

CITRUS AND POTATO FARMERS' VIEW OF CONTRACT FARMING AND THE ROLE OF AGRICULTURAL EXTENSION THEREIN

Zeyada, A. H. * and E. M. El Baaly**

* Agric. Extension & Rural Development Res. Institute, Agric. Res. Center, Giza, Egypt

** Agric. Economics Dept., Fac. of Agric., Tanta Univ.

نظرة زراع الموالح والبطاطس إلى الزراعة التعاقدية ودور الإرشاد الزراعي فيها

عبد الكريم حامد زيادة* و عصام محمد البيطي**

* معهد بحوث الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية.

** الإرشاد الزراعي بقسم الإقتصاد الزراعي كلية الزراعة جامعة طنطا.

المخلص

استهدفت هذه الدراسة تحقيق ما يلي:

- 1- التعرف على درجة معرفة المبحوثين بالزراعة التعاقدية.
- 2- التعرف على دور الإرشاد الزراعي في التسويق التعاقدى لمحصولي الموالح والبطاطس.
- 3- التعرف على النظام التعاقدى المناسب من وجهة نظر المبحوثين. وأجريت الدراسة بمحافظة الغربية، وتم تحديد شاملة الدراسة بأنها جميع الزراع الذين يزرعون الموالح أو البطاطس بمحافظة الغربية. وتم إختيار عينة عشوائية من هذه الشاملة على ثلاث مراحل إنتهت بإختيار ٣٠٠ مزارع نصفهم من زراع الموالح والنصف الآخر من زراع البطاطس. وتم جمع البيانات بالمقابلة الشخصية مع أفراد العينة خلال شهري ديسمبر ٢٠١١م، و يناير ٢٠١٢م عن طريق استمارة مقابلة أعدت لهذا الغرض. واستخدم الحصر العندي والتكرارات والنسب المئوية في عرض نتائج الدراسة.

وكانت أهم النتائج ما يلي:

- 1- أن أكثر من نصف الزراع لم يسموا بالزراعة التعاقدية بنسبة ٥٥% من إجمالي المبحوثين.
- 2- لم يكن المرشد الزراعي من بين المصادر التي سمع بها المبحوثون عن الزراعة التعاقدية.
- 3- أن غالبية الزراع لم يعرفوا معنى الزراعة التعاقدية بنسبة ٧٦,٦٧% من إجمالي الزراع المبحوثين.
- 4- يرى ٥٥% من إجمالي الزراع المبحوثين أن الزراعة التعاقدية غير مهمة لتسويق محصولهم.
- 5- يفضل ٧٣% من إجمالي الزراع المبحوثين التعاقد على بيع محصولهم.
- 6- تعاقد ٥٦% من إجمالي الزراع المبحوثين على بيع محصولهم خلال المنوفات الماضية، منهم ٥٤,١٧% تعاقد مع شركات تصدير.
- 7- يرى ٥٧,٣٣% من إجمالي الزراع أنه لا يوجد دور للإرشاد الزراعي في التسويق التعاقدى.
- 8- النظام التعاقدى المقترح هو التعاقد مع شركات التصدير بعقود مشاركة في تكاليف الإنتاج يحدد فيها حقوق وواجبات طرفي التعاقد مصحوبا بخدمات تسويقية كإشياء ثلاث.

مقدمة البحث ومشكلته

ظهرت الزراعة التعاقدية كوسيلة مؤسسية لتحسين الأداء الزراعي في البلاد الأقل نمواً، وفي بعض الأحيان كعنصر رئيسي في التنمية الريفية. وسياسة الزراعة التعاقدية هي من بين السياسات التي تناولتها إستراتيجية التنمية الزراعية المستدامة حتى ٢٠٣٠ والتي تستهدف تدعيم القدرة التنافسية للمنتجات الزراعية المصرية. إنطلاقاً من عدم وجود نظام متكامل للزراعة التعاقدية مطبق في مصر في الوقت الراهن، على الرغم من حاجة الزراعة المصرية الماسة لوجود مثل هذا النظام، للحد من معاناة المزارعين خاصة في مجالات التسويق وتطوير نظم الإنتاج (إستراتيجية التنمية الزراعية المستدامة ٢٠٣٠، ٢٠٠٩م)

وتذكر رغبة سالم (٢٠١٢م) أن الزراعة التعاقدية هي اتفاق مسبق بين المزارعين والمجهزين أو المصنعين أو المصدرين للإعداد بالمحاصيل الزراعية بموجب عقد مكتوب أو شفوي تتحدد فيه كمية وجوده وسعر وميعاد تسليم المحصول.

ولقد وجدت الزراعة التعاقدية في الغلال، والحبوب الزيتية والقطن وهي في العادة كانت خاضعة لبرامج دعم حكومي، حيث يتم التعاقد مع الفلاح لتسليم كمية محددة عند سعر محدد ووقت محدد ومكان محدد.

وذكر في دليل أعدته منظمة الأغذية والزراعة بعنوان "الزراعة التعاقدية الشراكة من أجل النمو" أن الزراعة التعاقدية حسنة الإدارة أثبتت فعاليتها في الربط بين قطاع صغار المزارعين بمصادر المشورة الإرشادية والميكنة والبذور والأسمدة والقروض والأسواق المضمونة والمربحة للمنتجات، فهي أسلوب يمكن أن يسهم في كل من زيادة دخل المزارعين ومضاعفة ربحية الجهات الراعية. فالزراعة التعاقدية عندما تنظم وتدار بكفاءة تقلل المخاطر وعدم اليقين لكلا الطرفين. وتتباين مزايا الزراعة التعاقدية وفقا للظروف المادية والاجتماعية والسوقية التي تعمل في ظلها الجهات الراعية والمزارعون، فالميزة الرئيسية للمزارعين هي أن الجهة الراعية تتعهد عادة بشراء جميع المنتجات ضمن معايير محددة للجودة والكمية، ويمكن أن توفر العقود للمزارعين فرص الحصول على مجموعة أوسع نطاقا من الخدمات الإدارية والفنية والإرشادية التي قد لا يمكن بدون تلك الحصول عليها، كما يستطيع المزارعون أن يستخدموا اتفاقيات العقود كضمانات لترتيب القروض مع المصارف التجارية لتمويل المدخلات التي يحتاجون إليها (موقع: <http://www.fao.org/ag/ar.ag21@fao.org>).

ويقول دليل منظمة الأغذية والزراعة أن أشكال الزراعة التعاقدية تقع في خمسة نماذج عامة هي:

١- النموذج المركزي: وفيه تقوم الجهة الراعية بشراء المحاصيل من المزارعين لتصنيعها وتسويق المنتج، وتوزع الحصص في بداية كل موسم زراعي ويجري مراقبة الجودة بصورة صارمة، ويرتبط هذا النموذج بصفة عامة بمحاصيل التبغ والقطن وقصب السكر والموز والبن والشاي والكاكاو والمطاط.

٢- نموذج المزرعة النواة: وفيه تمتلك الجهة الراعية وتدير إحدى المزارع الكبرى التي تقع عادة بالقرب من مكان التصنيع ولكي تحصل على كل ما يحتاجه المصنع فإنها تقدم التكنولوجيا وتقنيات الإدارة للمزارعين. ويستخدم هذا النموذج أساسا في المحاصيل الشجرية والتي منها الموالج إلا أنه يسرى أيضا على منتجات الألبان.

٣- النموذج متعدد الأطراف: حيث تشترك هيئات عامة وشركات خاصة مع المزارعين في التعاقد، ويشيع هذا النموذج في الصين حيث تشترك الإدارات الحكومية ولجان المدن والشركات الأجنبية معا في إبرام العقود مع المزارعين الأفراد.

٤- النموذج غير الرسمي: حيث يبرم المتعهدون الأفراد أو الشركات الصغيرة عقودا للإنتاج بسيطة وغير رسمية مع المزارعين على أساس موسمي وخاصة بالنسبة للخضار الطازجة والفاكهة الاستوائية، وتشتري متاجر السوبر ماركت عادة المنتجات الطازجة من خلال المزارعين الأفراد.

٥- النموذج الوسيط: وفيه يقوم الوسطاء بإبرام نوعين من العقود أولهما مع المزارعين والثاني مع المشترين. وينتشر هذا النوع في جنوب شرق آسيا، ففي تايلاند تشتري شركات تصنيع الأغذية المحاصيل من الوسطاء أو لجان المزارعين الذين يبرمون الترتيبات غير الرسمية مع المزارعين.

(موقع: <http://www.fao.org/ag/ar.ag21@fao.org>).

وتوصلت رغبة سالم (٢٠١٢) إلى نموذج مقترح للزراعة التعاقدية يطبق وفقا للظروف الإنتاجية المحلية تقوم فيها الجهات الراعية بالتعاقد مع المزارع (الحكومة كميسر للتعاقد) بعقد مكتوب وموثق ويتحدد سنويا، والاتفاق على سعر مبدئي من أول التعاقد، بحيث تقوم الجهات المتعاقدة بتوفير مستلزمات الإنتاج، والخدمات الإرشادية، وتسويق المحصول، ونقل المحصول، ويلتزم المزارع بمواصفات الإنتاج، وتسليم المحصول في الوقت المحدد، ودفع ثمن مستلزمات الإنتاج، وذلك من أجل الحصول على مستلزمات الإنتاج، والخدمات الإرشادية.

ويذكر سليم (٢٠٠٦) أنه يمكن لصغار المزارع الإنتاج للتصدير حسب المواصفات والنوعية المطلوبة للأسواق الخارجية بشرط توفر المتطلبات التالية: ١- إيجاد نظام تسويقي بأسواق الجملة، وتحديد الأسعار المناسبة لما تتطلبه عمليات التداول الموسمي بها من تكلفة كماليات للتبريد، والفرز، والتسويق، والحيوانات، والتعبئة، والنقل حيث أن تطوير السوق المحلي يعد الخطوة الأولى لتغيير سلوك المزارع لتكنولوجيا الإنتاج للتصدير. ٢- إيجاد جهاز إرشادي فعال يأخذ بمنهجية لامركزية تخطيط وتنفيذ البرامج

الإرشادية وتكوين فريق من الباحثين المتخصصين والجهاز الإرشادي المحلي لكل منطقة للقيام بالعملية الإرشادية بأسلوب الممارسة تحت إشراف من خلال المرور الميداني وفق مراحل نمو المحصول منذ البداية وحتى التسويق. ٣- الربط بين المنتجين من هؤلاء الزراع والمصدرين للالتزام بتصدير إنتاج من قام بتطبيق التكنولوجيا المطلوبة للتصدير ويساعد في ذلك اتحاد المصدرين. ٤- مد الزراع والمصدرين بالمعلومات التسويقية الضرورية كالمساحات المطلوبة من كل سلعة قبل موسم الزراعة والمواعيد المناسبة للزراعة والكميات المطلوبة للأسواق الخارجية ومتوسط الأسعار وذلك بمختلف وسائل الاتصال. ٥- حل مشكلات التصدير من توفير بيوت التعبئة والصالات المبردة والشاحنات المبردة والنقل البحري وفراغات الشحن وأسعار الشحن والعبوات وغيره من مشكلات تعترض عملية التصدير. ٦- تشجيع ومساعدة صغار الزراع علي تكوين جمعيات نوعية لإنتاج الحاصلات الزراعية ذات الميزة التنافسية للتصدير. ٧- إنشاء صندوق موازنة لدي اتحاد المصدرين للمساهمة في تكلفة بعض الممارسات الزراعية المرتفعة التكاليف تشجيعاً لصغار الزراع. ٨- إنشاء شركات مصرية - أجنبية لتذليل العقبات أمام الصادرات المصرية للأسواق الخارجية، حيث انه ما زال الموقف التصديري لا يفي بالكميات المسموح بتصديرها من معظم السلع وفق اتفاقية الشراكة الأوروبية حتى الآن. ٩- تمثيل فئة صغار الزراع في المعارض الدولية وكذلك في الزيارات التي يتم تنظيمها للأسواق الخارجية. ١٠- منح المتفوقين من صغار الزراع في الإنتاج للتصدير حوافز مادية وشهادات تقديرية لخلق روح المنافسة بينهم وبين زملائهم.

وهذا ما يمكن تحقيقه من خلال الزراعة التعاقدية. حيث أن من الأهداف الأساسية لسياسة الزراعة التعاقدية بجمهورية مصر العربية زيادة معدلات التصدير للمنتجات الزراعية (إستراتيجية للتنمية الزراعية المستدامة ٢٠٣٠، ٢٠٠٩م).

وتعتبر الحاصلات البستانية أحد محاور التنمية الزراعية في مصر لتوفير احتياجات السوق المحلي والتصدير، بل هي المجال الأنسب للتعاقد والتصدير. حيث يعتبر محصول الموالج من محاصيل الفاكهة الرئيسية في مصر لما له من أهمية إقتصادية كبيرة سواء بالنسبة للاستهلاك المحلي أو التصدير، وتتوفر لمصر ظروف مناخية مواتية لتحقيق مركزاً متقدماً في إنتاج وتسويق الموالج. وتشغل مساحة أشجار الموالج المثمرة ٣٣٩٥٣٣ فداناً تمثل ٣٧% من إجمالي مساحة الفاكهة المثمرة وتنتج ٢٣٥٠٢٤٧ طناً تمثل ٤٠،٠٦% من الإنتاج الكلي لثمار الفاكهة المنزرعة في مصر (سعد الله ومليجي، ٢٠٠٣).

ويعتبر محصول البطاطس من محاصيل الخضار الرئيسية في مصر حيث يزرع منه سنوياً حوالي ٢٠٠٠٠٠٠ فدان تعطي إنتاجية تقدر بحوالي ٢ مليون طن موزعة على العروات الثلاثة، ويتم تصدير حوالي ٢٥٠-٤٠٠ ألف طن سنوياً لدول غرب أوروبا والمملكة المتحدة وبعض الدول العربية (محمد وأخرون، ٢٠٠١).

وتسويق المنتجات الزراعية هو المجال الثاني من مجالات العمل الإرشادي، ويعمل الإرشاد الزراعي على أن يحصل المنتج الزراعي على أكبر عائد ممكن لمنتجاته. ويتضمن العمل في هذا المجال أنشطة مثل التعريف بالاستعمالات المختلفة لكل من المنتجات الزراعية والأسواق المختلفة لتصرف تلك المنتجات والطرق المختلفة للتسويق والأسعار الجارية في مختلف الأسواق والأسعار المتوقعة في كل موسم وفرز وتدرج المنتجات المختلفة (عبد اللا، ١٩٩٧).

ومن أهم ادوار الإرشاد الزراعي في مجال تسويق الحاصلات البستانية وفقاً لما يراه وهبه ومحروس (١٩٩٦) تدريب جهاز إرشادي قادر على أن يكون حلقة وصل بين المسترشدين ومراحل العمل التسويقي؛ وتحديد الاحتياجات التسويقية بناءً على دراسات ميدانية تجري في عدد من المحافظات التي تعاني من المشاكل التسويقية؛ ووضع نظام استرشادي متكامل لتوزيع السلع والخدمات وتسعيرها بالتسويق مع الأجهزة الأخرى العاملة في هذا المجال وتعريف المستهلك بأماكن تواجدها؛ وتوعية الزراع بأهمية العناية بجودة المنتج والاهتمام بعمليات التداول مثل الجمع أو الجني والتعبئة والتغليف والتخزين وتأثير ذلك علي تسعير هذا المنتج في السوق المحلي والخارجي؛ وتزويد المزارع بالمجلات والنشرات الإرشادية المتخصصة التي تحتوي علي التوصيات الفنية المتعلقة بالتداول الأمثل للحاصلات البستانية؛ وتعليم الزراع كيفية اتخاذ القرارات التسويقية المختلفة للتغلب علي المخاطر التسويقية؛ واستخدام الإيضاح العملي وجماعات العمل في تدريب الزراع علي العمليات التسويقية؛ وتشجيع الزراع على الاحتفاظ بسجلات تسويقية للأسعار حتى يمكنهم معرفة الأوقات المناسبة للتسويق علي مدار العام.

والزراعة التعاقدية توجد ظروف غير مألوفة بالنسبة للزراة تجعلهم في حاجة إلى خدمة إرشادية إضافية. وللتعرف على نظرة زراة الموالج والبطاطس للزراعة التعاقدية ودور الإرشاد الزراعي فيها بمحافظة الغربية كانت هذه الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية: ما هي معارف الزراع المبحوثين

بالزراعة التعاقدية؟ وما هو دور الإرشاد الزراعي في التسويق التعاقدى لمحصولي الموالج والبطاطس؟ وما هو التصور المقترح لنظام الزراعة التعاقدية؟
أهداف البحث:

يهدف البحث بصفة أساسية تحقيق ما يلي:

- ١- التعرف على درجة معرفة المبحوثين بالزراعة التعاقدية.
- ٢- التعرف على دور الإرشاد الزراعي في التسويق التعاقدى لمحصولي الموالج والبطاطس.
- ٣- التعرف على النظام التعاقدى المناسب من وجهة نظر المبحوثين.

الطريقة البحثية

أجريت هذه الدراسة بمحافظة الغربية، وهي من المحافظات التي يوجد بها زراعة الموالج والبطاطس حيث الجو الملائم والتربة المناسبة. وتبلغ المساحة المنزرعة من الموالج بالمحافظة ١٢٥٤٤٠٥ فدان، وتبلغ المساحة المنزرعة من البطاطس بالمحافظة ٣٤٨٧٣ فدان (مديرية الزراعة بمحافظة الغربية، ٢٠١٠). وتم التركيز على محصول الموالج والبطاطس نظراً لتعدد طرق تسويقها ومناسبتها للتعاقد والتصدير. وتم تحديد شاملة الدراسة بأنها جميع الزراع الذين يزرعون الموالج أو البطاطس بمحافظة الغربية. وتم إختيار عينة عشوائية من هذه الشاملة على ثلاث مراحل هي:

١- إختيار أكبر ثلاثة مراكز إدارية في زراعة الموالج من حيث المساحة المنزرعة فكانت مركز زفتى، ومركز سمود، ومركز طنطا. وكذلك إختيار أكبر ثلاثة مراكز إدارية في زراعة البطاطس من حيث المساحة المنزرعة فكانت مركز كفر الزيات، ومركز طنطا، ومركز السنطة.

٢- إختيار أكبر قرية بكل مركز إداري تم إختياره في الخطوة السابقة من حيث المساحة المنزرعة بالموالج فكانت هذه القرى هي: قرية تفها العزب التابعة لمركز زفتى، وقرية ميت بدر حلاوة التابعة لمركز سمود، وقرية شبرا النملة التابعة لمركز طنطا. وإختيار أكبر قرية بكل مركز إداري تم إختياره في الخطوة السابقة من حيث المساحة المنزرعة بالبطاطس فكانت هذه القرى هي: قرية إبيار التابعة لمركز كفر الزيات، وقرية شوني التابعة لمركز طنطا، وقرية الجعفرية التابعة لمركز السنطة.

٣- إعداد قائمة بزراع الموالج أو البطاطس في كل من قرى العينة وتم إختيار (٥٠) مزارع من كل قائمة بطريقة عشوائية. وبذلك تبلغ عينة الدراسة (٣٠٠) مزارع نصفهم من مزارعي الموالج، والنصف الآخر من مزارعي البطاطس.

و تم جمع بيانات هذه الدراسة بالمقابلة الشخصية مع أفراد العينة خلال شهري ديسمبر ٢٠١١م، و يناير ٢٠١٢م عن طريق استمارة مقابلة أعدت لهذا الغرض.

و استخدم الحصر العدي والتكرارات والنسب المئوية في عرض نتائج هذه الدراسة.

النتائج ومناقشتها

تتقسم نتائج هذه الدراسة في ثلاثة أقسام هي: معارف المبحوثين بالزراعة التعاقدية، ودور الإرشاد الزراعي في التسويق التعاقدى لمحصولي الموالج والبطاطس، ومقترح لنظام تعاقدى. أولاً: درجة معرفة المبحوثين بالزراعة التعاقدية:

يتناول هذا القسم النتائج الخاصة بالزراعة التعاقدية من حيث سماع الزراع عنها ومعرفتهم بها وبأشكال التعاقد، وبنود العقد التي تتم بين الزراع والجهات المتعاقدة، ومزايا وعيوب التعاقد.

جدول (١): توزيع إجابات المبحوثين حسب سماعهم عن الزراعة التعاقدية

زراع المحصول		السماع عن الزراعة التعاقدية			
		نعم	لا		
		التكرار	%	التكرار	%
زراع الموالج (ن=١٥٠)		٨٧	٥٨	٦٣	٤٢
زراع البطاطس (ن=١٥٠)		٤٨	٣٢	١٠٢	٦٨
الإجمالي (ن=٣٠٠)		١٣٥	٤٥	١٦٥	٥٥

يعرض جدول رقم (١) إجابات الزراع حسب سماعهم عن الزراعة التعاقدية. ومن الواضح أن أكثر من نصف الزراع لم يسموا بالزراعة التعاقدية بنسبة ٥٥% من إجمالي المبحوثين، وإن زادت هذه النسبة بالنسبة لزراعي البطاطس لتصل إلى ٦٨% مقابل ٤٢% لزراعي الموالح. أي أن زراعي الموالح أكثر سماعاً عن الزراعة التعاقدية من زراعي البطاطس.

جدول (٢): توزيع إجابات المبحوثين حسب مصادر سماعهم عن الزراعة التعاقدية

المصادر		الموالح (ن=٨٧)		البطاطس (ن=٤٨)	
	التكرار	%	التكرار	%	
الجمعية التعاونية الزراعية	١٠	١١,٤٩	١٥	٣١,٢٥	
تجار الجملة	٤	٤,٦	٦	١٢,٥	
جمعية تسويق محاصيل الخضار والفاكهة	٤	٤,٦	٦	١٢,٥	
الأهل والجيران	٦٧	٧٧	١٥	٣١,٢٥	

ويعرض جدول رقم (٢) إجابات الزراع الذين سمعوا عن الزراعة التعاقدية حول مصادر سماعهم عنها. حيث يحتل الأهل والجيران الترتيب الأول بالنسبة لزراعي الموالح بنسبة ٧٧%، يليها الجمعية الزراعية بنسبة ١١,٤٩%، يليها وينسب متساوية هي ٤,٦% تجار الجملة، وجمعية تسويق محاصيل الخضار والفاكهة. وبالنسبة لزراعي البطاطس جاء في الترتيب الأول بنفس النسبة ٣١,٢٥% الأهل والجيران، والجمعية التعاونية الزراعية، يليهما في الترتيب تجار الجملة، وجمعية تسويق محاصيل الخضار والفاكهة بنسبة متساوية ١٢,٥%. ومن الملاحظ هنا أن الإرشاد الزراعي لم يكن أحد المصادر التي سمع الزراع منها عن الزراعة التعاقدية.

جدول (٣): توزيع إجابات المبحوثين حسب معرفتهم بمعنى الزراعة التعاقدية

زراعي المحصول		المعرفة بمعنى الزراعة التعاقدية	
	التكرار	%	لم يعرف
زراعي الموالح (ن=١٥٠)	٥٥	٣٦,٦٧	٩٥
زراعي البطاطس (ن=١٥٠)	١٥	١٠	١٣٥
الإجمالي (ن=٣٠٠)	٧٠	٢٣,٣٣	٢٣٠

ويعرض جدول رقم (٣) إجابات الزراع حول معرفتهم بمعنى الزراعة التعاقدية. ومن الواضح أن غالبية الزراع لم يعرفوا معنى الزراعة التعاقدية وبنسبة ٧٦,٦٧% من إجمالي الزراع المبحوثين. وهذه النسبة تفوق الزراع الذين لم يسموا بالزراعة التعاقدية بجدول رقم (١) مما يعني أن من بين من سمعوا عن الزراعة التعاقدية لم يعرفوا معناها. وهذا يؤكد على ضرورة توعية الزراع بالزراعة التعاقدية وهذا هو دور الإرشاد الزراعي. وجدير بالذكر أن نسبة من يعرفون معنى الزراعة التعاقدية بين زراعي الموالح تفوق كثيراً نسبتها بين زراعي البطاطس.

جدول (٤): توزيع إجابات المبحوثين حسب رأيهم في أهمية الزراعة التعاقدية لتسويق محصولهم

زراعي المحصول		مهمة		مهمة لحد ما		غير مهمة	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	
زراعي الموالح (ن=١٥٠)	٩٦	٦٤	٣٩	٢٦	١٥	١٠	
زراعي البطاطس (ن=١٥٠)	٣٣	٢٢	١١٧	٧٨	-	-	
الإجمالي (ن=٣٠٠)	١٢٩	٤٣	١٥٦	٥٢	١٥	٥	

ويعرض جدول رقم (٤) رأي الزراع في أهمية الزراعة التعاقدية لتسويق محصولهم. حيث يرى ٤٣% من إجمالي الزراع المبحوثين أنها مهمة. وإن كانت أكثر أهمية بالنسبة لزراعي الموالح حيث يرى

٦٤% من زراع الموالج أنها مهمة في تسويق محصولهم. وهذه النتائج تعني أن ثلاثة من كل خمسة من زراع الموالج يرون أن الزراعة التعاقدية مهمة لتسويق محصولهم مقابل واحد فقط من كل خمسة من زراع البطاطس.

جدول (٥): توزيع إجابات المبحوثين حسب تفضيلهم للتعاقد لتسويق محصولهم

تفضيل التعاقد لبيع المحصول				زراع المحصول
لايفضل		يفضل		
%	التكرار	%	التكرار	
٢٢	٣٣	٧٨	١١٧	زراع الموالج (ن=١٥٠)
٣٢	٤٨	٦٨	١٠٢	زراع البطاطس (ن=١٥٠)
٢٧	٨١	٧٣	٢١٩	الإجمالي (ن=٣٠٠)

ويعرض جدول رقم (٥) إجابات الزراع حسب تفضيلهم للتعاقد علي تسويق محصولهم. حيث يتضح أن ٧٣% من إجمالي الزراع المبحوثين يفضلون التعاقد على بيع محصولهم. وربما تعكس هذه النسبة رغبة الزراع في ضمان بيع محصولهم بسعر مناسب. وجدير بالذكر أن نسبة الزراع الذين يفضلون التعاقد لبيع محصولهم لا تختلف كثيرا بين زراع الموالج وزراع البطاطس.

جدول (٦): توزيع إجابات المبحوثين حسب تعاقدهم لتسويق محصولهم السنوات الماضية

التعاقد لبيع المحصول السنوات الماضية				زراع محصول
لم يتعاقد		تعاقد		
%	التكرار	%	التكرار	
٤٢	٦٣	٥٨	٨٧	زراع الموالج (ن=١٥٠)
٤٦	٦٩	٥٤	٨١	زراع البطاطس (ن=١٥٠)
٤٤	١٣٢	٥٦	١٦٨	الإجمالي (ن=٣٠٠)

ويعرض جدول رقم (٦) إجابات الزراع حول تعاقدهم في السنوات السابقة لتسويق محصولهم. حيث تعاقد نحو ٥٦% من إجمالي الزراع. منهم ٥٨% من زراع الموالج، و٥٤% من زراع البطاطس وهي نسبة تزيد عن الزراع الذين سمعوا بالزراعة التعاقدية بجدول رقم (١)، والزراع الذين عرفوا الزراعة التعاقدية بجدول رقم (٣). وقد يرجع ذلك إلى ممارسة الزراع لشكل من أشكال التعاقد دون معرفتهم باسم العملية ذاتها وهي الزراعة التعاقدية والذي يتضح لهم معناه من فريق جمع البيانات أثناء ملء استمارة البحث.

جدول (٧): توزيع إجابات المبحوثين الذين تعاقدوا حسب الجهات التي تم التعاقد منها لتسويق المحصول السنوات الماضية

الجهات المتعاقد معها		الموالج (ن=٨٧)		البطاطس (ن=٨١)		الإجمالي (ن=١٦٨)	
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار
٣٢	٣٦,٧٨	٩	١١,١١	٤١	٢٤,٤٠	٣٢	٣٦,٧٨
-	-	٦	٧,٤١	٦	٣,٥٧	-	-
٣٠	٣٤,٤٨	-	-	٣٠	١٧,٨٦	٣٠	٣٤,٤٨
٢٥	٢٨,٧٤	٦٦	٨١,٤٨	٩١	٥٤,١٧	٢٥	٢٨,٧٤

ويعرض جدول رقم (٧) إجابات المبحوثين من الزراع الذين تعاقدوا وفقا لجهات التعاقد التي تم التعاقد معها لتسويق المحصول في السنوات الماضية. حيث كانت جهات التعاقد بالنسبة لزراع الموالج هي تاجر الجملة، والوكالة، وشركات التصدير بنسب ٣٦,٧٨%، ٣٤,٤٨%، و ٢٨,٧٤% على الترتيب. فسي حين كانت للجهات التي تعاقد معها زراع البطاطس في السنوات الماضية هي شركات التصدير، وتاجر الجملة، وتاجر التقاوي بنسب ٨١,٤٨%، و ١١,١١%، و ٧,٤١% على الترتيب. وهكذا يتضح أن تعاقد زراع

البطاطس يتركز على شركات التصدير بإعتباره محصول تصديري في حين يتركز تعاقد زراع الموالج على التجار (تاجر الجملة والوكالة).

جدول (٨): توزيع إيجابيات المبحوثين عن مزايا التعاقد بالنسبة للزراع *

زراع البطاطس (ن=١٥٠)		زراع الموالج (ن=١٥٠)		مزايا التعاقد
%	التكرار	%	التكرار	
٦٨	١٠٢	٤٢	٦٣	لا أعرف
١٠	١٥	٢٢	٣٣	الحصول على سعر مميز
٢٢	٣٣	٢٠	٣٠	ضمان بيع المحصول وتجنب تقلبات الأسعار
١٦	٢٤	-	-	الإشراف على المحصول والتسويق من قبل الجهات المتعاقدة معها
٤	٦	١٠	١٥	توفير وسائل النقل المباشر في الميعاد المناسب
١٨	٢٧	١٤	٢١	توفير التوصيات الفنية اللازمة لإنتاج محصول جيد

* سمح لكل مبحوث أن يذكر أكثر من إجابة.

ويعرض جدول رقم (٨) إجابات المبحوثين عن مزايا التعاقد من وجهة نظرهم. ففي حين أجاب ٤٢% من زراع الموالج بأنهم لا يعرفون مزايا للتعاقد يري الباقي أن مزايا التعاقد هي: الحصول على سعر مميز، وضمان بيع المحصول، وتوفير التوصيات الفنية، وتوفير وسائل النقل المباشر؛ بنسب ٢٢%، و ٢٠%، و ١٤%، و ١٠% من زراع الموالج، على الترتيب. وبالنسبة لزراع البطاطس لا يعرف ٦٨% منهم مزايا للتعاقد وهي نسبة كبيرة تزيد عن ثلثي زراع البطاطس بقليل، مما يوجب التوعية الإرشادية بمزايا التعاقد؛ في حين يري البقية أن مزايا التعاقد هي: ضمان بيع المحصول وتجنب تقلبات الأسعار، وتوفير التوصيات الفنية اللازمة لإنتاج محصول جيد، وإشراف الجهات المتعاقدة على المحصول وتسويقه، والحصول على سعر مميز، وتوفير وسائل النقل المباشر في الميعاد المناسب؛ بنسب ٢٢%، و ١٨%، و ١٦%، و ١٠%، و ٤%، على الترتيب من زراع البطاطس. وبهذا فإن إدراك مزايا التعاقد يختلف بين زراع الموالج وزراع البطاطس، إلا أن الجدير بالذكر أن أقلية ضئيلة من الزراع تدرك توفير جهات التعاقد للتوصيات الفنية والإشراف الفني. وهذا مؤشر على ضعف أو غياب أو عدم عدالة الدور الإرشادي لجهات التعاقد. الأمر الذي يتطلب إعادة النظر إما بزيادة الدور الإرشادي أو بإدخال الإرشاد الزراعي كطرف ثالث في التعاقد لتوفير التوصيات الفنية والإشراف الفني اللازم.

جدول (٩): توزيع إجابات المبحوثين عن عيوب التعاقد بالنسبة للزراع *

زراع البطاطس (ن=١٥٠)		زراع الموالج (ن=١٥٠)		عيوب التعاقد
%	التكرار	%	التكرار	
٦٨	١٠٢	٤٢	٦٣	لا أعرف
٢٥،٣٣	٣٨	٣٦	٥٤	إنخفاض السعر أحيانا عن السوق
٢٢	٣٣	٤٤،٦٦	٦٧	تأخير تسليم المحصول
١٨	٢٧	٦،٦٦	١٠	عدم الإلتزام بالشروط المبرمة بالعقد
١١،٣٣	١٧	١٠	١٥	تأخر صرف بعض المستحقات المالية من الجهة المتعاقدة

* سمح لكل مبحوث أن يذكر أكثر من إجابة.

ويعرض جدول رقم (٩) إجابات الزراع حول عيوب التعاقد. حيث يتضح أن نسبة الزراع الذين لا يعرفون عيوب التعاقد ٤٢% من زراع الموالج، و ٦٨% من زراع البطاطس، وهي نفسها نسب الزراع الذين لا يعرفون مزايا التعاقد بالجدول السابق رقم (٨) وهذا مؤشر على إتساق البيانات. ويرى زراع الموالج أن عيوب التعاقد هي تأخير جمع المحصول، وإنخفاض السعر أحيانا عن السوق، وتأخر صرف المستحقات المالية، وعدم الإلتزام بالشروط المبرمة في العقد؛ بنسب ٤٤،٦٦%، و ٣٦%، و ١٠%،

و٦٦,٦٦% على الترتيب من زراع الموالح. في حين يرى زراع البطاطس أن عيوب التعاقد هي إنخفاض السعر أحيانا عن السوق، وتأخير تسليم المحصول، وعدم الإلتزام بالشروط المبرمة بالعقد، وتأخر صرف بعض المستحقات المالية من الجهة المتعاقدة بنسب ٢٥,٣٣%، و٢٢%، و١٨%، و١١,٣٣% من زراع البطاطس، على الترتيب. ومن الملاحظ أن عيوب التعاقد واحدة عند كلا فئتي الزراع (زراع الموالح، وزراع البطاطس) وإن اختلفت النسب والترتيب.

ثانياً: دور الإرشاد الزراعي في التسويق التعاقدى لمحصولي الموالح والبطاطس:- يتناول هذا الجزء النتائج الخاصة بدور الإرشاد الزراعي في التسويق التعاقدى من وجهة نظر زراع الموالح والبطاطس.

جدول (١٠): توزيع إجابات المبحوثين حسب إدراكهم لوجود دور للإرشاد الزراعي في التسويق التعاقدى

دور الإرشاد الزراعي في التسويق التعاقدى				زراع المحصول
لا يوجد		يوجد		
%	التكرار	%	التكرار	
٨٢,٦٧	١٢٤	١٧,٣٣	٢٦	زراع الموالح (ن=١٥٠)
٣٢	٤٨	٦٨	١٠٢	زراع البطاطس (ن=١٥٠)
٥٧,٣٣	١٧٢	٤٢,٦٦	١٢٨	الإجمالي (ن=٣٠٠)

يعرض جدول رقم (١٠) إجابات الزراع حول إدراكهم لوجود دور للإرشاد الزراعي في التسويق التعاقدى. حيث يتضح من الجدول أن غالبية زراع الموالح لا يدركون دوراً للإرشاد الزراعي في التسويق التعاقدى بنسبة ٨٢,٦٧% من زراع الموالح؛ في حين يرى ثلثي زراع البطاطس أن للإرشاد الزراعي دور في التسويق التعاقدى بنسبة ٦٨% من زراع البطاطس. وإجمالاً يتصور ٥٧,٣٣% من إجمالي الزراع أنه لا يوجد دور للإرشاد الزراعي في التسويق التعاقدى وهذا ما يتنافى مع ما يجب أن يقوم به الإرشاد الزراعي حيث أن أحد الأدوار الهامة للإرشاد الزراعي هي التوعية في مجال التسويق الزراعي حيث تأتي في المرتبة الثانية من مجالات العمل الإرشادي بعد رفع الكفاءة الإنتاجية الزراعية مباشرة. وتشير النتائج إلى أمرين أولهما أن دور الإرشاد الزراعي من وجهة نظر زراع الموالح يتمشى مع إدراكهم للخدمة الإرشادية التي يوفرها التعاقد. وثانيهما أن زراع البطاطس يدركون دور الإرشاد الزراعي من منطلقين متساويين هما الميزة الإرشادية للتعاقد والخدمة الإرشادية العادية. ولما كانت الزراعة التعاقدية عادة ما تتضمن شروطاً من جانب المنتج قد لا تكون معتادة لديه، فإن دور الإرشاد الزراعي يصبح أساسياً لتمكين المنتج من مقابلة شروط التعاقد.

جدول (١١): توزيع إجابات المبحوثين الذين يرون وجود دور للإرشاد الزراعي عن تصورههم بمكونات هذا الدور *

دور الإرشاد الزراعي				
زراع البطاطس (ن=١٠٢)		زراع الموالح (ن=٢٦)		
%	التكرار	%	التكرار	
٥,٨٨	٦	٩٦,١٥	٢٥	توعية الزراع بكيفية التسويق
٩,٨	١٠	٩٢,٣١	٢٤	توفير النشرات الفنية لمكافحة الآفات
٣٤,٣	٣٥	٨٤,٦١	٢٢	تعريف الزراع بكيفية إجراء عملية الفرز والتدريج
٣٥,٢٩	٣٦	٣٠,٧٧	٨	عقد ندوات إرشادية للتسويق
٥,٨٨	٦	-	-	توفير تقاوى معتمدة عالية الانتاج
٧٦,٤٧	٧٨	-	-	إمداد الزراع بالمعلومات التسويقية

* سمح لكل مبحوث بالإدلاء بأكثر من إجابة

ويعرض جدول رقم (١١) إجابات المبحوثين من الزراع الذين يرون وجود دور للإرشاد الزراعي عن تفاصيل هذا الدور. حيث يرى زراع الموالح أن دور الإرشاد الزراعي في التسويق التعاقدى هو توعية الزراع بكيفية التسويق، وتوفير النشرات الفنية لمكافحة الآفات، وتعريف الزراع بكيفية إجراء

عملية الفرز والتدريج، وعقد ندوات إرشادية للتسويق بنسب ٩٦،١٥%، و٩٢،٣١%، و٨٤،٦١%، و٣٠،٧٧% من زراع الموالج، على الترتيب. في حين يرى زراع البطاطس دور الإرشاد الزراعي في تسويق محصولهم ينحصر في إمداد الزراع بالمعلومات التسويقية، وعقد ندوات إرشادية للتسويق، وتعريف الزراع كيفية إجراء عملية الفرز والتدريج، وتوفير النشرات الفنية لمكافحة الآفات، ومساعدة الزراع في التسويق، وتوفير تقاوي معتمدة عالية الإنتاج، بنسب ٧٦،٤٧%، و٣٥،٢٩%، و٣٤،٤٣%، و٩،٨%، و٥٠،٨٨%، و٥٠،٨٨%، على الترتيب من زراع البطاطس الذين يرون وجود دور للإرشاد الزراعي في التسويق التعاقدية. وتلك البيانات تؤكد تشعب دور الإرشاد الزراعي في الزراعة التعاقدية. ومع ذلك فإنها تبرز أن غالبية الزراع لا يدركون ذلك الدور وهذا يتطلب زيادة الإهتمام بأداء الدور الإرشادي ليكون أكثر وضوحا وأكثر شمولاً وأكثر ظهوراً للزراع.

جدول (١٢): توزيع إجابات المبحوثين حسب أهمية دور الإرشاد الزراعي في الزراعة التعاقدية

زراع البطاطس (ن=١٥٠)		زراع الموالج (ن=١٥٠)		أهمية دور الإرشاد الزراعي في الزراعة التعاقدية
%	التكرار	%	التكرار	
١٦،٦٧	٢٥	٢٣،٣٣	٣٥	غير مهم
٤٠	٦٠	٣٨،٦٧	٥٨	مهم وضروري
٤٦،٦٧	٧٠	٤٠	٦٠	حلقة وصل بين الزراع والجهات التسويقية

ويعرض جدول رقم (١٢) رأي الزراع المبحوثين في أهمية الإرشاد الزراعي في الزراعة التعاقدية. حيث يرى ٢٣،٣٣% من زراع الموالج، و ١٦،٦٧% من زراع البطاطس أنه غير مهم. في حين يرى ٣٨،٦٧% من زراع الموالج، و ٤٠% من زراع البطاطس أنه مهم وضروري. ويرى ٤٠% من زراع الموالج، و ٤٦،٦٧% من زراع البطاطس أنه حلقة وصل بين الزراع والجهات التسويقية.

ثالثاً: تصور المبحوثين لنظام تعاقدية مناسب:

يتناول هذا الجزء النتائج الخاصة بتصور الزراع المبحوثين لنظام تعاقدية مناسب من حيث كل من الجهات المؤهلة للتعاقد، والطرق المقبولة للتعاقد، والبنود المطلوبة للتعاقد، والخدمات المطلوبة لنجاح الزراعة التعاقدية.

جدول (١٣): توزيع إجابات المبحوثين وفقاً للجهات التي يفضلون التعاقد معها (ن=٣٠٠)

%	التكرار	جهات التعاقد
٢٧،٦٧	٨٣	الجمعية التعاونية الزراعية
٨١،٣٣	٢٤٤	جمعية تسويق محاصيل الخضار والفاكهة
٨٤	٢٥٢	شركات التصدير
٦٠،٣٣	١٨١	تاجر الجملة
١٨،٦٧	٥٦	المصانع

يعرض جدول رقم (١٣) إجابات المبحوثين وفقاً للجهات التي يفضلون التعاقد معها. حيث تصدرت شركات التصدير إجابات الزراع بنسبة ٨٤% من إجاباتهم، مما يعكس إستعداد الزراع للإنتاج للتصدير والالتزام بإنتاج محصول بمواصفات قياسية لينافس في السوق العالمي مما يعود بالعملية الصعبة على الدولة والخير والنفع عليهم وعلى ذويهم. يأتي في المرتبة الثانية جمعية تسويق محاصيل الخضار والفاكهة بنسبة ٨١،٣٣% من المبحوثين، وقد يعكس هذا إدراك غالبية الزراع لوجود ودور جمعية التسويق من جهة وإفترادهم وجودها بينهم من جهة أخرى وعلى هذا فإن على الجمعية النزول إلى الميدان والالتحام مع الزراع وتيسير التعاقد معهم إما لحسابها أو لحساب شركات التصدير عن طريق عقود متعددة الأطراف. ويفضل ٦٠،٣٣% من الزراع التعاقد مع تاجر الجملة. ويفضل ٢٧،٦٧% من الزراع التعاقد مع الجمعية التعاونية الزراعية. وأخيراً يفضل ١٨،٦٧% من الزراع التعاقد مع المصانع.

جدول (١٤): توزيع إجابات المبحوثين حسب الطرق المقترحة للتعاقد (ن=٣٠٠)

طرق التعاقد	التكرار	%
اتفاق شفهي	٣٤	١١,٣٣
عقود مكتوبة	١١٦	٣٨,٦٧
عقود مشاركة في تكاليف الإنتاج	١٥٠	٥٠

ويعرض جدول رقم (١٤) إجابات المبحوثين حول الطرق المقترحة للتعاقد. حيث كانت الطرق المقترحة للتعاقد هي: عقود مشاركة في التكاليف، وعقود مكتوبة، واتفاق شفهي؛ بنسب ٥٠%، و٣٨,٦٧%، و١١,٣٣%؛ على الترتيب من إجمالي المبحوثين. وتشير هذه النتائج إلى أمرين رئيسيين. الأمر الأول هو تفضيل المبحوثين للعقود المكتوبة على العقود الشفهية وهذا أمر طبيعي في ظل تعقد الحياة وتعدد الالتزامات. والأمر الثاني أن المبحوثين يفضلون المشاركة في تكاليف الإنتاج من جانب جهات التعاقد بمعنى ألا يقتصر التعاقد على توريد المنتج، وإنما يمتد إلى تمويل عملية الإنتاج. وهذا في حد ذاته يحقق ميزتين هما ضمان توفير التمويل اللازم للمزارع الذين قد لا يتوفر لهم المال اللازم، وضمان الجدية من جانب جهة التعاقد.

جدول (١٥): توزيع إجابات المبحوثين وفقاً للبند الذي يجب أن يتضمنها التعاقد (ن=٣٠٠)

بنود التعاقد	التكرار	%
تحديد كيفية فض المنازعات	١٣٦	٤٥,٣٣
تحديد التزامات أطراف العقد	٢٠٧	٦٩
تحديد السعر وطريقة الدفع	٢٠١	٦٧
تحديد وقت استلام المحصول	١٢١	٤٠,٣٣
شروط جزائي	١٣١	٤٣,٦٧

ويعرض جدول رقم (١٥) إجابات المبحوثين حول البنود التي يجب أن يتضمنها العقد. وكانت البنود هي تحديد التزامات أطراف العقد، وتحديد السعر وطريقة الدفع، وتحديد كيفية فض المنازعات، وشروط جزائي، وتحديد وقت استلام المحصول؛ بنسب ٦٩%، و٦٧%، و٤٥,٣٣%، و٤٠,٣٣%، و٤٣,٦٧%؛ على الترتيب من إجمالي المبحوثين. وهذه النتائج تؤكد أن غالبية المبحوثين يرغبون في تحديد التزامات المتبادلة في إطار زمني محدد. ومع ذلك فإن هناك قلة ترى أن ذلك غير كاف ويتطلب ضمانات تتمثل في إضافة شرط جزائي أو فض منازعات.

جدول (١٦): توزيع إجابات المبحوثين وفقاً للخدمات المطلوبة لنجاح الزراعة التعاقدية

الخدمات المطلوبة	التكرار	%
إنشاء تلاجيات	٢٠٤	٦٨
النقل الجيد وبالسعر المناسب	١٥٠	٥٠
توفير العيوات المناسبة	١٧٠	٥٦,٦٧
توفير محطات الفرز والتدريج والتعبئة	١٦٤	٥٤,٦٧
توفير المعلومات التسويقية للمزارع	١٤٠	٤٦,٦٧

ويعرض جدول رقم (١٦) إجابات المبحوثين حول الخدمات المطلوبة لنجاح الزراعة التعاقدية. حيث يرى ثلثي المبحوثين أنه لا بد من إنشاء تلاجيات مبردة، بنسبة ٦٨% من المبحوثين، ويرى ٥٦,٦٧% من المبحوثين ضرورة توفير العيوات المناسبة، ويقترح ٥٤,٦٧% من المبحوثين خدمة توفير محطات الفرز والتدريج والتعبئة، ويرى نصف المبحوثين ضرورة توفير خدمة النقل الجيد وبالسعر المناسب. في حين يقترح ٤٦,٦٧% من إجمالي المبحوثين توفير المعلومات التسويقية. وهذه النتائج تؤكد إدراك المبحوثين ضرورة وجود خدمات مساعدة تساعد على تحقيق الزراعة التعاقدية لأهدافها وكل هذه الخدمات تدور حول الفرز والتعبئة والتخزين والنقل (تداول المحصول). وهذا يعني أنه ينبغي وضع خطة استثمارية لتوفير تلك الخدمات خدمة للاقتصاد الوطني وتيسيراً على المتعاقدين.

المراجع

- إستراتيجية التنمية الزراعية المستدامة ٢٠٣٠، سياسة الزراعة التعاقدية، يناير ٢٠٠٩م.
سالم، رغبة حسن محمود إبراهيم، دراسة تحليلية للأثار الإرشادية والإقتصادية للزراعة التعاقدية على
الزراع، رسالة ماجستير، قسم الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي، كلية الزراعة، جامعة المنصورة،
٢٠١٢م.
سعد الله، محمد حسين، ومحمد سامي مليخي، زراعة وإنتاج الموالح، نشرة فنية رقم (١٥)، الإدارة العامة
للتعاقف الزراعية، وزارة الزراعة، جمهورية مصر العربية، ٢٠٠٣م.
سليم، فؤاد، صفار الزراع وإنتاج محاصيل التصدير، المؤتمر الثامن للجمعية العلمية للإرشاد الزراعي (دور
الإرشاد الزراعي في تنمية الصادرات الزراعية)، المركز المصري الدولي للزراعة، الدقي، يونيو
٢٠٠٦م.
عبد اللا، مختار محمد، أساسيات الإرشاد الزراعي، قسم الإقتصاد الزراعي، كلية الزراعة بطنطا، جامعة
طنطا، ١٩٩٧م.
محمد، أحمد رمضان أحمد، ومحمد عبد الرحمن القصاص، وعصام عبد الفتاح العشري، دراسة معارف
وممارسات زراع محصول بطاطس التصدير الخاصة بعمليات التقطيع والفرز والتعبئة في بعض
القرى المتخصصة بجمهورية مصر العربية، نشرة بحثية، معهد بحوث الإرشاد الزراعي والتنمية
الريفية، مركز البحوث الزراعية، وزارة الزراعة وإستصلاح الأراضي، جمهورية مصر العربية،
٢٠٠١م.
مديرية الزراعة بمحافظة الغربية، بيانات غير منشورة، ٢٠١٠م.
موقع منظمة الأغذية والزراعة، الزراعة التعاقدية: <http://www.fao.org/ag/ar.aq21@fao.org>
وهبه، أحمد جمال الدين، وفوزي نعيم محروس، دور الإرشاد الزراعي في مجالات الثقافة السكانية- صيانة
البيئة- التسويق الزراعي، مجلد مؤتمر إستراتيجية العمل الإرشادي التعاوني في ظل سياسة التحرر
الإقتصادي، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، المركز المصري الدولي للزراعة، الدقي، ١٩٩٦م.

CITRUS AND POTATO FARMERS' VIEW OF CONTRACT FARMING AND THE ROLE OF AGRICULTURAL EXTENSION THEREIN

Zeyada, A. H. * and E. M. El Baaly**

* Agric. Extension & Rural Development Res. Institute, Agric. Res. Center, Giza, Egypt

** Agric. Economics Dept., Fac. of Agric., Tanta Univ.

ABSTRACT

This study aimed to: a) identify respondents' knowledge about contracted farming; b) identifying the role of agricultural extension in contracting marketing; and c) specifying aspects of acceptable contracted farming system.

Citrus fruit production and potato growing were specified to be the main concern of the study because of the diversity of demands and markets of those products. A multistage cluster sample of 150 citrus fruit producers and 150 potato growers was drawn from Gharbia governorate. Data were collected from sample units by personal interview. Collected data were coded and analyzed using frequencies and percentages.

The main findings of the study were as follows:

- 1- About 55% of respondents never heard about contracted farming.
- 2- The agricultural extension agent was not among the sources of hearing about contracted farming.
- 3- About 76.67% of respondents did not know what contracted farming means.
- 4- About 5% of respondents deny any importance of contracted farming in marketing their products.
- 5- About 73% of respondents prefer contracted marketing of their products.
- 6- About 56% of respondents state that they experienced contracted farming at least once during the last years; most of which contracted with export firms.
- 7- About 57.33% of respondents state that agricultural extension had no role in contracted marketing.
- 8- The majority of respondents suggest a contracted farming system: a) with exporting firms, b) sharing production costs; c) with clearly specified mutual rights and obligations, and e) with adequate supporting infrastructure including refrigerated stores and transportation.

كلية الزراعة - جامعة المنصورة
كلية الزراعة - جامعة طنطا

قام بتحكيم البحث
أ.د / محمود محمد عبد الله الجمل
أ.د / مختار محمد عبد اللا