوثين عند تسويق محصول الطماطم مشكلات خاصة بالحصاد ومن أهمها : إرتفاع أجور الأيدي العاملة ، ومشكلات خاصة بالفرز والتدريج ومن أهمها ندرة وجود معايير

واضحة للدرجات أو الرتب ، ومشكلات خاصة بالتعبئة ومن أهمها ارتفاع أسعار العبوات ، ومشكلات خاصة بالنقل من أهمها ارتفاع تكاليف النقل ، ومشكلات خاصة بطرق التسويق من أهمها إنخفاض سعر بيع المحصول وتذبذب الأسعار.

مقدمة البحث ومشكلته:

إن التطور الذي يشهده الإنتاج الزراعي في مصر حالياً لا بد أن تواكبه نظم تسويقية متطورة تهتم بمواصفات جودة المنتجات الزراعية التي تتسم بخصائص تحكها الموسمية والقابلية للتلف السريع، وهذا يحتم على المزارع إكتساب المعلومات والمهارات التسويقية، ليتمكن من تحسين ظروف الإنتاج والحصاد وعمليات ما بعد الحصاد لتحقيق أكبر عائد ممكن (١٢:ص ص ٢-٣).

وتعتبر عملية تسويق الحاصلات الزراعية أحد الخطوات الهامة والأساسية لعملية الإنتاج إذ يتوقف عليها تحديد دخل المزارع نتيجة حصوله على سعر مجز لمنتجاته مما يشجعه على الاستمرار في عملية الإنتاج ، وقد إحتلت عملية التسويق الزراعي مكانة هامة في كل من الدول النامية والمتقدمة بعد تحول الكثير من الدول لنظام التجارة الحرة (١١ :ص ٤١).

وفى ظل التوجهات الإقتصادية الحالية في قطاع الزراعة المصري والتي تستهدف تحقيق المزيد من التحرر الإقتصادي وفقاً لآليات السوق الحر، وفى ضوء الاتفاقات الدولية الخاصة بحماية المستهلك وحرية المنافسة ومنع الإحتكار ووضع مواصفات قياسية للملح والخدمات كان من الضروري على جهاز الإرشاد الزراعي أن يطور من نفسه ومن نوعية الخدمة التي يقدمها لجمهور المسترشدين، وأن لا يقتصر دوره على عمليات مجال إنتاج المحاصيل بل يمتد ليشمل مجالات جديدة من بينها تسويق المحاصيل الزراعية (١٤:ص ٨).

وفى ضوء ذلك وتمشيا مع السياسة الزراعية الحالية أصبح للقطاع الخاص والأهلى ممثلاً في جمعيات المزارعين والمنتهجين، والتعاونيات، والمنظمات التي يكونها المزارعون نور في تقديم الخدمة الإرشادية وخاصة في مجال الإنتاج البستاني إنتاجاً وتسويقاً (٤ :ص ٣٦).

ويعرف التسويق الزراعي بأنه تداول الثمار في جميع المراحل المختلفة التي تمر من خلال رحلتها التسويقية ابتداء من قطفها وحتى وصولها للمستهلك متضمنة : تحديد درجة صلاحية القطف - طريقة القطف - الفرز والتدريج والتعبئة والتخزين والتسويق أو التصدير أو التصنيع (٧ :ص ١) وهو ما ارتكز عليه البحث عند تعريفها للتسويق الزراعي إجرائياً.

هذا ويتم تسويق المنتجات الزراعية بفقد نسبة كبيرة من المنتج بسبب تطبيق ممارسات خاطئة لعمليات ما بعد الحصاد ، مما تسبب في عدم الاستفادة من بعض الإنتاج الذي تم الحصول عليه . وكذلك يحدث فقد جزء كبير من مختلف المحاصيل سواء الحقلية منها أو البستانية خلال مسلكها التسويقي من أماكن الإنتاج إلى مناطق الإستهلاك يمثل نقصاً في الدخل الزراعي القومي والدخل الفردي، وهذا الفقد هو عبارة عن النقص المتحقق في وزن المحصول ويعبر عنه بالفاقد الفيزيقي في مرحلة ما بعد الحصاد تمييزاً له عن الفاقد التسويقي الذي يعبر عن النقص المتحقق في وزن المحصول خلال مرحلة التسويق المختلفة والتي تبدأ من المزرعة حتى تصل إلى المستهلك. وقد يعبر عنه بالفاقد التسويقي الكلى تفرقة بينه وبين الفاقد التسويقي الجزئي الناتج عن بيع المحصول بأقل من الثمن المحدد له نتيجة لعدم مطابقته مواصفاته لمثيلاتها القياسية أو لتلف جزء منه ويمكن تعريف الفاقد بأنه مقدار النقص في كمية السلعة المتاحة للإستهلاك، وهذا المفهوم يختلف عن

مفهوم التلف والذي يعبر عن العطب أو الفساد الفيزيقي والذي يصيب السلع لأسباب عديدة يصعب قياسها بدقة (٨) .

كما تشير كذلك بعض الدراسات إلى أن نسبة الفاقد في الإنتاج الزراعي مالا يقل عن ٢٥ . ٣٥% من جملة إنتاجه، هذا وتتراوح نسبة الفاقد في محاصيل الفاكهة ٢٠% ، والخضار ٣٠% من جملة إنتاجها (٣) ، ويتوقف مقدار الفاقد على نوع المحصول والظروف المناخية والموقعية السائدة .

ويحدث هذا الفاقد بالرغم من الجهود الإرشادية الزراعية العديدة والمتنوعة التي تقوم بها الأجهزة الإرشادية الزراعية العديدة والمتنوعة التي تقوم بها الأجهزة الإرشادية الحكومية التابعة لوزارة الزراعة والتي تتمثل في جميع الإدارات المركزية ، والهيئات العامة التابعة لوزارة الزراعة وما يتبعها من مركز للدعم الإعلامي ، وكذا الأجهزة الإرشادية الحكومية التابعة لوزارات أخرى غير وزارة الزراعة مثل تلك التنظيمات التابعة لوزارة الري والإعلام والصناعة، هذا بالإضافة إلى ما تقوم به كليات الزراعة بمختلف الجامعات إلى جانب التنظيمات غير الحكومية التي تقدم الخدمات الإرشادية في صورة مدفوعة أو غير مدفوعة الأجر للجمهور الإرشادي (٥ : ص ٢٠٧-٢٠٨) . إضافة إلى ما بذل من جهود إرشادية خلال بعض المشروعات التنموية الزراعية مثل مشروع تطوير النظم الزراعية ، والمشروع القومي للأبحاث الزراعية (النارب) وغيرها من المشروعات التي اهتمت بتحسين إنتاجية وجودة حاصلات الخضار والفاكهة وتقليل الفاقد أثناء عمليات تداولها بعد القطف ، سواء من الناحية البحثية أو الإرشادية أو تدريب العاملين بالإرشاد البستاني وتنمية قدراتهم الأداةية (١٣ : ص ٣) .

ويرجع الإهتمام إلى أهمية محاصيل الخضار بمصر من الناحية الاقتصادية بإعتبارها أحد المكونات الدخل القومي الزراعي ، كما أنها ضرورية للاستهلاك المحلي ، ومصدرا هاما للقيتامينات والعناصر المعدنية ، ومصدرا لقيام صناعات زراعية عديدة تسهم في زيادة الدخل القومي (٨) .

ويعتبر محصول الطماطم من أهم محاصيل الخضار على مستوى الجمهورية حيث ترجح أهمية المحصول إلى الندرة الشديدة في بدائله وخاصة فيما يتعلق بالعادات الغذائية المصرية ، كما يعتبر محصول الخضار الأول في محافظة الفيوم ، حيث بلغت المساحة المنزرعة به في العروات الثلاثة (شقوى ، صيفى ، نيلى) ٣١٠٩٠ الف فدان تمثل ٥٥,٠٣% من جملة مساحة الخضار بالمحافظة والتي تبلغ ٥٦٤٩٥ الف فدان عام ٢٠١١ ، والتي تمثل ٩,٧% من إجمالي مساحة الخضار في الجمهورية والتي بلغت ٥٨٤٩٩٧ الف فدان في نفس العام ، كما بلغت إنتاجية المحصول بالمحافظة ٩٨٨٦٦٢,٥ طن عام ٢٠١١ ، وهي تمثل ١٢,٤% من إجمالي إنتاج الطماطم في جمهورية مصر العربية (١) ، وتتراوح نسبة الفاقد من محصول الطماطم نتيجة عمليات ما بعد الحصاد ما بين ٣٥% - ٤٥% من جملة إنتاجها والذي يقدر ب ٥٩٠ مليون جنيه سنويا (٢) .

قد يرجع بدوره إلى أن الجهود الإرشادية المبذولة للنهوض بإنتاجية تلك المحاصيل التي تركز بصفة أساسية على ترشيد الزراع فيما يتعلق بالعمليات الإنتاجية دون إمتدادها لتغطي النواحي التسويقية الأمر الذي أدى إلى زيادة نسبة الفاقد من محصول الطماطم نظرا للطبيعة الخاصة للثمار ، أو إلى شيوع العديد من أساليب التداول الخاطئة بين زراع هذا المحصول . وقد أشارت إحدى الدراسات (١٠ : ص ١) إلى أنه لكي يتم تعظيم الاستفادة من إنتاجية وحدة المساحة فإنه من الضروري أن يتم ربط نظام الإنتاج بنظام متطور للتسويق يركز على تطوير أساليب تقليل الفاقد من تلك المحاصيل. لذا فإن الأمر يتطلب ضرورة إرشاد زراع هذا المحصول للطرق الصحيحة لتسويقه وتداوله وذلك بدءا من جمعة وحتى وصوله للمستهلك النهائي بحاله جيدة.

والإرشاد الزراعي بإعتباره من أهم أجهزة التغيير الموجبة في الريف المصري يمكن أن يؤدي دورا فعالا في تسويق ثمار هذا المحصول عن طريق إحداث تغييرات سلوكية مرغوبة في معارف ومهارات وإتجاهات زراع

هذا المحصول من خلال نشر ونبوع الأفكار والتوصيات الفنية الخاصة بالأساليب الصحيحة للتداول الأمثل
لثمار هذا المحصول وإقناعهم بتنفيذ تلك التوصيات .

والتغيرات السلوكية المرغوبة لابد وأن تتبع من الظروف الموقفية المحيطة بالزراعة في شكل برامج
إرشادية يكون محورها الأساسي مشكلاتهم واحتياجاتهم الفعلية ، حيث تشير نتائج البحوث إلى ضرورة تناسب
المحتوى التعليمي لهذه البرامج مع اهتمامات الأفراد واحتياجهم المحسوسة وغير المحسوسة، مما يؤكد أهمية
التعرف على احتياجات واهتمامات الزارع قبل وضع أهداف البرامج الإرشادية (٦ :ص ١٢). لذلك يسعى الإرشاد
الزراعي ضمن برامجه إلى تنمية معارف ومهارات المزارعين فيما يتصل بمفهوم الإرشاد التسويقي لأهدافه
ومجالاته ودوره الهام الاقتصادي والاجتماعي ، وذلك بهدف تقليل تكاليف الإنتاج وتحسين جودته والإهتمام
بعمليات مابعد الحصاد، مما يزيد من القدرة التنافسية العالمية في ظل سياسات منظمة التجارة العالمية ، وإتفاقات
الشراكة المصرية الأوروبية والأمريكية وغيرها من الإتفاقيات الإقليمية والدولية . لذا فقد أجريت هذه الدراسة
للتعرف على مستوى معرفة الزارع بالتوصيات الفنية المتعلقة بتسويق محصول الطماطم، وتحديد مصادر معرفتهم
بهذه التوصيات حتى يتمكن مخططي ومنفذي البرامج الإرشادية الزراعية بالأجهزة المعنية بالإرشاد البيستاني من
وضعها في الإعتبار أثناء تخطيطهم وتنفيذهم للبرامج الإرشادية المستقبلية الهادفة إلى تغيير معارف الزارع
المتعلقة بعمليات تسويق ثمار هذا المحصول بغرض تقليل الفاقد منه لتوفير الإحتياجات المحلية للمستهلكين
والوفاء بالأغراض التصديرية المستقبلية . بالإضافة إلى تحديد الطرق التي يتبعها الزارع المبحوثين لتسويق تلك
المحصول ، و التعرف على المشكلات التي تواجه المبحوثين في تسويق محصول الطماطم

أهداف البحث:

وفقا للعرض المشكلى السالف الذكر، فقد تحددت أهداف البحث :

- ١- تحديد مستوى معرفة الزارع المبحوثين للتوصيات الفنية المتعلقة بتسويق محصول الطماطم.
- ٢- التعرف على مصادر معرفة الزارع المبحوثين للتوصيات الفنية المتعلقة بتسويق الطماطم.
- ٣- تحديد الطرق التي يتبعها الزارع المبحوثين لتسويق محصول الطماطم
- ٤- التعرف على المشكلات التي تواجه المبحوثين في تسويق محصول الطماطم
- ٥- إقتراح خطة عمل إرشادية للنهوض بتسويق محصول الطماطم.

التعريفات الإجرائية لبعض المصطلحات المستخدمة في البحث:

- ١-المصادر الإرشادية : ويقصد بها التنظيمات الحكومية التابعة لوزارة الزراعة أو التابعة لوزارات أخرى غير
وزارة الزراعة، وكذا التنظيمات غير الحكومية التي يلجأ إليها الزارع طلبا للنصح والمشورة الفنية في الأمور
الزراعية المتعلقة بتسويق محصول الطماطم .
- ٢-المصادر الإرشادية الحكومية التابعة لوزارة الزراعة: ويقصد بها الإدارات المركزية الزراعية ، و الهيئات
الأخرى التابعة لوزارة الزراعة والمعنية بتقديم أو نشر التوصيات الفنية الخاصة بتسويق ثمار الطماطم، والذي
يمثله على المستويات المحلية المرشدين الزراعيين ومهندسي الرعاية البيستانية والمشرفين الزراعيين، ومدبرو
الجمعيات الزراعية .
- ٣-المصادر الإرشادية الحكومية التابعة لوزارات أخرى غير وزارة الزراعة : ويقصد بها الهيئات أو الشركات
الزراعية ، والشركات القابضة للتنمية الزراعية التي تقوم بتقديم الخدمات الإرشادية في مجال تسويق محصول
الطماطم .

٤- المصادر الإرشادية غير الحكومية : هي الأجهزة غير الحكومية والتي تتمثل في مركز تنمية الصحراء التابع للجامعة الأمريكية والشركات والمؤسسات والمراكز والمكاتب التابعة للقطاع الخاص واتحاد المنتجين والمصدرين الزراعيين والتي تقدم خدمة إرشادية تعليمية ، بالإضافة إلى الأقارب والأصدقاء والجيران والخبرة الشخصية وطرق الاتصال الجماهيري التي تسهم في نشر أو ذبوع التوصيات الخاصة بتمسويق محصول الطماطم .

٥- تسويق محصول الطماطم : ويقصد به تداول الثمار في جميع المراحل ابتداء من نضجها وحتى خروجها من المزرعة، متمثلة في : علامات النضج ، طريقة الحصاد ، الفرز والتدريج ، التعبئة ، النقل .

الطريقة البحثية:

أولاً: منطقة البحث وعينته:

أجرى هذا البحث في محافظة الفيوم إحدى محافظات شمال الصعيد ، وهي من المناطق الزراعية المتميزة في جمهورية مصر العربية ، و إحدى المحافظات الرئيسية المنتجة لمحصول الطماطم في الجمهورية ، والتي بلغت المساحة المزروعة العروات الثلاث (شتوى - صيفى - نيلى) بها ٣١٠٩٠ ألف فدان عام ٢٠١١ (١ : بيانات غير منشورة) .

هذا وتتكون المحافظة من ست مراكز إدارية هي: الفيوم ، وسنورس ، والطامية ، وأطلسا ، وأبشواى ، ويوسف الصديق ، وأختيرت أكبر ثلاث مراكز منها وفقا لمعيار المساحة المزروعة بمحصول الطماطم وهي لإجراء الدراسة مراكز: طامية ، وأبشواى ، وسنورس ، وكانت إجمالي المساحات لمحصول الطماطم العروة النيلية لهذه المراكز الثلاث هي: ٦١٠٣ ، ١٨٧٥ ، ١٥٣٩ فدان على الترتيب (١٥ : بيانات غير منشورة) .

وبنفس الطريقة تم تحديد أكبر قرية من حيث المساحة المزروعة لمحصول الطماطم بكل مركز من المراكز الثلاثة السابق إختيارهم ، وكانت القرى المختارة هي: قرية المظاطلى بمركز طامية ، والمساحة المزروعة بها لمحصول الطماطم ٩٥٠ فدان ، وقرية سنرو القبلىة بمركز أبشواى وكانت المساحة المزروعة بها ٣٥٠ فدان، وقرية سنورس الاول بمركز سنورس حيث كانت المساحة المزروعة بها ١٦٨ فدان عام ٢٠١١ (١٥: بيانات غير منشورة) .

وللحصول على البيانات اللازمة لتحقيق أهداف البحث ، تم تحديد حجم عينة البحث طبقا لمعادلة كريجسى ومورجان (Kregcie and Morgan) فبلغ حجم العينة ١٢١ مبحوثا بنسبة ٦٩% من إجمالي الشاملة ١٧٥ مبحوثا وقد تم إختيار المبحوثين بطريقة عشوائية منتظمة من واقع كشوف الحيازة بالجمعيات الزراعية بتلك القرى الثلاثة بنفس النسبة سالفة الذكر فى موسم ٢٠١٢/٢٠١١ م وتم توزيعهم على القرى موضع الدراسة ، فبلغ عددهم ٦٩ مبحوثا بقرية المظاطلى ، و ٣٥ مبحوثا من قرية سنرو القبلىة ، و ١٧ مبحوثا من سنورس أول .

ثانيا: جمع البيانات:

تم جمع البيانات البحثية بالمقابلة الشخصية للمبحوثين باستخدام إستمارة الإستبيان والخاصة معرفة الزراع للتوصيات الفنية المتعلقة بتمسويق محصول الطماطم ، وقد اشتملت على أربعة مقاييس منها لتحديد مستوى معرفة المبحوثين للتوصيات الفنية المتعلقة بتمسويق محصول الطماطم ، والتي اعتمد بناؤها من خلال المراجع النظرية والدراسات السابقة والمقالات العلمية (١٧، ١٦، ١٤، ٩)، والثانى تحديد مصادر معرفة الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية المتعلقة بتمسويق الطماطم ، والثالث تحديد الطرق التى يتبعها الزراع المبحوثين

لتسويق محصول الطماطم، والرابع أهم المشكلات التي تواجه المبحوثين في تسويق محصول الطماطم ٠ وبعد ذلك أجرى إختبار مبدئي لتلك الإستثمار على عينة مقدارها ٤٥ من زراع محصول الطماطم بقرية الزاوية بمركز الفيوم لتحديد مدى سهولتها وتحقيقها للأهداف التي صممت من أجلها ، وتم إجراء التعديلات اللازمة عليها لتصبح صالحة لتحقيق الغرض منها ، وقد تم تجميع البيانات في شهر أكتوبر عام ٢٠١٢ م ٠

ثالثا: المعالجة الكمية للبيانات:

لكي تحقق البيانات التي جمعت أهداف الدراسة تم تعريفها وتبويبها وجدولتها، وقد تضمنت أربعة مؤشرات تحتوي أولها مستوى معرفة المبحوثين لبنود توصيات عملية تسويق محصول الطماطم ، وقد أعطيت درجتين في حالة استجابة المبحوث الدالة على معرفة كل بند من بنود التوصيات الفنية المدروسة ،في حين أعطيت درجة الصفر في حالة استجابة المبحوث الدالة على عدم معرفته بتلك البنود ،ويجمع درجات المبحوث في كل البنود المستخدمة في قياس معرفته بكل مجموعة من المجموعات الخمس (علامات النضج، حصاد الطماطم، والغرز والتدرج ، والتعبئة،والنقل) .أمكن الحصول على درجة كلية تعبر عن درجة معرفته في مجال تسويق ثمار الطماطم. وللحصول على الدرجة المتوسطة للمعارف فقد تم اخذ مجموع الدرجات وقسمتها على عدد التوصيات الفنية، وبذلك أمكن الحصول على درجة تعبر عن متوسط درجات معارف الزراع المبحوثين ،وقد تم تقسيم المبحوثين وفقا للنسبة المئوية لدرجات معارفهم إلى ثلاث مستويات هي: معرفة مرتفعة (٧٥% فأكثر)، ومعرفة متوسطة (٥٠%- أقل من ٧٥%) ، ومعرفة منخفضة (أقل من ٥٠%)،تم حساب المتوسط الكلي لمتوسطات درجات معارف الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية المتعلقة بمحصول الطماطم بقسمة مجموع المتوسطات على عددهم .

أما المؤشر الثاني والذي يتعلق بتحديد مصدر معرفة الزراع المتعلقة بكل بند من بنود التوصيات الفنية المدروسة ، ثم تم تصنيف هذه المصادر إلى عدة مستويات يتضمن الأول المصادر الإرشادية الزراعية الحكومية وهذه تم تقسيمها إلى قسمين : أولهما مصادر إرشادية حكومية تابعة لوزارة الزراعة ، ومصادر إرشادية حكومية تابعة لوزارات أخرى غير وزارة الزراعة . أما المستوى الثاني فكان يشمل على مصادر إرشادية حكومية ، وقد تم جمع عدد بنود التوصيات الفنية التي عرفها المبحوث من كل مصدر من المصادر السابقة وقسمتها على اجمالي عدد التوصيات الفنية المتعلقة بتسويق محصول الطماطم وبذلك تم الحصول على نسبة مئوية تحدد مقدار الدور الذي قام به كل مصدر من المصادر الإرشادية السابقة في تسويق ثمار المحصول موضع الدراسة .

أما المؤشر الثالث والذي يختص بالطرق التي يتبعها الزراع المبحوثين لتسويق محصول الطماطم. فيما يختص بالتعرف على الطرق التي يتبعها الزراع عند تسويق محصول الطماطم، فقد تم قياسها بعرض مجموعة من الطرق أفترض أنها يسلكها الزراع عند تسويق محصول الطماطم، وسئل المبحوث عن تواجد تلك الطرق ، وتم حساب مجموع الأعداد والنسبة المئوية للمبحوثين الذين أقرروا بوجود كل من الطرق التسويقية التي يستخدمها عند تسويقه لتلك المحصول ، ثم ترتيبها تنازليا.

أما المؤشر الرابع والذي يتصل بالمشكلات التي تواجه الزراع المبحوثين كتي تسويق محصول الطماطم . فيما يتعلق بالتعرف على المشكلات التي تواجه الزراع عند تسويق محصول الطماطم . فقد تم قياسها بعرض مجموعة من المشكلات أفترض أنها تواجه الزراع في هذا المجال، وسئل المبحوث عن تواجد تلك المشكلات أوغيرها، وتم تقسيم تلك المشكلات إلى خمسة مجموعات رئيسية وهما : - مشكلات خاصة بالحصاد

- مشكلات خاصة بالفرز والتدرج-مشكلات خاصة بالتعبئة - مشكلات خاصة بالنقل - مشكلات خاصة بطرق التسويق. وتم حساب مجموع الأعداد والنسبة المئوية للمبجوثين الذين أقرؤا بوجود كل مشكلة منها، ثم ترتيبها تنازليا داخل كل مجموعة وفقا لذلك .

رابعا: عرض وتحليل البيانات: تم استخدام التكرارات ، والنسب المئوية ، المتوسط الحسابي لعرض المؤشرات المتعلقة بمعرفة الزراع المبجوثين للتوصيات الفنية المتعلقة بتسويق محصول الطماطم

النتائج ومناقشتها:

أولاً:مستوى معرفة زراع الطماطم المبجوثين فيما يتعلق بالتوصيات الفنية المتعلقة بكل من علامات النضج وطريقة الحصاد والفرز والتدرج والتعبئة والنقل.

لتحديد مستوى معارف زراع محصول الطماطم المتعلقة ببنود توصياته الفنية ، فقد تم حساب المتوسط والنسبة المئوية لدرجات المعرفة كل توصية من التوصيات الفنية التى تدرج تحت كل من المجموعات الخمس(علامات النضج وطريقة الحصاد والفرز والتدرج والتعبئة والنقل) ، وفيما يلي استعراضاً لأهم النتائج التى توصلت اليها الدراسة في هذا الخصوص:

١- مستوى معرفة زراع الطماطم المبجوثين فيما يتعلق بالتوصيات الفنية المتعلقة بعلامات النضج.

أظهرت النتائج الواردة بالجدول رقم(١) أن مستوى معرفة الزراع المبجوثين كان مرتفعاً فيما يتعلق ببنود التوصيات التالية: تكون الثمار وريية أو حمراء كاملة النضج (٨٥,١%) ، وعدم الجمع بعد الرى مباشرة (٧٦%) ، و قطف كل الثمار الصالحة اللى على النبات (٧٧%)، وعندما تكون الثمار مكتملة التلوين ولا تتحمل النقل والتخزين (٧٨,٥%)، وعندما تكون الثمار ملونة أوقريبة من التلوين الكامل (٧٨,٥%) . وكان متوسطاً بالنسبة لتوصيات كل من: جفاف العرش من اسفل لأعلى جفاف غير مرضى (٧٥,٨%)، وقطف عندما يكون الثمار بادئة فى التلوين من قمتها وتغضى مايقرب من ٧٥% من مساحة سطح الثمرة (٥٠%)، عدم تعرض الثمار للشمس بعد الجمع لتلاقي الاصابة (٥١%)، وتجمع كل ٤-٥ أيام فى الجو البارد(٥٢%)، وتجمع كل ٧-١٠ أيام فى الجوالحار(٥٥,٥%)،وتجمع فى الصباح الباكر او المساء لعدم التعرض لاشعة الشمس مباشرة(٦٧%) . بينما كان منخفضاً فى التوصيات التالية: عندما تكون الثمار مكتملة خضراء صلبة لم تتلون باللون الاحمر(٤٢,٥%)، ونقلها لمكان ظليل (٤٥%) .

٢- مستوى معرفة زراع الطماطم المبجوثين فيما يتعلق بالتوصيات الفنية المتعلقة بطريقة الحصاد

تبين من نتائج البحث بالجدول رقم(١) أن مستوى معرفة زراع ثمار الطماطم المبجوثين كانت مرتفعة بالتوصية التالية: بكانسها وجزء صغير من العنق بواسطة مقصات(٧٥%) ، و كان متوسطاً بالنسبة لتوصيات كل من : يتم لف الثمرة باليد لفة كاملة مع مسك الفرع باليد اليسرى والضغط على منطقة اتصال الثمرة بالفرع فوق الكاس مباشرة (٧٣,٥%)، وتعبا بعد القطف فى عبوات ملساء ناعمة او جرادل بلاستيك (٧١%) . بينما كان منخفضاً بالنسبة لتوصية تعبئة الثمار بعد القطف فى صناديق تنقل لمحطات التعبئة أو فى عبوات التسويق النهائية مباشرة (٣٥,٥%) .

٣- مستوى معرفة زراع الطماطم المبجوثين فيما يتعلق بالتوصيات الفنية المتعلقة بالفرز والتدرج .

تبين من نتائج البحث بالجدول رقم(١) أن مستوى معرفة زراع ثمار الطماطم المبجوثين مرتفعة بالتوصية التالية: تدرج الثمار على أساس اللون والحجم معا (٨٠,٥%) ، و كان متوسطاً بالنسبة لتوصيات كل من : تستبعد الثمار المصابة التى بها جروح وخدوش والمشوهة (٧٢%)، واستبعاد الثمار المشقة او

الزائدة في النضج (٦٨%). تفرز الثمار في مكان هار ومظلل أو عمل تعريشة (٧٣,٥%)، والصفات التي تميز الثمار الممتازة بكل من التوصيات التالية: يغطي اللون الاحمر ٧٥% من سطح الثمرة مع الاحتفاظ بالصلابة الكافية لها (٥٤,٥%)، الثمار غير مفصصة ويجمع بها جزء من العنق (٦٠%)، الثمار غير مكروشة (٦٥%)، وتدرج على اساس ٣ رتب ممتازة واولى وثانية حسب نسبة العيوب (٦٨,٥%)، وتدرج على اساس التجارية وهي عدم انتظام الشكل والخدوش (٥٠%). و كان منخفضا بالنسبة لتوصيتي: إستبعاد الثمار الغير مكتملة النمو (٣٨%)، وتميز الثمار بوزن وحجم الثمرة يصل الى الوزن والحجم المميز للصنف (٢٨,١%).

٤- مستوى معرفة زراع الطماطم المبحوثين فيما يتعلق بالتوصيات الفنية المتعلقة بالتعبئة

أظهرت النتائج الواردة بالجدول رقم (١) أن مستوى معرفة زراع ثمار الطماطم المبحوثين مرتفعة بالتوصية التالية: إزالة الأثرية العالقة واستبعاد الثمار الثالفة (٨٠,٥%)، والتعبئة في صناديق بلاستيك سعة ٢٠ كجم (٧٧%)، والتعبئة في اقصاص من الجريد (٨٥,١%)، و يكون رص الثمار قريبة من حافة العبوة ولا تصل لنهايتها (٧٨,٥%). إلا أن هذا المستوى كان متوسطا بالنسبة لتوصيات كل من: إزالة الاعناق حتى لاتجرح الثمار (٥٠%)، و يكون في مكان مظلل طبيعي (٧٠%). و أن مستوى معرفة الزراع المبحوثين منخفضة فيما يتعلق بالتوصية التالية: التعبئة في عيوات كرتون مقبب مبطنه بالورق الحريري في حالة التصدير (٤٥%)، تكون الثمار غير قابلة للحركة داخل العبوة (٤٢,٥%). كما تبين عدم معرفتهم تغليف العيوات بطبقة بلاستيكية في التصدير، وحجم العبوة من ٤-٨ كجم حسب نوع السوق المصدر اليه.

٥- مستوى معرفة زراع الطماطم المبحوثين فيما يتعلق بالتوصيات الفنية المتعلقة بنقل المحصول.

يتضح من نتائج البحث بالجدول رقم (١) أن مستوى معرفة زراع محصول الطماطم المبحوثين مرتفعة فيما يتعلق بتوصيات كل من: يتم النقل في عربات مكشوفة للاقصاص الجريد للسوق المحلي (٩٠%)، ومن أضرار إنخفاض درجة الحرارة سرعة النضج (٧٥%). إلا أن هذا المستوى كان متوسطا بالنسبة لتوصيات كل من: يتم النقل ليلا (٦٤,٥%)، ومن أضرار إنخفاض درجة الحرارة حدوث ضعف داخلي للثمرة (٦٠%). بينما هذا المستوى كان منخفضا فيما يختص بأضرار إنخفاض درجة الحرارة بكل من إنخفاض مدة التخزين (٣٥%)، الاصابة بالعفن (٣٨%)، واضرار إنخفاض درجة الحرارة اكسابها طعم غير جيد (٢١%). كما تبين عدم معرفتهم بالنقل في عربات مبردة في حالة التصدير.

وبصفة عامة فقد بلغ المتوسط الكلي لمتوسطات درجات معارف الزراع المبحوثين ١,١٣ درجة بنسبة

٥٦,٥%. بما يعنى أن درجات معارف الزراع كانت متوسطة.

مما سبق يتضح أن متوسطات درجات معارف زراع الطماطم كانت متوسطة. مما يشير إلى أن هناك فجوة معرفية لدى الزراع فيما يتعلق بمعلوماتهم الفنية الخاصة بتسويق محصول الطماطم، مما يعنى أن هناك مجالا متسعا للنشاط الإرشادي الزراعي للعمل على معالجة هذه القصور في معارف المبحوثين وتوعيتهم وتعديل بنيانهم المعرفي فيما يتعلق بالتوصيات الفنية التي أظهرت الدراسة أن معرفة الزراع بها كانت متوسطة أو منخفضة. وهذا يستلزم من مخططي ومنفذي البرامج الإرشادية التابعين للإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والإرشاد البستاني أن يضعوها في الاعتبار عند تخطيطهم للبرامج الإرشادية الهادفة إلى تعريف منتجي ومسوقي محصول الطماطم بمنطقة الدراسة بمتحويات تلك التوصيات وخاصة في التوصيات المتوسطة والمنخفضة.

ثانيا: مصدر معرفة الزراع المبحوثين للتوصيات المتعلقة بتسويق محصول الطماطم .

قد أظهرت النتائج المدونة بجدول رقم(1) أن مصادر معرفة الزراع المبحوثين تتنوع وتتوزع كل بند من بنود التوصيات الفنية، فبعض البنود كان مصدرها المصادر الإرشادية الحكومية التابعة لوزارة الزراعة، والبعض الآخر كان مصدرها المصادر الإرشادية الحكومية التابعة لوزارات أخرى غير وزارة الزراعة، كما أن بعضها كان مصدرها مصادر إرشادية غير حكومية، بل أن بعض معارف الزراع كان مصدرها خليط من المصادر الثلاث السابقة. وفيما يلي عرضا لمصادر معرفة زراغ الطماطم المبحوثين .

١- مصادر إرشادية حكومية تابعة لوزارة الزراعة

يلاحظ من بيانات جدول رقم(1) أن هناك مجموعة من البنود الخاصة بالتوصيات كانت التنظيمات الإرشادية الحكومية التابعة لوزارة الزراعة هي المصدر الوحيد لها والذي شكل فيه ١٠٠% من مصادر المعرفة المذكورة وفقا لاستجابات كافة الزراع المبحوثين الذين على معرفة بتلك البنود مثل أهم اضرار ارتفاع درجة الحرارة على ثمار الطماطم فيما يتعلق بكل من : انخفاض مدة التخزين ، والاصابة بالعفن

٢- مصادر إرشادية حكومية تابعة لوزارات أخرى غير وزارة الزراعة.

يلاحظ من بيانات جدول رقم(1) أن هناك مجموعة من البنود الخاصة بالتوصيات كانت المصادر الإرشادية الحكومية التابعة لوزارات أخرى غير وزارة الزراعة هي المصدر الوحيد لها والذي شكل فيه ١٠٠% من مصادر المعرفة المذكورة وفقا لاستجابات كافة الزراع المبحوثين الذين على معرفة بتلك البنود وذلك فيما يتعلق بتوصيات كل من : أهم طرق قطف ثمار الطماطم للتسويق المحلي فيما يختص بلف الثمرة باليد لفة كاملة مع مملك الفرع باليد اليسرى والضغط على منطقة اتصال الثمرة بالفرع فوق الكاس مباشرة ، أهم العبوات المناسبة لتعبئة ثمار الطماطم بعد القطف فيما يتعلق بصناديق تتنقل لمحطات التعبئة او فى عبوات التسويق النهائية مباشر أو أهم الصفات اللى يتميز ثمار الطماطم لممتازة فيما يتصل بوزن وحجم الثمرة يصل الى الوزن والحجم المميز للسنف ، وأهم الطرق المناسبة لتدريج الطماطم فيما يتعلق بكل من : ٣ رتب ممتازة واولى وثانية حسب نسبة العيوب ، التجارية وهى عدم انتظام الشكل والخدوش ، وأهم انواع العبوات اللى يتعبا فيها ثمار الطماطم فيما يتعلق بعبوات كرتون متعب مبطنة بالورق الحريرى فى حالة التصدير .

٣- مصادر إرشادية حكومية تابعة لوزارات أخرى غير وزارة الزراعة ومصادر إرشادية غير حكومية.

يتبين من بيانات جدول رقم (1) أيضا أن هناك بعض بنود التوصيات التى كان مصدرها مصادر إرشادية حكومية تابعة لوزارات أخرى غير وزارة الزراعة ومصادر إرشادية غير حكومية مع تفادى نسب الزراع المبحوثين الذين يعتبرون أيا من المصدرين مصدرا لهم وذلك بالنسبة لبنود توصيات أهم طرق قطف ثمار الطماطم للتسويق المحلي فيما يختص بكائسها وجزء صغير من العنق بواسطة مقصات (٤٤,٨٠%٣٥,٢) ، و أهم العبوات المناسبة لتعبئة ثمار الطماطم بعد القطف فيما يتصل بعبوات ملاء ناعمة او جرادل بلاستيك (٢٠,٩% ٢٩,١%) ، و أهم أنواع الثمار اللتى يتم استبعادها عند الفرز فيما يتعلق بكل من : الثمار المصابة التى بها جروح وخدوش والمشوهة (٣٦,٨% ٦٣,٢%) ، و الثمار الغير مكتملة النمو (٩١,٣% ٨,٧%) ، و أهم الصفات اللى يتميز ثمار الطماطم الممتازة فيما يختص بالثمار غير مفصصة ويجمع بها جزء من العنق (٤٢,٧% ٥٧,٣%)، و أهم الاعتبارات الواجب مراعاتها قبل تعبئة الطماطم فيما يتصل بكل من : ازالة الاتربة العالقة واستبعاد الثمار للتالفة (٣٩,٢% ٦٠,٨%)، وازالة الاعناق حتى لاتجرح الثمار (٤٧,٣% ٥٢,٧%)، و أهم انواع العبوات اللى يتعبا فيها ثمار الطماطم فيما يختص بصناديق بلاستيك سعة ٢٠ كجم (٢٦,٩% ٧٣,١%)، و أهم الاعتبارات اللتى يجب مراعاتها عند تعبئة ثمار الطماطم فيما يتصل بتوحيد درجة

نضج الثمار فى العبوة (٤٠,٦٠,٢٤%)، و أهم اضرار إرتفاع درجة الحرارة على ثمار الطماطم فيما يتعلق بسرعة النضج (١٧,٦٠,٦٢%) من المصدرين سالفى الذكر على الترتيب .

٤- مصادر إرشادية غير حكومية .

يتضح من بيانات جدول رقم (١) أن هناك مجموعة من البنود الخاصة بالتوصيات كانت المصادر الإرشادية غير الحكومية هي المصدر الوحيد لها والذي شكل فيه ١٠٠% من مصادر المعرفة المذكورة وفقا لإستجابات كافة الزراع المبحوثين الذين على معرفة بتلك البنود وذلك بالنسبة لبنود التوصيات الفنية المختصة بعلامات النضج فى الطماطم فيما يتعلق بجفاف العرش من اسفل لأعلى جفاف غير مرضى ، و أنسب وقت قطف ثمار الطماطم لتصديرها لمسافات بعيدة وفى الشهور اللى درجة الحرارة فيها مرتفعة ، و الإعتبارات الواجب مراعاتها اثناء الجمع فى الحقل فيما يختص بكل من : قطف كل الثمار الصالحة اللى على النبات ، وعدم تعرض الثمار للشمس بعد الجمع لتلافى الاصابة ، ونقلها لمكان ظليل ، و أنسب وقت جمع الطماطم للتصنيع والاستهلاك المباشر ، و الوقت المناسب لجمع ثمار الطماطم لتمويقها محليا ، و عدد مرات جمع محصول الطماطم ، وأهم أنواع الثمار التى يتم استبعادها عند الفرز فيما يتصل بالثمار المشققة او الزائدة فى النضج و أهم الواجب مراعاته فى مكان فرز ثمار الطماطم ، و أهم الصفات اللى يتميز ثمار الطماطم الممتازة فيما يختص بالثمار غير مفصصة ويجمع بها جزء من العنق ، و أهم الطرق المناسبة لتدريج الطماطم فيما يتعلق بتدرج على أساس اللون والحجم معا ، و أهم انواع العيوب اللى بتتبعيا فيها ثمار الطماطم فيما يتصل بالتعبئة أفضا من الجريد ، وأهم الإعتبارات التى يجب مراعاتها عند تعبئة ثمار الطماطم فيما يتعلق بكل من : يكون رص الثمار قريبة من حافة العبوة ولا تصل لنهايتها ، و يكون فى مكان مظلل طبيعى و تكون الثمار غير قابلة للحركة داخل العبوة ، و أهم ما يجب مراعاته عند نقل الطماطم فيما يتعلق بكل من : يتم النقل فى عربات مكشوفة لتفادى الجريد للسوق المحلى ، ويتم النقل ليلا

٥- مصادر إرشادية حكومية تابعة لوزارة الزراعة ومصادر إرشادية حكومية تابعة لوزارات أخرى غير وزارة الزراعة ومصادر إرشادية غير حكومية.

يلاحظ من بيانات جدول رقم (١) أن هناك بعض بنود التوصيات التى كان مصدرها مصادر إرشادية حكومية تابعة لوزارة الزراعة ومصادر إرشادية حكومية تابعة لوزارات غير وزارة الزراعة ومصادر إرشادية غير حكومية مع تقادى نسب الزراع المبحوثين الذين يعتبرون أيا من المصادر الثلاث مصدرا لهم مثال ذلك : علامات النضج فى الطماطم فيما يتعلق بان تكون الثمار وريضة او حمراء كاملة النضج (١٤,٦%، ٣٤,٤%، ٥١,٤%) من المصادر الثلاث سالفى الذكر على الترتيب ، أنسب وقت لقطف ثمار الطماطم لتسويقها لمسافة متوسطة لتخزينها فى فترات الذروة لتخفيف شدة الازمة بين العروات فيما يختص عندما يكون الثمار بادئة فى التسويين من قمتها وتغطى مايقرب من ٧٥% من مساحة سطح الثمرة. (٢٢,٧%، ٣٠,٣%، ٤٧,٣%) ، أنسب أوقات النهار لجمع محصول الطماطم فيما يتعلق بالصباح الباكر او المساء لعدم التعرض لاشعة الشمس مباشرة (١٤,٨%، ٢٤,٧%، ٦٠,٥%) ، و أهم الصفات اللى يتميز ثمار الطماطم الممتازة فيما يتصل بتغطية اللون الاحمر ٧٥% من سطح الثمرة مع الاحتفاظ بالصلابة الكافية لها (١٠,٦%، ٣١,٨%، ٥٧,٦%) ، و أهم اضرار إنخفاض درجة الحرارة على ثمار الطماطم فيما يتصل بكل من : حدوث ضعف داخلى للثمرة (٢٠,٥%، ٢٨,٨%، ٥٠,٧%) ، واكسابها طعم غير جيد (١٦%، ٤٠,٤%، ٤٤%) من المصادر الثلاث السابقة على الترتيب .

يستخلص من العرض السابق أن الإرشاد الزراعي الحكومي التابع لوزارة الزراعة المتمثل في الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي والإدارة المركزية للرعاية البستانية وما يتبعها من مراكز الدعم الإعلامي وما يمثلها على المستويات المحلية من مرشدين زراعيين ومهندسي رعاية بستانية ومشرفين زراعيين ومد يرى الجمعيات الزراعية بالإضافة إلى الهيئات العامة التابعة لوزارة الزراعة قد قاموا بنشر ٣ بنود من بنود توصيات تسويق ثمار الطماطم بنسبة ٦.٨% من إجمالي عدد بنود هذه التوصيات والبالغة ٤٤ بنود من بنود التوصيات والواردة بجدول رقم (٢) . بينما قام الإرشاد الحكومي التابع لوزارات أخرى غير وزارة الزراعة والمتمثل في الشركات الزراعية، ومندوبي شركات التصدير ، ووزارة الري والإعلام والصناعة والشركات القابضة للتنمية الزراعية ١٦ بنود من بنود توصيات تسويق ثمار الطماطم بنسبة ٣٦.٤% من إجمالي بنود التوصيات والبالغة ٤٤ بنوداً، في حين قامت المصادر الإرشادية غير الحكومية والمتمثلة في مركز تنمية الصحراء التابع للجامعة الأمريكية ، والشركات والمؤسسات والمراكز التابعة للقطاع الخاص واتحاد المنتجين والمصدرين الزراعيين ، بالإضافة إلى الأهل والأقارب والأصدقاء والجيران والخبرة الشخصية بنشر ١٩ بنوداً بنسبة ٤٣.٢% من إجمالي عدد بنود التوصيات والبالغة ٤٤ بنوداً ، هذا في حين اشتركت المصادر الإرشادية سواء كانت حكومية تابعة لوزارة الزراعة أو لوزارات أخرى غير وزارة الزراعة مع المصادر غير الحكومية بنشر ٦ بنود من بنود توصيات تسويق محصول الطماطم بنسبة ١٣.٦% من إجمالي بنود التوصيات والبالغ عددها ٤٤ بنوداً .

والنتائج السابقة والتي توضح ما تقوم به الأجهزة الإرشادية في مجال تسويق محصول الطماطم تشير إلى أن هناك نقص واضح في الدور الذي تقوم به الأجهزة الإرشادية الحكومية التابعة لوزارة الزراعة أو لوزارات أخرى غير وزارة الزراعة في تسويق ثمار هذا المحصول كما تشير كذلك إلى أن الزراع مازالوا يستقون الكثير من معلوماتهم من خلال مصادر إرشادية غير حكومية ، وقد يرجع ذلك إلى شدة قرب تلك المصادر من الزراع وسهولة الوصول إليها وأنها متاحة في أي وقت للحصول على المعلومات مقارنة بالمصادر الحكومية أو الرسمية الأخرى .

لذا فإن الأمر يتطلب ضرورة أن تضع الأجهزة المعنية بالنهوض بإنتاج وتسويق محصول الطماطم في اعتبارها أن يكون للإرشاد الزراعي الحكومي التابع لوزارة الزراعة دور واضح في تطوير البنيان المعرفي للزراع من خلال نشر ونزوع المعارف والأفكار المتعلقة بينود وتوصيات تسويق ثمار هذا المحصول عن طريق المرشدين الزراعيين بعد تعريفهم للمهام والأنشطة الإرشادية الواجب القيام في تسويق ثمار هذا المحصول من خلال خطة العمل الإرشادية المقترحة من خلال الدراسة ، وأن يكون لتلك الأجهزة أماكن معروفة ومحددة يتواجد فيها المرشدون الزراعيين حتى يكونوا على استعداد لتقديم النصح والمشورة للزراع في أي وقت يطلب منهم ذلك .

ثالثاً: الطرق التي يتبعها الزراع المبحوثين لتسويق محصول الطماطم.

أوضحت البيانات الواردة بالجدول رقم (٣) أن هناك سبع طرق تسويقية تتعلق بتسويق محصول الطماطم تكورها الزراع المبحوثين بنسب تنحصر بين حد أقصى قدره ٨٨% ، وحد أدنى قيمته ٨% وهي مرتبة تنازلياً وفقاً لنسب تكرارها من جانبهم كما يلي: البيع لتجار الجملة مباشرة (٨٨%) ، ألبيع لتجار التجزئة مباشرة (٧٣%) ، البيع من خلال الممارسة والوسطاء (٦٢%) ، البيع في الأسواق مباشرة (٥٨%) ، البيع للمصانع التي تقوم صناعتها على المحصول (٣٦%) ، البيع من خلال تعاونيات تسويق الخضار والفاكهة (١٥%) ، البيع للمصدرين (٨%) .

وتعكس هذه النتيجة إعتداع نسبة كبيرة من الزراع (خاصة الصغار منهم) على السماسرة والوسطاء ، مما يعرض للوقوع تحت وطأة وإستغلال التجار والسماسرة والوسطاء حيث يتم ربط سعر محدد منخفض للحصول فيما بينهم ، مما يزيد من خسارة المنتجين الزراعيين خاصة فى ظل غياب الدور الإرشادى فى التسويق أو عدم حث وتشجيع الزراع للإنضمام للتعاونيات التسويق لزيادة القوة التنافسية لهم فى الأسواق رابعاً: المشكلات التى تواجه الزراع المبحوثين فى تسويق ثمار الطماطم.

يتأول هذا الجزء من الدراسة عرضاً للمشكلات التى تواجه الزراع المبحوثين عند تسويق محصول الطماطم ، وتشير نتائج الدراسة بالجدول رقم (٤) إلى أن هذه المشكلات قد أمكن تقسيمها إلى خمس مجموعات رئيسية وهى:

١- مشكلات خاصة بالحصاد.

يتضح من نتائج الدراسة بالجدول رقم (٤) وجود ثلاث مشكلات مرتبطة بالحصاد تواجه الزراع فى مجال تسويق محصول الطماطم ، وقد أمكن ترتيبها تنازلياً وفقاً لنسبة الزراع المبحوثين الذين أقرروا بوجود كل منها على النحو التالى : إرتفاع اجور الايدى العاملة ٨٥%، قلة توافر العمالة المدربة على عملية الجمع ٧٦% ، عدم إجراء عملية التبريد المبدئى بالحقل لتقليل الفاقد ٥٢% . مما يؤدى الى عدم تنفيذ التوصيات الفنية الموصى بها لتسويق المحصول ويمثل عائقاً امام الزراع المبحوثين .

٢- مشكلات خاصة بالفرز والتدريج.

يتضح من نتائج الدراسة بالجدول رقم (٤) وجود أربع مشكلات مرتبطة بالفرز والتدريج تواجه الزراع فى مجال تسويق محصول الطماطم ، وقد أمكن ترتيبها تنازلياً وفقاً لنسبة الزراع المبحوثين الذين أقرروا بوجود كل منها على النحو التالى : ندرة وجود معايير واضحة لدرجات أو الرتب ٧٩% ، كثرة الثمار غير مكتملة النضج ٦٢% ، ندرة وجود محطات آلية للفرز والتدريج ٤٩% ، قلة توفر العمالة المدربة على اجراء عمليات الفرز والتدريج ٣٥% . يتضح مما سبق ان قلة وجود عمال مدربين على الفرز والتدريج تمثل عائقاً امامهم مما يؤدى الى إنخفاض سعر بيع المحصول عند التسويق .

٣- مشكلات خاصة بالتعبئة .

يتضح من نتائج الدراسة بالجدول رقم (٤) وجود ثلاث مشكلات مرتبطة بالتعبئة تواجه الزراع فى مجال تسويق محصول الطماطم ، وقد أمكن ترتيبها تنازلياً وفقاً لنسبة الزراع المبحوثين الذين أقرروا بوجود كل منها على النحو التالى : إرتفاع أسعار العبوات ٩٥% ، قلة توفر العبوات المناسبة لتعبئة المحصول ٧٤% ، قلة توفر العمال المدربة لتعبئة العبوات بالأساليب الصحيحة لتقليل الفاقد ٦١% . يتضح عدم تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية المتعلقة بعمليات التعبئة رغم معرفتهم لها مما يؤثر على الثمار ويقلل من كفاءة التسويق .

٤- مشكلات خاصة بالنقل .

يتضح من نتائج الدراسة بالجدول رقم (٤) وجود ثلاث مشكلات مرتبطة بالنقل تواجه الزراع فى مجال تسويق محصول الطماطم ، وقد أمكن ترتيبها تنازلياً وفقاً لنسبة الزراع المبحوثين الذين أقرروا بوجود كل منها على النحو التالى : إرتفاع تكاليف النقل ٩٠% ، عدم كفاية وسائل النقل فى الاوقات المطلوبة ٨٣% ، عدم مناسبة وسائل النقل لطبيعة المصول بالتالى يزداد فاقد المحصول ٥٩% . يتبين ان الزراع يجمع المحصول سريعاً مما يقلل من جودة الثمار ، وإنخفاض جودتها التسويقية .

٥- مشكلات خاصة بطرق التسويق .

يتضح من نتائج الدراسة بالجدول رقم (٤) وجود تسع مشكلات مرتبطة بطرق التسويق تواجه الزراع في مجال تسويق محصول الطماطم ، وقد أمكن ترتيبها تنازليا وفقا لنسبة الزراع المبحوثين الذين أقرروا بوجود كل منها على النحو التالي: إنخفاض سعر بيع المحصول وتذبذب الأسعار ٩٤% ، تعدد التجار والوسطاء والسامسة ٨٢%، تحكم تجار الجملة وإستغلالهم للزراع بربط سعر منخفض فيما بينهم ٨٠% ، نقص المعلومات والابخار التسويقية الخاصة بالأسعار ٧٥% ، ندرة قيام ندوات إرشادية تسويقية ٦٧% ، قلة الأسواق الجملة بالقرية والمركز ٥٩% ، عدم وجود أماكن معدة للتخزين أو مبردات للتخزين ٥١% ، ندرة وجود مصدرين بالقرية ٣٥% ، قلة توافر الأسواق بمنطقة الانتاج وبعدها عنها ٢٥% .

وتشير النتائج السابقة إلى أن أهم المشاكل الإرشادية المرتبطة بتسويق الطماطم تتمثل في عدم وجود ندوات أو إجتماعات أو نشرات إرشادية خاصة بعمليات تسويق ثمار الطماطم والذي يمثل عبة أمام معظم زراع الطماطم، ووجود قصور في المعلومات والابخار التسويقية الخاصة بالأسعار والكميات والأسواق بالنسبة للمنتجين سواء في مزارعهم أو أسواق الجملة والذي يمثل مشكلة لدى معظم الزراع أيضا، وعدم وجود العناية من الإرشاد الزراعي لعمليات تسويق محصول الطماطم والذي يمثل عبة أمام زراع الطماطم .

وتشير هذه المشكلات بصفة عامة إلى ضرورة الإهتمام بالبرامج الإرشادية الخاصة بالتسويق والتداول ؛ كما تشير إلى أهمية وضع نظام مركزي لتحليل الأسواق، وكذا أهمية توفير مؤشرات استرشادية للأسعار وكميات وأماكن التصريف تتاح بالأسلوب المناسب وفي الأوقات المناسبة للزراع وإرشادهم عن كيفية التعامل معها والإستفادة بها فتعظيم أرباحهم من تسويق محصول الطماطم .

خامسا: خطة العمل الإرشادية المقترحة للنهوض بتسويق محصول الطماطم .

إستناداً إلى النتائج السابقة ووفقا لما تشير إليه بيانات جدول رقم(١) معرفة الزراع المبحوثين بغالبية التوصيات الفنية المدروسة التي تقل عن أو تساوى المتوسط لدرجة المعرفة وقدره درجة واحدة والذي ينحصر نظريا بين حد أقصى درجتين وحد أدنى قدره صفر ، فإن الدراسة الحالية ترى أهمية أن يزيد اهتمام الإرشاد الزراعي بمجال تسويق محصول الطماطم وذلك من خلال قيامه في الوقت الراهن والمستقبلي بأداء الأنشطة والمهام الإرشادية الهادفة إلى تطوير البنيان المعرفي لمزارعي الطماطم وذلك بإكسابهم للمعارف التي أثبتت الدراسة أن معرفة الزراع المبحوثين بها كانت منخفضة أو متوسطة والمثبتة بخطة العمل الإرشادية للنهوض بتسويق محصول الطماطم من خلال تطوير البنيان المعرفي للزراع في هذا المجال ، وبما يساعد على تقليل الفاقد منها وبالتالي زيادة إنتاجيتها بطريقة غير مباشرة بما يفي باحتياجات الإستهلاك المحلي المتزايدة سنة بعد أخرى والوفاء بمتطلبات التصدير إلى خارج البلاد كما موضح بجدول رقم (٥).

جدول رقم (١) متوسطات ونسب درجات معرفة الزراع المبحوثين وتوزيعهم العددي والنسبي وفقاً لمصادر معرفتهم بالتوصيات الفنية المتعلقة بتسويق محصول الطماطم .

مصدر المعرفة						المعرفة		البيان
مصادر ارشادية			مصادر ارشادية حكومية			متوسط	%	
غير حكومية		تابعة لوزارات اخرى	تابعة لوزارة الزراعة					
**%	عدد	**%	عدد	**%	عدد			
								<u>اولاً: علامات النضج</u> <u>- علامات النضج في الطماطم</u> ١- جفاف العرش من اسفل لأعلى جفاف غير مرضى ٢- تكون الثمار وردية او حمراء كاملة النضج <u>-انسب وقت قطف ثمار الطماطم لتصديرها لمسافات بعيدة وفي الشهور التي درجة الحرارة فيها مرتفعة</u> ٣- عندما تكون الثمار مكتملة خضراء صلبة لم تتلون باللون الاحمر <u>- انسب وقت لقطف ثمار الطماطم لتسويقها لمسافة متوسطة لتخزينها في فترات الذروة لتخفيف شدة الازمة بين العروات</u> ٤- عندما يكون الثمار بادنة في التلوين من قمتها وتغطي مايقرب من ٧٥% من مساحة سطح الثمرة، <u>- الاعتبارات الواجب مراعاتها اثناء الجمع في الحقل</u> ٥ - عدم الجمع بعد الري مباشرة ٦- قطف كل الثمار الصالحة التي على النبات ٧- عدم تعرض الثمار للشمس بعد الجمع لتلافى الاصابة ٨- نقلها لمكان ظليل <u>-انسب وقت جمع الطماطم للتصنيع والاستهلاك المباشر</u> ٩- عندما تكون الثمار مكتملة التلوين ولاتحمل النقل والتخزين <u>-الوقت المناسب لجمع ثمار الطماطم لتسويقها محلياً</u> ١٠- عندما تكون الثمار ملونة او قريبة من التلوين الكامل
١٠٠	٧٠	-	-	-	-	٥٧,٨	١,٧٦	
٥١,٤	٥٣	٣٤	٣٥	١٤,٦	١٥	٨٥,١	١,٧٠	
١٠٠	٥١	-	-	-	-	٤٢,٥	٠,٨٥	
٤٧,٣	٥٢	٣٠	٣٣	٢٢,٧	٢٥	٥٠	١	
-	-	٤٥,٧	٤٢	٥٤,٣	٥٠	٧٦	١,٥٢	
١٠٠	٩٣	-	-	-	-	٧٧	١,٥٤	
١٠٠	٦٢	-	-	-	-	٥١	١,٠٢	
١٠٠	٥٤	-	-	-	-	٤٥	٠,٩٠	
١٠٠	٩٥	-	-	-	-	٧٨,٥	١,٥٧	
١٠٠	٩٥	-	-	-	-	٧٨,٥	١,٥٧	

*حسبت النسبة المئوية لإجمالي عدد المبحوثين والبالغ عددهم ١٢١ مبحوثاً الذين على معرفة بكل بند من بنود التوصيات الفنية المدروسة
** حسبت النسبة المئوية لمتوسط درجة المعرفة على أساس إجمالي درجة المعرفة بالنسبة للدرجة الحاصل عليها المبحوث

تابع جدول رقم (١) متوسطات ونسب درجات معرفة الزراع المبحوثين وتوزيعهم العددي والنسبي وفقاً لمصادر

معرفةهم بالتوصيات الفنية المتعلقة بتسويق محصول الطماطم

مصدر المعرفة						المعرفة		البيان
مصادر ارشادية		مصادر ارشادية حكومية				*%	متوسط	
غير حكومية		تابعة لوزارة الزراعة		تابعة لوزارات اخرى				
**%	عدد	**%	عدد	**%	عدد			
١٠٠	٦٣	-	-	-	-	٥٢	١,٠٤	- عدد مرات جمع محصول الطماطم
١٠٠	٦٧	-	-	-	-	٥٥,٥	١,١١	١١- كل ٥-٤ ايام في الجو البارد ١٢- كل ٧-١٠ ايام في الجو الجار -النسب اوقات النهار لجمع محصول <u>الطماطم</u>
٦٠,٥	٤٩	٢٤,٧	٢٠	١٤,٨	١٢	٦٧	١,٣٤	١٣- الصباح الباكر او المساء لعدم التعرض لاشعة الشمس مباشرة ثانياً: طريقة الحصاد -أهم طرق قطف ثمار الطماطم للتسويق <u>المحلي</u>
٦٤,٨	٥٩	٣٥,٢	٣٢	-	-	٧٥	١,٥	١٤- بكانسها وجزء صغير من العنق بواسطة مقصات
-	-	١٠٠	٨٩	-	-	٧٣,٥	١,٤٧	١٥- يبتد لفة الثمرة باليد لفة كاملة مع مسك الفرع باليد اليسرى والضغط على منطقة اتصال الثمرة بالفرع فوق الكاس مباشرة - أهم العيوب المناسبة لتعبئة ثمار <u>الطماطم بعد القطف</u>
٧٩,١	٦٨	٢٠,٩	١٨	-	-	٧١	١,٤٢	١٦- عبوات ملاء ناعمة او جرادل بلاستيك
-	-	١٠٠	٤٢	-	-	٣٥,٥	٠,٧١	١٧- صناديق تنتقل لمحطات التعبئة او في عبوات التسويق النهائية مباشرة ثالثاً: الفرز والتدريج -أهم أنواع الثمار التي يتم استبعادها عند <u>الفرز</u>
٦٣,٢	٥٥	٣٦,٨	٣٢	-	-	٧٢	١,٤٤	١٨- الثمار المصابة التي بها جروح وخدوش والمشوهة
١٠٠	٨٢	-	-	-	-	٦٨	١,٣٦	١٩- الثمار المشققة او الزائدة في النضج
٩١,٣	٤٢	٨,٧	٤	-	-	٣٨	٠,٧٣	٢٠- الثمار الغير مكتملة النمو - أهم الواجب مراعاته في مكان فرز ثمار <u>الطماطم</u>
١٠٠	٨٩	-	-	-	-	٧٣,٥	١,٤٧	٢١- يفرز في مكان هار ومظلل او عمل تعريشة

*حسبت النسبة المئوية لإجمالي عدد المبحوثين والبالغ عددهم ١٢١ مبحوثاً الذين على معرفة بكل بند من بنود التوصيات الفنية المدروسة
** حسبت النسبة المئوية لمتوسط درجة المعرفة على أساس إجمالي درجة المعرفة بالنسبة للدرجة الحاصل عليها المبحوث

تابع جدول رقم (١) متوسطات ونسب درجات معرفة الزراع المبحوثين وتوزيعهم العددي والنسبي وفقاً لمصادر معرفتهم
بالتوصيات الفنية المتعلقة بتسويق محصول الطماطم

مصدر المعرفة						المعرفة		البيان
مصادر ارشادية		مصادر ارشادية حكومية				متوسط	%	
غير حكومية		تابعة لوزارات اخرى		تابعة لوزارة الزراعة				
**%	عدد	**%	عدد	**%	عدد			
								- أهم الصفات التي يتميز ثمار الطماطم
								الممتازة
								٢٢- يغطي اللون الاحمر ٧٥% من سطح الثمرة مع الاحتفاظ بالصلابة الكافية لها
٥٧,٦	٣٨	٣١,٨	٢١	١٠,٦	٧	٥٤,٥	١,٠٩	٢٣- الثمار غير مفصصة ويجمع بها جزء من العنق
١٠٠	٧٣	-	-	-	-	٦٠	١,٢	٢٤- الثمار غير مكرمشة
٥٧,٣	٤٣	٤٢,٧	٣٢	-	-	٦٥	١,٣٠	٢٥- وزن وحجم الثمرة يصل الى الوزن والحجم المميز للصنف
-	-	١٠٠	٣٤	-	-	٢٨,١	٠,٥٦	- أهم الطرق المناسبة لتدريج الطماطم
١٠٠	٩٧	-	-	-	-	٨٠,٥	١,٦١	٢٦- على اساس اللون والحجم معا
-	-	١٠٠	٨٣	-	-	٦٨,٥	١,٣٧	٢٧- ٣ رتب ممتازة واولى وثانية حسب نسبة العيوب
-	-	١٠٠	١١٠	-	-	٥٠	١	٢٨- التجارية وهي عدم انتظام الشكل والخدوش
								رابعاً: التعبئة
								- أهم الاعتبارات الواجب مراعاتها قبل تعبئة الطماطم
٦٠,٨	٥٩	٣٩,٢	٣٨	-	-	٨٠,٥	١,٦١	٢٩- ازالة الاتربة العالقة واستبعاد الثمار التالفة
٥٧,٧	٥٨	٤٧,٣	٥٢	-	-	٥٠	١	٣٠- ازالة الاعناق حتى لاتجرح الثمار
-	-	-	-	-	-	-	-	٣١- ان تكون الثمار جافة تماماً وخالية من اثار المبيدات
								-أهم انواع العبوات التي يتعبأ فيها ثمار الطماطم
٧٣,١	٦٨	٢٦,٩	٢٥	-	-	٧٧	١,٥٤	٣٢- صناديق بلاستيك سعة ٢٠ كجم
-	-	١٠٠	٥٤	-	-	٤٥	٠,٩٠	٣٣- عبوات كرتون مقعب مبطنه بالورق الحريري في حالة التصدير
١٠٠	١٠٣	-	-	-	-	٨٥,١	١,٧٠	٣٤- اقفاص من الجريد
-	-	-	-	-	-	-	-	٣٥- تغليف العبوات بطبقة بلاستيكية في التصدير
								- حجم سعة العبوة الصحيحة للتصدير
-	-	-	-	-	-	-	-	٣٦- من ٤-٨ كجم حسب نوع السوق المصدر اليه

* حسبت النسبة المئوية لإجمالي عدد المبحوثين والبالغ عددهم ١٢١ مبحوثاً الذين طي معرفة بكل بند من بنود التوصيات الفنية المدروسة
** حسبت النسبة المئوية لمتوسط درجة المعرفة على أساس إجمالي درجة المعرفة بالنسبة للدرجة الحاصل عليها المبحوث

تابع جدول رقم (1) متوسطات ونسب درجات معرفة الزراع المبحوثين وتوزيعهم العددي والنسبي وفقاً لمصادر

معرفتهم بالتوصيات الفنية المتعلقة بتسويق محصول الطماطم

مصدر المعرفة						المعرفة		البيان
مصادر ارشادية		مصادر ارشادية حكومية				متوسط	%	
غير حكومية		تابعة لوزارات اخرى		تابعة لوزارة الزراعة				
**%	عدد	**%	عدد	**%	عدد			
								بنود التوصيات الفنية
								- أهم الاعتبارات التي يجب مراعاتها عند
								<u>تعبئة ثمار الطماطم</u>
								٣٧- يكون رص الثمار قريبة من حافة
								العبوة ولا تصل لنهايتها
								٣٨- يكون في مكان مظلل طبيعي
								٣٩- توحيد درجة نضج الثمار في العبوة
								٤٠- تكون الثمار غير قابلة للحركة داخل
								العبوة
								<u>خامساً: النقل</u>
								- أهم ما يجب مراعاته عند نقل الطماطم
								٤١- يتم النقل في عربات مكشوفة للاقفاص
								الجريد للسوق المحلي
								٤٢- يتم النقل ليلاً.
								٤٣- يتم النقل في عربات مبردة في حالة
								التصدير
								<u>أهم اضرار ارتفاع درجة الحرارة على ثمار</u>
								<u>الطماطم</u>
								٤٤- انخفاض مدة التخزين
								٤٥- الإصابة بالعفن
								٤٦- سرعة النضج
								<u>أهم اضرار انخفاض درجة الحرارة على</u>
								<u>ثمار الطماطم</u>
								٤٧- حدوث ضعف داخلي للثمرة
								٤٨- اكسابها طعم غير جيد
								المتوسط العام
						٥٦,٥	١,١٣	

* حسبت النسبة المئوية لإجمالي عدد المبحوثين والبالغ عددهم ١٢١ مبحوثاً الذين على معرفة بكل بند من بنود التوصيات الفنية المدروسة
** حسبت النسبة المئوية لمتوسط درجة المعرفة على أساس إجمالي درجة المعرفة بالنسبة للدرجة الحاصل عليها المبحوث

جدول رقم (٢) التوزيع العددي والنسبي للتوصيات الفنية الخاصة بتسويق محصول الطماطم التي عرفها المبحوثين من مصادر المعرفة المختلفة

المصادر	البيان عدد التوصيات الفنية التي عرفها المبحوثين من مصادر المعرفة المختلفة	%
<p><u>مصادر تنظيمات إرشادية حكومية تابعة لوزارة الزراعة:</u></p> <p>(الإدارات المركزية وما يتبعها من الدعم الإعلامي ، وكذا الهيئات التابعة لوزارة الزراعة وعلى المستويات المحلية المرشدين الزراعيين - أخصائي المحاصيل الحقلية - المشرفين الزراعيين أو مديرو الجمعيات الزراعية)</p>	٣	٦,٨
<p><u>مصادر إرشادية حكومية تابعة لوزارات أخرى غير وزارة الزراعة :</u></p> <p>الهيئات أو الشركات الزراعية، مندوب شركات التصدير، وزارات الري والإعلام والصناعة، وقطاع الأعمال، والشركات القابضة للتنمية الزراعية</p>	١٦	٣٦,٤
<p><u>مصادر إرشادية غير حكومية</u></p> <p>مركز تنمية الصحراء التابعة للجامعة الأمريكية ، الشركات والمؤسسات والمراكز والمكاتب التابعة للقطاع الخاص ، اتحاد المنتجين والمصدرين الزراعيين ، الأقارب ، الأصدقاء، الجيران، الخبرة الشخصية</p>	١٩	٤٣,٢
<p>مصادر وتنظيمات إرشادية حكومية تابعة لوزارة الزراعة وحكومية تابعة لوزارات أخرى غير وزارة الزراعة بجانب مصادر إرشادية غير حكومية</p>	٦	١٣,٦
الإجمالي	٤٤	١٠٠

جدول رقم (٣) التوزيع العددي والنسب المئوية للزراع المبحوثين وفقا لطرق تسويق محصول الطماطم

م	طرق التسويق	عدد	%
١-	البيع لتجار الجملة مباشرة	١٠٦	٨٨
٢-	البيع لتجار التجزئة مباشرة	٨٩	٧٣
٣-	البيع من خلال السماسرة والوسطاء	٧٥	٦٢
٤-	البيع في الاسواق مباشرة	٧٠	٥٨
٥-	البيع للمصانع التي تقوم صناعتها على المحصول	٤٤	٣٦
٦-	البيع من خلال تعاونيات تسويق الخضار والفاكهة	١٨	١٥
٧-	البيع للمصدرين	١٠	٨

جدول رقم (٤) التوزيع العددي والنسب المئوية للزراع المبحوثين وفقا للمشكلات التي تواجههم عند تسويق محصول الطماطم

المشكلات	عدد	%
اولا: مشكلات خاصة بالحصاد		
١- ارتفاع اجور الايدي العاملة	١٠٢	٨٥
٢- قلة توافر العمالة المدربة على عملية الجمع	٩١	٧٦
٣- عدم اجراء عملية التبريد المبني بالحقل لتقليل الفاقد	٦٢	٥٢
ثانيا: مشكلات خاصة بالفرز والتدريج		
١- ندرة وجود معايير واضحة لدرجات أو الرتب	٩٥	٧٩
٢- كثرة الثمار غير مكتملة النضج	٧٥	٦٢
٣- ندرة وجود محطات آلية للفرز والتدريج	٥٩	٤٩
٤- قلة توفر العمالة المدربة على اجراء عمليات الفرز والتدريج	٤٢	٣٥
ثالثا: مشكلات خاصة بالتعبئة		
١- ارتفاع اسعار العبوات	١١٤	٩٥
٢- قلة توفر العبوات المناسبة لتعبئة المحصول	٨٩	٧٤
٣- قلة توفر العمال المدربة لتعبئة العبوات بالاساليب الصحيحة لتقليل الفاقد	١٢١	٦١
رابعا: مشكلات خاصة بالنقل		
١- ارتفاع تكاليف النقل	١٠٨	٩٠
٢- عدم كفاية وسائل النقل في الارقات المطلوبة	١٠٠	٨٣
٣- عدم مناسبة وسائل النقل لطبيعة المصنوع بالتالي يزداد فاقد المحصول	٧١	٥٩
خامسا: مشكلات خاصة بطرق التسويق		
١- انخفاض سعر بيع المحصول وتذبذب الاسعار	١١٣	٩٤
٢- تعدد التجار والوسطاء والسماسرة	٩٩	٨٢
٣- تحكم تجار الجملة واستغلالهم للزراع بربط سعر منخفض فيما بينهم	٩٦	٨٠
٤- نقص المعلومات والإخبار التسويقية الخاصة بالأسعار	٩٠	٧٥
٥- ندرة قيام ندوات ارشادية تسويقية	٧٣	٦٧
٦- قلة الأسواق الجملة بالقرية والمركز	٧٦	٥٩
٧- عدم وجود أماكن معدة للتخزين أو مبردات للتخزين	٦١	٥١
٨- ندرة وجود مصدرين بالقرية	٤٢	٣٥
٩- قلة توافر الأسواق بمنطقة الإنتاج وبعدها عنها	٣٠	٢٥

* حسب النسبة المئوية لإجمالي عدد المبحوثين البالغ عددهم ١٢١ مبحوثاً

جدول رقم (٥) خطة عمل إرشادية للنهوض بتسويق محصول الطماطم بمحافظة الفيوم

المحصول	الأهداف التطعيمية	الرسائل الإرشادية	الطرق والمعينات الإرشادية	الجمهور المستهدف	القائم بالتنفيذ	المكان	التوقيت المقترح	أدلة التقدم الصادر
الطماطم	تفهم الزراع بمحافظة الفيوم للمعارف الخاصة بعلامات النضج وبحصاد محصول الطماطم	<p>- علامات النضج في الطماطم</p> <p>١- جفاف العرش من أسفل لأعلى جفاف غير مرضي</p> <p>-انصب وقت قطف ثمار الطماطم لتصديرها لمسافات بعيدة وفي الشهور التي درجة الحرارة فيها مرتفعة</p> <p>١- عندما تكون الثمار مكتملة خضراء صلبة لم تتلون باللون الأحمر</p> <p>- انصب وقت لقطف ثمار الطماطم لتسويقها لمسافة متوسطة لتخزينها في فترات الذروة لتخفيف شدة الازمة بين العروات</p> <p>١- عندما يكون الثمار بادئة في التلون من قمتها وتغطي مايقرب من ٧٥% من مساحة سطح الثمرة،</p> <p>- الإعتبارات الواجب مراعاتها أثناء الجمع في الحقل</p> <p>١- عدم تعرض الثمار للشمس بعد الجمع لتلافي الاصابة</p> <p>ب- نقلها لمكان ظليل</p> <p>- عدد مرات جمع محصول الطماطم</p> <p>١- كل ٤-٥ ايام في الجو البارد</p> <p>ب- كل ٧-١٠ ايام في الجو الحار</p> <p>-انصب أوقات النهار لجمع محصول الطماطم</p> <p>١- الصباح الباكر او المساء لعدم التعرض لاشعة الشمس مباشرة</p> <p>- أهم العيوب المناسبة لتعبئة ثمار الطماطم بعد القطف</p> <p>١- عيوب ملساء ناعمة او جرادل بلاستيك</p> <p>ب- صناديق تنتقل لمحطات التعبئة او في عيوب التسويق النهائية مباشرة</p>	<p>- اجتماع ارشادي - نماذج - ملصق ارشادي - فيلم فيديو</p>	زراع محصول الطماطم بمحافظة الفيوم	- المرشدين الزراعيين مهندسين الزراعية الرعاية البيئانية - القادة المحليين	الجمعية التعاونية الزراعية - دار المناسبات بالقرية - حقول الزراع	قبل جمع المحصول ل بثلاث اسبوع أو بشهر على الأكثر	- استخدام الوسائل الجديدة في حصاد المحصول والتعبئة - الاستجابة لتطويق التوصيات الفنية الخاصة بمحصول - استجابة الزراع لتطويق الطرق الصحيحة في حصاد محصول الطماطم لتسويقها - زيادة استعمار الزراع أثناء الاجتماعات الإرشادية أو الزيارات عن بعض بدود التوصيات الفنية للممارسات المذكورة - زيادة دخل زراع الطماطم

تابع جدول رقم(٥): خطة عمل إرشادية للنهوض بتسويق محصول الطماطم في محافظة الفيوم

أدلة التقدم الحادث	التوقيت المقترح	المكان	القائم بالتنفيذ	الجمهور المستهدف	الطرق والمعينات الإرشادية	الرسائل الإرشادية	الأهداف التعليمية	المتخصص
كما سبق	كما سبق	كما سبق	كما سبق	كما سبق	- اجتماع إرشادي - نماذج - ملصق إرشادي - فيلم فيديو	أهم أنواع الثمار التي يتم استبعادها عند الفرز أ- الثمار المصابة التي بها جروح وخدوش والمشوهة ب- الثمار المشققة أو الزائدة في النضج ج- الثمار الغير مكتملة النمو - أهم الواجب مراعاته في مكان فرز ثمار الطماطم أ- يفرز في مكان هاو ومظلل أو عمل تعريشة - أهم الصفات التي يتميز ثمار الطماطم الممتازة أ- يغطي اللون الأحمر ٧٥% من سطح الثمرة مع الاحتفاظ بالصلابة الكافية لها ب- الثمار غير مفصصة ويجمع بها جزء من العنق ج- الثمار غير مكرمشة د- وزن وحجم الثمرة يصل الى الوزن والحجم المميز للصنف - أهم الطرق المناسبة لتدريج الطماطم أ- ٣ رتب ممتازة واولى وثانية حسب نسبة العيوب ب- التجارية وهي عدم انتظام الشكل والخدوش	إدراك زراع الطماطم في محافظة الفيوم للمعارف الخاصة بعملية الفرز والتدريج	تابع الطماطم

تابع جدول رقم(٥): خطة عمل إرشادية للنهوض بتسويق محصول الطماطم في محافظة الفيوم

أداة التقييم الحادث	التوقيت المقترح	المكان	القائم بالتنفيذ	الجمهور المستهدف	الطرق والمعينات الإرشادية	الرسائل الإرشادية	الأهداف التعليمية	التحصيل
كما سبق	كما سبق	كما سبق	كما سبق	كما سبق	نماذج	<p>- أهم الاعتبارات الواجب مراعاتها قبل تعبئة الطماطم</p> <p>أ- إزالة الأعناق حتى لاتجرح الثمار</p> <p>ب- ان تكون الثمار جافة تماما وخالية من اثار المبيدات</p> <p>أهم انواع العبوات اللي يتعبا فيها ثمار الطماطم</p> <p>أ- عبوات كرتون مثقب مبطنه بالورق الحريري في حالة التصدير</p> <p>ب- تغليف العبوات بطبقة بلاستيكية في التصدير</p> <p>- حجم سعة العبوة الصحيحة للتصدير</p> <p>أ- من ٤-٨ كجم حسب نوع السوق المصدر اليه</p> <p>-أهم الاعتبارات التي يجب مراعاتها عند تعبئة ثمار الطماطم</p> <p>أ- يكون في مكان مظلل طبيعي</p> <p>ب- توحيد درجة نضج الثمار في العبوة</p> <p>ج- تكون الثمار غير قابلة للحركة داخل العبوة</p>	تقييم زراع الطماطم في محافظة الفيوم للمعارف الخاصة بعملية التعبئة	تابع الطماطم
كما سبق	كما سبق	كما سبق	كما سبق	كما سبق	- اجتماع إرشادي -ملصق إرشادي -فيلم فيديو	<p>- أهم ما يجب مراعاته عند نقل الطماطم</p> <p>أ- يتم النقل ليلا</p> <p>ب- يتم النقل في عربات مبردة في حالة التصدير</p> <p>-أهم اضرار ارتفاع درجة الحرارة على ثمار الطماطم</p> <p>أ- انخفاض مدة التخزين</p> <p>ب- الإصابة بالعفن</p> <p>أهم اضرار انخفاض درجة الحرارة على ثمار الطماطم</p> <p>أ- حدوث ضعف داخلي للثمرة</p> <p>ب- اكسابها طعم غير جيد</p>	تفهم الزراع بمحافظة الفيوم للمعارف الخاصة بنقل محصول الطماطم	تابع الطماطم

مراجع البحث:

- ١- الإدارة المركزية للإقتصاد الزراعي، وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، بيانات غير منشورة، الجيزة، ٢٠١٢.
- ٢- الأهرام المسائي، ١٠ مليار جنيه فاقد الغداء في مصر سنويا، ٤ أكتوبر ٢٠١٢، العدد ٧٨٣٠، السنة ٢٢
<http://massai.ahram.org.eg/News/1126/5/65381/%D8%AA%D8%AD%D9%82%D9%8A%D9%82%D8%A7%D8%AA/%E2%80%8F%E2%80%8F-%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D8%AC%D9%86%D9%8A%D9%87-%D9%81%D8%A7%D9%82%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%BA%D8%B0%D8%A7%D8%A1-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%B5%D8%B1-%D8%B3%D9%86%D9%88%D9%8A%D8%A7.aspx>
visited in 14/4/2012.
- ٣- الأهرام، المجلة الزراعية، الخبراء يرفعون شعار- زراعة بلا فاقد
available at: <http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=97568&eid=885>
visited in 14/11/2012
- ٤- الشافعي، عماد مختار (دكتور)، محور خصخصة الخدمة الإرشادية الزراعية"، مجلد مؤتمر استراتيجي العمل الإرشادي التعاوني الزراعي في ظل سياسة التحرر الاقتصادي، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، المركز المصري الدولي للزراعة، النقي، ١٩٩٦.
- ٥- الشبراوي، عبد العزيز حسن (دكتور)، "واقع الإرشاد الزراعي في الأراضي الجديدة ومستقبله المأمول" مجلد مؤتمر مستقبل العمل الإرشادي في ظل السوق الحر وموقع التعاونيات فيه، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة القاهرة، الجيزة، ١٩٩٥.
- ٦- العادلي، أحمد السيد (دكتور)، أساسيات علم الإرشاد الزراعي"، دارا لمطبوعات الجديدة، ١٩٧٢.
- ٧- العرابي، سامية (دكتورة)، "الأسس العلمية لعمليات تداول محاصيل الفاكهة" ندوة تدريبية عن تداول محاصيل الفاكهة، معهد بحوث البساتين، مركز البحوث الزراعية ووزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، ١٩٩٥.
- ٨- الموسوعة الزراعية، اهم اسباب الفاقد الاقتصادي لمحاصيل الخضر والفاكهة في مصر ،
available at: <http://www.eskindria.com/alexandria30571.html>
visited in 14/11/2012
- ٩- حمسين، وائل محمد يحيى ، دراسة لدور الارشاد الزراعي فى تسويق بعض محاصيل الخضر فى محافظة الاسماعلية، رسالة ماجستير ، كلية الزراعة ، جامعة قناة السويس ، ٢٠١٠.
- ١٠- زقزق، عادل عبد الحميد، دور الإرشاد الزراعي في تقليل الفاقد من محصول الطماطم بقرية كوم البركة بمركز كفر الدوار بمحافظة البحيرة، رسالة ماجستير، كلية الزراعة، جامعة الإسكندرية، ١٩٩١.
- ١١- سليم، فؤاد كمال الدين، والسيد، عزيزة عوض الله (دكاترة)، الاحتياجات المعرفية الإرشادية للمرأة الريفية في تقليل الفاقد من محصول الطماطم بمحافظة البحيرة والفيوم بنشرة بحثية رقم ٨٢، معهد بحوث الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية، مركز البحوث الزراعية، وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، الجيزة، ١٩٩١
- ١٢- شامر، محمد حامد زكي (دكتور)، دور الإرشاد الزراعي في مجال تسويق محاصيل الخضر ، مجلد الندوة العلمية الأولى عن الإرشاد الزراعي وتسويق محاصيل الخضر، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، كلية الزراعة بمشتهر، ٢٠٠١.
- ١٣- عمارة، نجلاء عبدا لمسمع ، دراسة لبعض المتغيرات ذات العلاقة بمعلومات وممارسات الزراع الخاصة بتداول الطماطم، رسالة ماجستير، كلية الزراعة بمشتهر، فرع بنها، جامعة الزقازيق، ١٩٩٧

- ١٤- محروس، فوزي نعيم، وهبه، أحمد جمال (دكاترة)، "دور الإرشاد الزراعي في مجالات الثقافة السكانية- صيانة البيئة - التسويق الزراعي"، مجلد مؤتمر استراتيجية لعمل الإرشاد التعاوني الزراعي في ظل سياسة التحرر الاقتصادي، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، المركز المصري الدولي للزراعة، الدقي، ١٩٩٦
- ١٥- مديرية الزراعة بالفيوم ، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، بيانات غير منشورة ، ٢٠١٢ .
- ١٦- معوض ، محمد محمود عبد الجيد ، دراسة المستوى المعرفي والتنفيذي للزراع للتوصيات الخاصة بتسويق اهم محاصيل الخضر (الطماطم) بمحافظة الفيوم ، رسالة دكتوراه ، كلية الزراعة ، جامعة الفيوم ، ٢٠٠٦ .
- ١٧- وزارة الزراعة واستصلاح الاراضى ، الادارة العامة للتدريب ، انتاج الخضر وتسويقها ، الهيئة العامة لشئون المطابع الاميرية ٢٠٠٥ م .

**Farmers' knowledge of Technical Recommendations relating to Marketing
Tomatoes crop in Fayoum Governorate.**

Dr. Taher Mohamed Abu El Atta.

Dr. Salah Abbas Hussein

Dr. Karam Youseif Azer.

**Extension programs Researches Department Agricultural Extension and Rural
Development Research Institute, Agricultural Research Center.**

Abstract

This research aimed at identifying the respondents farmers' knowledge of technical recommendations relating to marketing of Tomatoes crop in the research area, identifying the respondents farmers' knowledge resources of technical recommendations relating to Tomatoes crop, determining the methods that are followed by the respondents farmers concerning tomatoes crops, identifying the barriers encountering tomatoes growers in marketing Tomatoes crop and proposing an extension work plan to improve marketing of Tomatoes crop.

Hence, the research was conducted in Tamea, Ibshwai and Snorass districts in El-Fayoum governorate as one of the main governorates producing Tomatoes crop. A random sample of 121 respondents was drawn, distributed as follows: 69% respondents from El-mazattly village, 35 respondents from Senroo village and 17 respondents Sonors Awal the data was collected during the month October in 2012, by personal interview using a pre-tested questionnaire, tabulation, arithmetic mean, frequencies and percentages were used to analyze and show the data statistically.

The main results of the research can be summarized as follows:

- The total mean of the knowledge degrees of the respondent farmers was 1.13 degree representing 6.5%. this means that the farmers' knowledge were medium.
- There were variety in the information resources concerning the studied technical recommendations. Therefore, the governmental extension resources were three items of the total items of Tomatoes marketing amounting 44 items representing 6.8%. But the other governmental extension resources relating to other ministries were sixteen items of the recommendation representing 36.4%. Otherwise, the extension resources, even relating to government or not, were Six items representing 13.8%.
- There are seven marketing methods concerning tomatoes. The range from 88% to 8%. They were arranged descending according to the following: selling to the total merchants directly, selling to the partial merchants directly, selling to dealers, selling in the markets directly, selling to factors and selling to exporters.
- Problems facing the respondent farmers during marketing tomatoes crop are: rising the wages of workers, the lack of clear criteria for degrees, rising the packets prices, rising the transport costs and finally some problems concerning marketing.