

دراسة تحليلية للمشكلات التسويقية في بعض قرى محافظة شمال سيناء

حنان سعد الدين حامد**

هناء محمد هوارى*

**مركز بحوث الصحراء

*كلية الزراعة-جامعة الفيوم

المستخلص

استهدف البحث دراسة الوضع الراهن للمشكلات الزراعية التسويقية في محافظة شمال سيناء وذلك من خلال: التعرف على دوافع استزراع المبحوثين في تلك الأراضي، والأهمية النسبية لمصادر المعلومات الزراعية التسويقية، ومدى وجود مشكلات زراعية تسويقية، ودرجة تأثيرها السلبي عليهم، وتحديد معنوية العلاقة بين بعض الخصائص المدروسة للمبحوثين وبين كل من درجة وجود مشكلات تسويقية لديهم، وتأثيرها السلبي عليهم، واتجاهات المبحوثين نحو الاستقرار في تلك الأراضي، ومدى رضاهم عن تلك الإقامة، وأهم الخدمات الإرشادية التسويقية المقدمة من الإرشاد الزراعي في هذا المجال. وقد أجريت الدراسة على عينة عشوائية منتظمة من الزراع بلغ قوامها ١٧٢ حائزا تمثل نحو ٢٥% من إجمالي عدد الحائزين بقرتي الدراسة وذلك بواقع ١٠٦ حائزا بقرية السادات، و ٦٦ حائزا بقرية الخربة بمحافظة شمال سيناء.

وتمثلت أهم نتائج الدراسة في: أن أهم دوافع المبحوثين للاستزراع في الأراضي الجديدة التي وافقوا عليها تمثلت في: زيادة الدخل (٨٨,٩%)، وتحسين مستوى المعيشة (٨٨,٩%)، وأن أكثر مصادر المعلومات تواجدا تمثلت في: تجار الأسمدة والبذور (٣,٩٩)، والمرشد الزراعي (٣,٣٤)، وأكثر المصادر التي يتعرض لها المبحوثين تمثلت في: الأهل والأقارب (٣,٥٤)، والأصدقاء والجيران (٣,٥١)، كما أن أكثرها استفادة تمثلت في: تجار الأسمدة والبذور (٢,٩٥)، ومدير الجمعية الزراعية (٢,٩١)، أيضا أوضحت النتائج أن أهم المشكلات التسويقية التي تواجه المبحوثين والخاصة بنقص المعارف والمهارات التسويقية تمثلت في: نقص الخبرة التسويقية (٣,٦٥)، أما بالنسبة للمشكلات الخاصة بمدى توفر الإمكانيات اللازمة للتسويق فقد تمثلت في: عدم توفر وسائل النقل (٣,٦٦)، وعدم توفر وسائل التخزين المناسبة (٣,٥٨)، في حين تعددت المشكلات الاقتصادية والتي كانت أهمها ارتفاع أسعار النقل (٣,٦٤)، وارتفاع التكاليف التسويقية (٣,٦٢)، وارتفاع أجور العمالة الفنية المدربة (٣,٦٢)، في حين كانت مشكلة سرعة تلف المنتج (٣,٤٤) أهم المشكلات المتعلقة بالمنتج الزراعي. كما بينت النتائج أن أكثر المشكلات التسويقية تأثيرا بالسلب والخاصة بنقص المعارف والمهارات التسويقية متمثلة في: عدم توافر بيانات عن احتياجات الأسواق (٢,٦٥)، ونقص الخبرة التسويقية (٢,٤٥)، وسوء تخزين الحاصلات الزراعية (٢,٤٥)، أما المشكلات الأكثر تأثيرا بالسلب والخاصة بمدى توفر الإمكانيات اللازمة للتسويق فقد تمثلت في: عدم توفر وسائل

التخزين المناسبة (٥,٨٦)، في حين تعددت المشكلات الاقتصادية والتي كانت أهمها: عدم توفر التمويل اللازم (٣)، وارتفاع أجور العمالة الفنية المدربة (٢,٧٦)، في حين كانت مشكلة سرعة تلف المنتج (٢,٦٨) أهم المشكلات الأكثر تأثيراً بالسلب والخاصة بالمنتج الزراعي. كما أفادت النتائج أن ما يزيد على نصف المبحوثين (٥٢,٩%) التأثير السلبي للمشكلات التسويقية عليهم كبيراً، وذلك مقابل ٤٠,١% منهم كان التأثير متوسطاً.

كما أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية معنوية بين درجة وجود مشكلات تسويقية لدى المبحوثين والمتغيرات المستقلة التالية وهي: السن، والمستوى التعليمي، وعدد العمالة الأسرية، وعدد سنوات الخبرة في مجال الزراعة، ومدة التوطين في الأراضي الجديدة، وحجم الحيازة الزراعية، والتفرغ للعمل الزراعي، ودرجة تواجده مصادر المعلومات الزراعية التسويقية، والتعرض لمصادر المعلومات الزراعية، والاستفادة من مصادر المعلومات، والاتجاه نحو الاستقرار في الأراضي الجديدة، والرضا عن الإقامة في الأراضي الجديدة، كما أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية معنوية بين درجة التأثير السلبي للمشكلات التسويقية على المبحوثين والمتغيرات المستقلة التالية وهي: السن، والمستوى التعليمي، الحالة الزوجية، وعدد أفراد الأسرة، وعدد العمالة الأسرية، ودوافع الاستزراع في الأراضي الجديدة، والتعرض لمصادر المعلومات الزراعية والرضا عن الإقامة في الأراضي الجديدة، والقدرة التسويقية.

وأظهرت النتائج أن ما يزيد على نصف المبحوثين (٥٢,٩%) موافقين على استقرارهم في تلك المناطق الزراعية الحديثة، وما يزيد على نصفهم أيضاً (٥٥,٨%) راضين عن إقامتهم في تلك الأراضي، وكانت أهم أسباب رضاهم متمثلة في: تحسين مستوى المعيشة، والفرصة مناسبة للاستثمار، واتساع المساحات الزراعية والرغبة في تملك أرض زراعية والتي أجمع عليها جميع المبحوثين الراضين عن تلك الإقامة، في حين كان ٤٤,٢% منهم غير راضين عن تلك الإقامة، وقد تمثلت أهم أسباب عدم رضاهم في: عدم كفاية خدمات البنية الأساسية المتاحة (تعليم- صحة....) والتي أجمع عليها المبحوثين، بالإضافة إلى انعدام الأمن، وضعف مستوى الخدمات الإرشادية المقدمة، والتهميش للمحافظات الصحراوية وعدم الاهتمام بها حيث أشار إلى ذلك ٨٩,٥% من المبحوثين غير الراضين عن تلك الإقامة وذلك لكل منها على حده. كما أشارت النتائج أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٩٦,٥%) إلى عدم تقديم الإرشاد الزراعي خدمات في هذا المجال، لذا فقد تعددت الخدمات الإرشادية المطلوبة فيه والتي تمثلت أهمها في: عقد دورات تدريبية خاصة في مجال التسويق، وتعريف الزراع بمنافذ تسويقية جديدة، وتكثيف الدعم الفني

الزراعي، وتوفير مستلزمات الإنتاج الزراعي حيث أشار إلى ذلك ٨٣%، و ٨٣%، و ٧٩,١%، و ٧٩,١% على الترتيب.

المقدمة والمشكلة البحثية

تشهد مصر في الآونة الأخيرة ارتفاعاً متزايداً في معدلات النمو السكاني، مما أدى إلى وجود مشكلة الفجوة الغذائية لعدم قدرة الإنتاج على سد الاحتياجات الغذائية الأساسية للسكان، وذلك لتنوع أنماط الإنتاج الغذائي، وارتفاع معدلات استهلاكه، إلى جانب عدم قدرة القطاع الزراعي على توفير المواد الخام اللازمة للصناعة، فضلاً عن محدودية الرقعة الزراعية المنتجة والتعدي عليها بإقامة المنشآت العمرانية، مما أدى إلى تناقص نصيب الفرد منها بشكل ملحوظ في السنوات الأخيرة. أحمد (٢٠١٠: ص ٢١٥)

وتبذل الدولة جهوداً كبيرة لتقليل الفجوة الغذائية أو محاولة التخلص منها نهائياً، وذلك عن طريق تنفيذ مشروعات التوسع الأفقي والخروج إلى الصحراء لاستصلاحها واستزراعها بهدف زيادة الإنتاج الزراعي، وإيجاد فرص عمل جديدة من خلال تملك صغار المزارعين وشباب الخريجين وحدات زراعية مستصلحة، وإيجاد مجتمعات مستحدثة تساهم في حل مشكلات الزراعة المصرية. الشبراوي وآخرون (٢٠٠٣: ص ٢٤)

وفي ظل اهتمام الدولة بتنمية قطاع الزراعة وزيادة الإنتاج الزراعي، فإنها تسعى إلى التوسع الأفقي والتوطين الزراعي، وذلك وفقاً لما جاء في إستراتيجية التنمية الزراعية المستدامة (٢٠٠٩ - ٢٠٣٠: ص ٧٥) من خلال سياسات التوسع القائمة على تهيئة البنية الأساسية من طرق وشبكات الكهرباء، وقنوات الري. إلا أن تلك السياسات لم تهتم بتعزيز هذه المناطق بالخدمات الزراعية على اختلاف أنواعها مثل الإمداد بمستلزمات الإنتاج، والإرشاد والتسويق، وغيرها من الخدمات الكفيلة بزيادة الاستقرار في تلك المناطق الحديثة، حيث يتأثر الاستقرار السياسي والاجتماعي في أي مجتمع بالسياسة الاقتصادية، لما ترتبط به هذه السياسة من مطالب حيوية للمجتمع. (محرم وآخرون: ٢٠١١: ص ١٢٩)

وتعتبر الأراضي الجديدة أمل مصر في إيجاد مجتمعات زراعية وصناعية وسياحية وبيئية وتعدينية جديدة، يمكن عن طريقها إعادة توزيع السكان، والتغلب على التكدس السكاني بالوادي والدلتا، وزيادة الدخل القومي ورفع مستوى المعيشة، وتحقيق الأمن الغذائي، وتحقيق فائض من المنتجات الزراعية لتصديرها، ولم تقتصر إفرازات مرحلة التحرر الاقتصادي التي تمر بها مصر على زيادة مساحة الأراضي المستصلحة فحسب بل زادت وتعددت أجهزة التغيير الموجهة الهادفة لتنمية هذه المجتمعات الجديدة وتحديث أفرادها، وتعد الأجهزة الإرشادية الزراعية من

أبرزها لتحديث الريفيين عامة والزراع خاصة، وذلك من خلال إحداث تغييرات سلوكية مرغوبة في معارف ومهارات واتجاهات الجمهور الإرشادي.

وتعد الأجهزة الإرشادية الزراعية من أبرز أجهزة التغيير الهادفة إلى تحقيق التنمية الزراعية الأفقية والرأسية بصفة عامة، والمجتمعات الجديدة وتحديث أفرادها الريفيين كأحد جوانب التنمية الزراعية الرئيسية وذلك بما تسعى إليه تلك الأجهزة الإرشادية من إحداث تغييرات سلوكية مرغوبة في معلومات ومهارات واتجاهات جمهورها الإرشادي وما ينتج عنها من آثار اقتصادية واجتماعية عن طريق ما تنفذه من برامج اتصالية مما يعكس على زيادة الإنتاجية الزراعية. ونظرا لشدة الحاجة إلى وجود إرشاد زراعي قوي يحقق أهدافه وسياسته الفنية الزراعية المستحدثة، وأيضا مساعدة الريفيين على استغلال مواردهم المتاحة وذلك لرفع مستوى معيشتهم اقتصاديا واجتماعيا، فلا بد من تنظيم إرشادي يضم العدد الكافي من الموارد البشرية التنظيمية ذوي القدرة والتأهيل لأداء الأعمال الإرشادية بدرجة عالية من الجودة ولتحقيق الأهداف المرجوة. عبد الصادق (٢٠٠٨: ص ٢)

وفي ظل التوجهات الاقتصادية الجديدة في قطاع الزراعة والتي تستهدف تحقيق المزيد من التحرر الاقتصادي وفقا لآليات نظام السوق الحر، وفي ضوء الاتفاقيات الدولية الخاصة بحماية المستهلك، ووضع مواصفات قياسية للسلع والمنتجات كان من الضروري على جهاز الإرشاد الزراعي أن يطور من نفسه، ومن نوعية الخدمة التي يقدمها لجمهور المسترشدين، وأن لا يقتصر دوره على عمليات إنتاج المحاصيل بل يمتد ليشمل مجالات جديدة من بينها تسويق المحاصيل الزراعية والمحافظة على البيئة من التلوث، هذا إلى جانب تنمية العنصر البشري المحرك لتلك العمليات. سامية محروس (٢٠٠٣: ص ١)

ونظرا لأن التسويق الزراعي يعد من أهم الأنشطة الاقتصادية التي تسهم في تحسين وزيادة العائد الذي يحصل عليه المنتج الزراعي، فقد أصبح دور الإرشاد الزراعي في توعية الزراع للنهوض بمستوى كفاءة الوظائف التسويقية، بل وفي تدعيم البحوث التسويقية الزراعية ذاتها من أهم الأدوار التي تهتم بها سياسات وزارة الزراعة والجهاز الإرشادي في الآونة الأخيرة. والتسويق الزراعي لا يعني فقط تصريف السلع الزراعية، لكنه يبدأ منذ التفكير في اتخاذ القرار بإنتاج السلعة، وما يصاحب الإنتاج من عمليات جمع أو حصاد وفرز وتدرج وتصنيع وتعبئة ونقل وتخزين، ثم عمليات البيع والشراء، إذ يعد البدء بدراسة التسويق بعد الإنتاج بدءا متأخرا، كذلك أكدت نتائج العديد من الدراسات التسويقية والإرشادية الزراعية في مصر أنه من بين المشاكل التي ينجم عنها انخفاض مستوى كفاءة الزراع التسويقية هو نقص معارف وتدني مستوى تطبيق الزراع

للعمليات والمهام التسويقية سابقة الذكر. ومن الطبيعي أن تزداد حدة المشاكل التسويقية في الأراضي الجديدة، وذلك لأنه فضلا عن نقص المعلومات التسويقية وقلة خبرات البزارع بهذه المناطق، فإنها تبعد عن منافذ التوزيع والأسواق بمسافات كبيرة، فمشكلة التسويق في تلك الأراضي تحتل المرتبة الثانية بعد مشكلة نقص المياه والتي تنعكس على الريفيين في عدم رضاهم عن حياتهم في تلك المناطق، وبالتالي عدم قدرتهم على الاستمرار فيها. شادية فتحى وآخرون (١٩٩٩:ص ٦١-٦٢)

ونظرا لاختلاف الظروف البيئية والأنشطة الزراعية، والحالة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية بين كل من الوادي القديم والمناطق الزراعية، ولأهمية دور الإرشاد الزراعي وأنشطته بهذه المواقع، والمتوقع أن يتأثر بظروف كل منطقة مما يتوقع أن يتغير دوره وأنشطته باختلاف خصائص وظروف كل منطقة، إلا أنه لوحظ أن الإرشاد الزراعي بالأراضي الجديدة لا يختلف عنه في الأراضي القديمة، إلى جانب ضعف دوره بصورة واضحة خاصة في الأراضي الجديدة. قشطه (٢٠١٢: ص ٩٢)

وإذا ما وجهنا النظر إلى الأراضي الجديدة نجد أنه على الرغم من إمكانية إسهامها في إنتاج حاصلات تصديرية غير تقليدية، كما أنها يمكن أن تسهم في تحسين العجز في الميزان التجاري المصري، إلا أن هناك العديد من الكتابات والدراسات الإرشادية التي أتيح الإطلاع عليها منها دراسة الحفني (١٩٩٥:ص ١)، وباسمين عمار (٢٠٠٣:ص ١)، والشبراوي وآخرون (٢٠٠٣: ص ٢٤)، وعزيزة عوض الله (٢٠٠٣:ص ٥٣)، وعليوة (٢٠٠٤:ص ٦٢) والتي تؤكد على معاناة تلك المناطق من العديد من المشكلات، والتي تعد المشكلات التسويقية أهمها بعد تلك المتعلقة بعدم توافر المياه .

وقد أوضحت نتائج بعض الدراسات التسويقية التي أتيح الإطلاع عليها أن كثيرا من المشكلات التسويقية تظهر نتيجة نقص المعلومات التسويقية، وعدم معرفة البزارع لما يطلب من السلع الزراعية كما ونوعا، إلى جانب أن عدم توفير أو وجود مصدر معرفي متجدد ومستمر لإمداد البزارع باحتياجاتهم من المعارف والمهارات التسويقية المناسبة، في ظل غياب أو ضعف التنظيمات المحلية للزراع التي يمكن أن تساهم في حل مشكلاتهم الإنتاجية والتسويقية يعتبر من أهم التحديات التي تواجه البزارع خاصة في تسويق حاصلاتهم الزراعية، مما أدى إلى ضرورة إجراء هذه الدراسة وذلك للوقوف على أهم المشكلات التسويقية التي تواجه المبحوثين في الأراضي الجديدة ومدى تأثيرها السلبى على المبحوثين في تلك المناطق، إلى جانب التعرف على دور الإرشاد

الزراعي وخدماته التي يقدمها ورأي المبحوثين في تلك الخدمات، ومدى مساهمته في حل بعض المشكلات التسويقية التي يعاني منها المبحوثين.

أهداف الدراسة:

بناء على مشكلة الدراسة تحددت الأهداف التالية:

- ١- التعرف على دوافع استزراع المبحوثين في الأراضي الجديدة في محافظة شمال سيناء محل الدراسة.
- ٢- تحديد الأهمية النسبية لمصادر المعلومات الزراعية التسويقية لدى المبحوثين.
- ٣- التعرف على درجة وجود مشكلات زراعية تسويقية لدى المبحوثين.
- ٤- التعرف على درجة التأثير السلبي للمشكلات الزراعية التسويقية من وجهة نظر المبحوثين.
- ٥- تحديد معنوية العلاقة بين بعض الصفات والخصائص المدروسة للمبحوثين وبين كل من درجة وجود مشكلات زراعية تسويقية، ودرجة تأثيرها السلبي على المبحوثين.
- ٦- التعرف على اتجاهات المبحوثين نحو الاستقرار في الأراضي الجديدة، ومدى رضاهم عن تلك الإقامة.
- ٧- التعرف على الخدمات الإرشادية التسويقية المقدمة من الإرشاد الزراعي للمساهمة في حل بعض تلك المشكلات، ورأي المبحوثين حيال تلك الخدمات.

الاستعراض المرجعي

يتناول هذا الجزء بعض التعاريف المتعلقة بماهية الأراضي الجديدة، والإرشاد التسويقي، إلى جانب استعراض بعض الدراسات التي أتيح الإطلاع عليها والمرتبطة بمجال الدراسة.

-تعريف الأراضي الجديدة:

تعددت التعاريف الصادرة من جهات مختلفة لماهية الأراضي الجديدة، فلقد أوضحت وزارة الزراعة (١٩٩٥:ص٤) بأنها الأراضي التي بدأ استزراعها منذ عام ١٩٥٠، والتي تقع خارج زمام الرقعة الزراعية القديمة على الجانبين الشرقي والغربي للدلتا، كما توجد أجزاء أخرى في الجزء الشمالي للدلتا، في حين ذكرت المجالس القومية المتخصصة (١٩٩٦:ص٢) بأنها تلك الأراضي التي تضاف إلى الرقعة الزراعية القديمة والواقعة على جانبي نهر النيل بالوجه القبلي والدلتا بالوجه البحري، وعرفت مديريّة النوبارية (١٩٩٦:ص١) بأنها الأراضي المستصلحة حديثاً من قبل الدولة أو الأفراد، وتم عمل البنية الأساسية لها، من تسوية وترع وطرق بغض النظر عن ربطها بالضريبة حتى لو كانت داخل الزمام الزراعي، وحتى تصل إنتاجية المنطقة إلى المتوسط العام السائد.

الإرشاد التسويقي

عرفت سامية محروس (٢٠٠٣:ص٩٧) الإرشاد التسويقي بأنه مجموعة من الأنشطة المتوقع أن يقوم بها العاملون بالإرشاد الزراعي أو أي أفراد أو هيئات أو شركات أخرى لتوجيه الزراعة ومساعدتهم في حل المشكلات الإنتاجية أو التسويقية، والتي قد تؤثر على أدائهم للعمليات الزراعية للمحاصيل عامة، وذلك لرفع الكفاءة الإنتاجية للزراع وتحسين مستواهم المعيشي.

وأشار عبد الله (٢٠٠٥:ص٢-٣) إلى أن الوظائف التسويقية تبدأ منذ التفكير في الزراعة بتحديد الأصناف والمساحات والكميات المطلوبة من السلع الزراعية، مروراً بالعمليات الإنتاجية المؤثرة على شكل وخصائص المنتج النهائي، ثم عمليات ما بعد الحصاد من فرز وتدرج وتعبئة وتخزين وغيرها وذلك لتحقيق سعر مربح للمزارع وسلعة مشبعة لاحتياجات المستهلك، لذا فإن دور الإرشاد الزراعي يجب أن يكون ملازماً لتلك المراحل، حتى يتم إمداد الزراع بالمعلومات والمهارات التسويقية التي تساعدهم على اتخاذ قراراتهم المزرعية بصورة فعالة من جهة، ونقل مشاكلهم إلى الجهات المعنية من جهة أخرى.

وقد حدد عليوة (٢٠٠٤:ص٦٣-٦٤) أهم الأنشطة الإرشادية في هذا المجال والتي تمثلت في: توفير المعلومات عن الطلب المحلي والمتوقع للسلع، وكذا المعلومات الخاصة بالأصناف عالية الإنتاج وتعريف الزراع بالتوقعات السوقية، والتدريب على المعارف والمهارات المرتبطة بتحسين نوعية المنتجات، وإكسابهم مهارات الجمع والحصاد والتعبئة والتغليف، وإصدار نشرات إرشادية تسويقية على فترات تتوافق مع مواسم نضج المحاصيل المختلفة والمواسم الزراعية، وتحديد الاحتياجات التسويقية بناء على دراسات ميدانية لمناطق الإنتاج المختلفة.

الدراسات السابقة

تعددت الدراسات التي أشارت إلى معاناة الأراضى الجديدة بالعديد من المشكلات وخاصة المشكلات الزراعية التسويقية منها دراسة كل من: أبو سديرة (١٩٩٨:ص٢٩٤)، وأبو حطب (١٩٩٨:ص٣٤٨)، والحفني (١٩٩٥:ص١)، أبو حطب (٢٠٠١:ص٩٩) والشبراوي وآخرون (٢٠٠٣:ص٢٤)، وعزيزة عوض الله (٢٠٠٣:ص٥٣)، وياسمين عمار (٢٠٠٣:ص١)، وعبد الغني (٢٠٠٥:ص٩٨) والتي أشارت إلى أن أهم تلك المشكلات تمثلت في: النقص الشديد للعمالة في هذه المناطق، وارتفاع أجورها، وإلى جانب صعوبة تسويق منتجاتها الزراعية، وارتفاع تكاليف النقل، وعدم وجود أسواق قريبة من مواقع الإنتاج، وانخفاض أسعار المحاصيل، وعدم توافر مستلزمات الإنتاج، إلى جانب ندرة أو تدني الخدمات الإرشادية المقدمة في تلك المناطق.

وأضافت دراسة سامية محروس (٢٠٠٣:ص ص ١٩٤-١٩٥)، والسيد (٢٠٠٤:ص ١٢٦) أن أهم تلك المشكلات التسويقية هي: عدم توافر المعلومات التسويقية، وندرة المنافذ التسويقية، وعدم اهتمام الإرشاد الزراعي بتدريب الزراع على معاملات ما بعد الحصاد (عدم وجود إرشاد نسوي)، وما يتبعها من خدمات تسويقية (كالفرز والتدريج والتعبئة.....) إلى جانب عدم كفاءة وسائل النقل والتخزين المتاحة.

وأشارت دراسة اعتماد عثمان (٢٠٠٣:ص ١٤٦) بأن المشكلات التسويقية كانت على رأس المشكلات إلحاحا من حيث الأهمية النسبية التي تواجه المبحوثين المقيمين بالأراضي الجديدة، تليها المشكلات البيئية، ثم المشكلات المتعلقة بعملية التمويل، وأوضحت الدراسة أن أهم المشكلات التسويقية تمثلت في: تخلف نظم الفرز والتعبئة، وعدم توفر وسائل للتخزين، وتعدد الوسطاء واستغلال التجار، إلى جانب ارتفاع التكاليف التسويقية.

وبينت دراسة يوسف (٢٠٠٤:ص ص ٤٤٩-٤٥٠) عن "مشكلات الإنتاج الزراعي لشباب الخريجين ببعض قرى الأراضي الجديدة بمحافظة كفر الشيخ" أن أهم المشكلات التي تواجه الخريجين هي: المشكلات التمويلية والمتمثلة في عدم توافر ضمانات للخريجين للحصول على قروض، وارتفاع أسعار الفائدة، في حين تمثلت أهم المشكلات التسويقية في: ارتفاع تكلفة النقل للحاصلات الزراعية، وعدم توافر أسواق قريبة من مناطق الخريجين، وانخفاض أسعار الحاصلات الزراعية، بالإضافة إلى نقص المعلومات التسويقية.

وأفادت دراسة عثمان وآخرون (٢٠٠٦:ص ١٨٧) بعنوان "تحليل استراتيجي لمنظومة الإرشاد الزراعي بالأراضي الجديدة بمحافظة كفر الشيخ والدقهلية" انخفاض مستوى إدراك المبحوثين من الزراع وشباب الخريجين لدور الإرشاد الزراعي في تنمية المجتمعات الجديدة، ومحدودية مجالات العمل الإرشادي في منطقة البحث، وغياب ثلاث فئات من الوظائف الإرشادية الأساسية وهي المرشد الزراعي، والدعم الفني المتخصص، والإشراف الإرشادي بمستوياته المعروفة، كما بينت نتائج الدراسة غياب الكثير من المتطلبات التنظيمية الضرورية مما انعكس على محدودية نجاح منظومة العمل الإرشادي في تلك المجتمعات.

وأوضحت دراسة كل من عبد الفتاح وآخرون (٢٠١١: ص ص ١٠٥٨-١٠٥٩)، والشهاوي (٢٠١٢) أن أهم تلك المشكلات تمثلت في: ارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج، وضعف فعالية نظام تسويق تلك المستلزمات، إلى جانب عدم توافر وسائل النقل، وارتفاع تكاليفها، واستغلال التجار، وعدم توفر المخازن المناسبة، وارتفاع نسبة الفاقد أثناء التسويق، وعدم توفر العبوات المناسبة، بالإضافة إلى عدم توفر القروض بالقدر الكافي وفي التوقيت المناسب، وارتفاع أسعار الفائدة على

تلك الفروض: كما أشارت دراسة أحمد (٢٠١٠: ص ٢٢٦)، وقاسم (٢٠١٠) بأن أهم مقترحات المبحوثين في الأراضي الجديدة لتحسين الأوضاع الإنتاجية والتسويقية لديهم تمثلت في: التوسع في إقامة منافذ لبيع مستلزمات الإنتاج الزراعي، وزيادة منافذ التسويق الزراعي، والعمل على خفض سعر الفائدة على القروض الزراعية، وتكوين اتحادات من المنتجين تمكنهم من شراء مستلزمات الإنتاج وكذلك بيع منتجاتهم بالأسعار المناسبة حتى يمكن تخفيض التكاليف الإنتاجية والتسويقية ومن ثم زيادة أرباح المنتجين.

الأسلوب البحثي: يتضمن الفروض البحثية، ومنطقة وعينة الدراسة، وأسلوب قياس المتغيرات والأساليب الإحصائية المستخدمة وذلك على النحو التالي:

أولاً: الفروض البحثية: ١- توجد علاقة ارتباطية معنوية بين المتغيرات المستقلة المدروسة وهي: السن، والمستوى التعليمي، والحالة الزوجية، وعدد أفراد الأسرة، وعدد العمالة الأسرية، وعدد سنوات الخبرة في مجال الزراعة، ومدة التوطن في الأراضي الجديدة، وبعد المزرعة عن منزل المبحوث، وحجم الحيازة الزراعية، والتفرغ للعمل الزراعي، والتردد على المناطق الحضرية، ودوافع الاستزراع في الأراضي الجديدة، ومصدر تمويل الأنشطة التسويقية، ومدى تواجد مصادر المعلومات، ومدى التعرض لها، ومدى الاستفادة منها، والاتجاه نحو الاستقرار في الأراضي الجديدة، ومدى المشاركة في الأنشطة الإرشادية، ومدى تقديم الإرشاد الزراعي خدمات تسويقية، ومدى القدرة التسويقية، والرضا عن الإقامة في الأراضي الجديدة وبين مدى وجود مشاكل تسويقية.

٢- توجد علاقة ارتباطية معنوية بين المتغيرات المستقلة المدروسة سابقة الذكر وبين مدى تأثيرها السلبي على المبحوثين.

ثانياً: منطقة الدراسة: تم إجراء الدراسة الحالية بمحافظة شمال سيناء، والتي تقع في الشمال الشرقي لجمهورية مصر العربية، وتتطوي على ستة مراكز إدارية وهي: العريش، والشيخ زويد، وبئر العبد، ورفح، والحسنة، ونخل. وقد تم اختيار مركز بئر العبد من بين مراكز المحافظة الستة لإجراء الدراسة عليه لتواجد محطة بحوث بالوظة التابعة لمركز بحوث الصحراء والتي تقوم بمهام بحثية وإرشادية وإنتاجية وتدريبية، حيث تقوم بتقديم معلومات تسويقية من خلال دورات تدريبية وحملات إرشادية. ويبلغ عدد الحائزين بمركز بئر العبد وفقاً للبيانات الواردة من مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمحافظة شمال سيناء عام ٢٠١٣ (٥٤٣٧ حائزاً)، ويضم المركز ٢٣ قرية. وقد تم اختيار قريتين لإجراء الدراسة عليهما، وذلك بطريقة عشوائية وهما قريتي السادات، والخربة.

الشاملة والعينة: تتمثل شاملة هذه الدراسة في إجمالي عدد الحائزين في التقريبتين المختاريتين (السادات، والخربة) والبالغ عددهم ٤٢٢، و٢٦٢ حائزا بكل منهما على الترتيب، وقد تم اختيار عينة عشوائية منتظمة منهما بلغ قوامها ١٧٢ حائزا تمثل نحو ٢٥% من إجمالي عدد الحائزين بقريتي الدراسة وذلك بواقع ١٠٦ حائزا بقرية السادات، و ٦٦ حائزا بقرية الخربة.

ثالثا: قياس المتغيرات البحثية

- الأهمية النسبية لمصادر المعلومات الزراعية التسويقية: تم قياسها من خلال: مدى تواجد المصدر، ومدى التعرض له، ومدى الاستفادة منه: حيث تم إعطاء الأوزان (٣، ٢، ١، وصفر) للاستجابات (دائما، وأحيانا، ونادرا، ولا) لكل بند على حده وأيضا لكل مصدر على حده. وقد تم حساب درجة متوسطة للتعرض لكل مصدر من مصادر المعلومات، من خلال ضرب تكرار كل فئة من فئات المقياس (دائما، وأحيانا، ونادرا، ولا) في الأوزان المعطاه على الترتيب، ثم جمعت هذه الدرجات وقسمت على حجم العينة لتعبر عن الأهمية النسبية لمصادر المعلومات التسويقية لدى المبحوثين. وتم استخدام نفس طريقة القياس لكل من تواجد المصدر، والاستفادة منه.

- التردد على المناطق الحضرية: تم قياسه من خلال حساب عدد مرات زيارة (عاصمة المركز، وعواصم المراكز الأخرى، والمحافظه، والمحافظات الأخرى إلى جانب السفر للخارج) وذلك خلال الشهر، حيث أعطيت الأوزان (٣، ٢، ١، وصفر) وذلك (للتردد أكثر من مرتين، وللتردد مرتان، وللتردد مرة واحدة، ولعدم التردد)، كما تم إعطاء درجتين للتردد المنتظم، ودرجة واحدة للتردد غير المنتظم، وجمعت الدرجات لتعبر عن مدى تردد المبحوث على المناطق الحضرية.

- المشاركة في الأنشطة الإرشادية: تم إعطاء الأوزان (٣، ٢، ١، وصفر) للمشاركة في الأنشطة الإرشادية (دائما، وأحيانا، ونادرا، ولا)، وجمعت الدرجات التي حصل عليها المبحوث لتعبر عن درجة مشاركته في الأنشطة الإرشادية.

- القدرة التسويقية: يقصد بها مدى قدرة المبحوث على تصريف إنتاجه الزراعي من المحاصيل المختلفة، وقد تم قياسها من خلال إعطاء ٤ درجات في حالة التسويق بالمعرفة الشخصية أو التصدير، و٣ درجات في حالة التسويق من خلال منافذ الخريجين، أو المعارض، أو الجمعيات الأهلية، ودرجتان في حالة التسويق من خلال تجار التجزئة، ودرجة واحدة في حالة التسويق من خلال تجار الجملة، وجمعت الدرجات التي حصل عليها المبحوث لتعبر عن مدى قدرته على تصريف إنتاجه الزراعي.

-المشكلات الزراعية التسويقية التي تواجه المبحوثين: تم قياسها من خلال: أ-مدى وجود المشكلة: تم إعطاء الأوزان (٣، ٢، ١، وصفر) للاستجابات (دائما، وأحيانا، ونادرا، ولا) وذلك لتحديد مدى وجود المشكلة من عدمه لدى المبحوث، ثم جمعت الدرجات لتعبر عن درجة وجود تلك المشكلات لدى المبحوث. كما تم حساب درجة متوسطة لمدى وجود كل مشكلة على حدة، من خلال ضرب تكرار كل فئة من فئات المقياس (دائما، وأحيانا، ونادرا، ولا) في الأوزان المعطاه على الترتيب، ثم جمعت هذه الدرجات وقسمت على حجم العينة.

ب-التأثير السلبى للمشكلة على المبحوث: تم استخدام نفس طريقة القياس الخاصة بمدى وجود المشكلات التسويقية.

رابعا: أساليب التحليل الإحصائي: لتحليل نتائج الدراسة تم استخدام جداول الحصر العددي، والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي والنوال والانحراف المعياري، ومعامل ارتباط الرتب لسبيرمان.

النتائج ومناقشتها

أولاً: الخصائص المميزة للزراع المبحوثين -

- السن: تراوح المدى الفعلي لهذا المتغير بين (٢١ - ٧٠) سنة بمتوسط حسابي قدره ٣٨,٧ سنة، وانحراف معياري بلغ ١٠,٥ سنوات، وتفيد بيانات الجدول (١) أن ما يقرب من ثلثي العينة (٦٤%) متوسطي السن، كما أن ما يقرب من ربع عدد المبحوثين (٢٣,٨%) صغار السن. مما يشير إلى اتجاه مؤشر العمر إلى الفئات المتوسطة والصغيرة السن للمبحوثين.

- المستوى التعليمي: تراوح المدى الفعلي لهذا المتغير بين ١-١٦ سنة بمنوال قدره ١٢ سنة، وأوضحت نتائج الدراسة أن ما يزيد على ثلاثة أرباع المبحوثين (٧٨,٥%) حاصلين على مؤهل متوسط، في حين كان ١٤% منهم حاصلين على شهادة الابتدائية، وذلك مقابل ١,٧% منهم فقط أميين. مما يشير إلى الارتفاع النسبي في المستويات التعليمية لدى المبحوثين.

- الحالة الزوجية: أشارت النتائج إلى أن الغالبية من المبحوثين (٨٩%) متزوجين، وذلك مقابل ١١% منهم فقط غير متزوجين.

- عدد أفراد الأسرة: تراوح المدى الفعلي لهذا المتغير بين (٢ - ١٠) فرد بمنوال قدره ٧ أفراد، وأظهرت النتائج أن الغالبية العظمى من المبحوثين ذوات أسر إما متوسطة (٦٩,٨%) أو صغيرة (٢٠,٩%)، وذلك مقابل ٩,٣% منهم فقط ذوات أسر كبيرة.

- العمالة الأسرية: تراوح المدى الفعلي لهذا المتغير بين (١ - ٤) فرد بمنوال قدره (٢ فرد)، وأوضحت النتائج أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٩٠,٧%) لديهم عمالة أسرية صغيرة (أقل من

٣ أفراد)، وذلك مقابل ٩,٣% منهم فقط لديهم عمالة أسرية كبيرة، وقد يرجع ذلك إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٩٠,٧%) ينتمون إما لأسر متوسطة أو صغيرة الحجم.

- وبسؤال المبحوثين عن حضور دورات تدريبية سواء في مجال الزراعة أو التنمية الريفية خلال الخمس سنوات الأخيرة أفاد المبحوثون بالإجماع عدم حصولهم على أي من تلك الدورات، مما قد يفيد بتهميش المحافظات الصحراوية ومنها شمال سيناء في الاهتمام بتقديم الدعم الفني لقاطنيها، مما قد ينعكس على عدم رضاهم عن مستوى الخدمات المتوفرة لهم وبالتالي على قناعتهم في الإقامة بتلك المجتمعات المهمشة من قبل الدولة.

- عدد سنوات الخبرة في مجال الزراعة: تراوح المدى الفعلي لهذا المتغير بين (٦-٤١ سنة)، بمتوسط حسابي قدره ١٦,٩ سنة، وانحراف معياري بلغ ٧,٨ سنة، وقد أفادت النتائج بأن ما يقرب من ثلثي العينة (٦٥,١%) يقعون في فئة ذوي الخبرة المتوسطة، وذلك مقابل ٢٩,٧% منهم عدد سنوات خبرتهم كبيرة في مجال الزراعة (٢٠ سنة فأكثر).

- مدة التوطين في الأراضي الجديدة: تراوح المدى الفعلي لهذا المتغير بين (١١-٧٠ سنة)، بمتوسط حسابي قدره ٣٦,٤ سنة، وانحراف معياري بلغ ١١,٩ سنة، وقد أفادت النتائج بأن الغالبية العظمى من المبحوثين كانت مدة توطنهم في الأراضي الجديدة إما كبيرة (٦٧,٤%)، أو متوسطة (٢٧,٩%).

- بعد المزرعة عن منزل المبحوث: تراوح المدى الفعلي لهذا المتغير بين (٠,٥-١٦ كم)، بمتوسط حسابي قدره ٢,٥ كم، وانحراف معياري بلغ ٢,٤ كم، وقد أفادت النتائج بأن ما يقرب من نصف المبحوثين (٤٢,٤%) المسافة قليلة بين مزارعهم ومنزلهم (أقل من ٢ كم)، وما يزيد على ثلثهم (٣٩%) المسافة متوسطة بينهم (من ٢-٤ كم).

- حجم الحيازة الزراعية: تراوح المدى الفعلي لهذا المتغير بين (٠,١٦-١٢,٢٤ فدان) بمتوسط حسابي قدره (٢,٥ فدان)، وانحراف معياري بلغ ١,٩ فدان، وقد بينت نتائج الدراسة أن حوالي نصف المبحوثين (٤٩,٤%) تتراوح حيازتهم الزراعية من (٣ لأقل من ٥ أفدنة)، في حين كانت الحيازة كبيرة (٥ أفدنة فأكثر) لدى ثلث المبحوثين.

- نوع الحيازة الزراعية: أفادت النتائج بإجماع المبحوثين على أن الحيازة لديهم وضع يد، في حين ذكر ٥,٨% منهم فقط أن حيازتهم الزراعية الأرضية ملك لهم. مما قد يشير إلى إهمال الدولة للمحافظات الصحراوية وخاصة شبه جزيرة سيناء، الأمر الذي يؤكد ضرورة الاهتمام بتلك المحافظات نظرا لموقعها الاستراتيجي الهام من جهة، إلى جانب العدالة في استفادة المبحوثين

القاطنين لتلك المحافظات من موارد الدولة التي هي ملك للجميع باعتبارهم جزء لا يتجزأ من شعب مصر من جهة أخرى.

-التفرغ للعمل الزراعي: أفادت النتائج أن حوالي ثلثي المبحوثين (٦٥,٧%) متفرغين تماماً للعمل الزراعي، وذلك مقابل ٢,٩% منهم فقط غير متفرغين.

-التردد على المناطق الحضرية: أوضحت النتائج أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٩٥,٣%) مستوى ترددهم على المناطق الحضرية إما متوسطاً (٧٤,٤%)، أو ضعيفاً (٢٠,٩%).

-دوافع الاستزراع في الأراضي الجديدة: بينت نتائج جدول (٢) أن أهم دوافع المبحوثين للاستزراع في الأراضي الجديدة التي وافقوا عليها تمثلت في: زيادة الدخل (٨٨,٩%)، وتحسين مستوى المعيشة (٨٨,٩%)، والرغبة في تملك أرض زراعية (٨٧,٢%)، في حين كانت أكثر الدوافع التي لم يوافق عليها المبحوثين تمثلت في: شغل وقت الفراغ (٤٥,٣%)، والاستمرار في مجال تخصصي ودراستي العلمية (٣٦,٣%). كما أوضحت النتائج أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٩٣%) مستوى دوافعهم نحو الاستزراع في تلك الأراضي كان إما متوسطاً (٧٤,٤%)، أو مرتفعاً (١٨,٦%).

- مصادر تمويل الأنشطة التسويقية: أفاد حوالي ثلاثة أرباع المبحوثين (٧٤,٥%) بأن القروض هي المصدر الرئيسي لديهم، وأنهم يقترضون من تجار وليس من بنوك أو جمعيات أهلية عاملة في هذا المجال، وتمثلت أهم أسباب عدم تنوع مصادر الاقتراض لديهم في: عدم وجود مصادر تمويل وتسليف (كينوك) التنمية والائتمان الزراعي وغيرها)، وعدم توفر معلومات عن مصادر التمويل المتاحة وآلية التعامل معها حيث أشار إلى ذلك ٨٧,٢%، و٥٢,٣% من المبحوثين على الترتيب وذلك كما هو وارد في جدول (٣).

-ثانياً: الأهمية النسبية لمصادر المعلومات الزراعية التسويقية: تم تناولها من خلال

أ-مدى تواجد مصدر المعلومات: أوضحت النتائج الواردة بجدول (٤) أن أكثر مصادر المعلومات تواجداً تمثلت في: تجار الأسمدة والبذور (٣,٩٩%)، والمرشد الزراعي (٣,٣٤%)، والأهل والأقارب (٣,٣١%)، والأصدقاء والجيران (٣,١٨%)، كما أشارت نتائج جدول (٥) إلى أن ما يزيد على نصف المبحوثين (٥٦,٤%) أوضحوا أن درجة تواجد مصادر المعلومات الزراعية كانت ضعيفة، كما أكد ما يقرب من ثلثهم (٢٩,١%) بأن ذلك التواجد كان متوسطاً.

ب-التعرض لمصادر المعلومات: بينت النتائج أن أكثر المصادر التي يتعرض لها المبحوثين تمثلت في: الأهل والأقارب (٣,٥٤%)، والأصدقاء والجيران (٣,٥١%)، وتجار الأسمدة والبذور (٣,٣٩%)، بالإضافة إلى المرشد الزراعي (٣,٣١%)، كما أفادت نتائج جدول (٥) بأن الغالبية من

المبجوثين (٨٧,٢%) أشاروا إلى أن درجة تعرضهم لمصادر المعلومات كانت إما متوسطة (٥٠,٦%)، أو منخفضة (٣٦,٦%).

ج- الاستفادة من مصادر المعلومات: أفادت نتائج جدول (٤) أن أكثر المصادر التي استفاد منها المبجوثين تمثلت في: تجار الأسمدة والبذور (٢,٩٥)، ومدير الجمعية الزراعية (٢,٩١)، والأصدقاء والجيران (٢,٨٨)، كما أوضحت نتائج جدول (٥) أن درجة الاستفادة ما يقرب من ثلثي المبجوثين (٦٤%) من تلك المصادر كانت متوسطة.

- القدرة التسويقية لدى الزراع المبجوثين: أوضحت نتائج جدول (٦) إلى تقارب فئات المبجوثين (الضعيفة والمتوسطة والكبيرة) في مدى قدرتهم التسويقية حيث بلغت نسبتهم ٣١,٤%، و ٣٥,٥%، و ٣٣,١% على الترتيب.

ثالثا: المشكلات الزراعية التسويقية التي تواجه الزراع المبجوثين: تم تناولها من خلال:-

أ- مدى وجود مشكلات زراعية تسويقية لدى المبجوثين: أشارت نتائج جدول (٧) إلى أن أهم المشكلات الزراعية التسويقية التي تواجه الزراع المبجوثين والخاصة بنقص المعارف والمهارات التسويقية تمثلت في: نقص الخبرة التسويقية (٣,٦٥)، وعدم جودة المنتج الزراعي (٣,٦)، وعدم وجود منتجات ترتقي لمستوى التصدير (٣,٥٦)، وسوء تخزين الحاصلات الزراعية (٣,٥٣)، أما بالنسبة للمشكلات الخاصة بمدى توفر الإمكانيات اللازمة للتسويق (داخليا وخارجيا) فقد تمثلت في: عدم توفر وسائل النقل (٣,٦٦)، وعدم توفر وسائل التخزين المناسبة (٣,٥٨)، وعدم وجود إرشاد تسويقي في المناطق الجديدة (٣,٥٧)، في حين تعددت المشكلات الاقتصادية والتي كانت أهمها: ارتفاع أسعار النقل (٣,٦٤)، وارتفاع التكاليف التسويقية (٣,٦٢)، وارتفاع أجور العمالة الفنية المدربة (٣,٦٢)، في حين كانت مشكلة سرعة تلف المنتج (٣,٤٤) أهم المشكلات الخاصة بتلف المنتج. أيضا أمكن الترتيب التنازلي للبنود الرئيسية للمشكلات الزراعية التسويقية الأكثر تواجدا وأيضا الأكثر تأثيرا بالسلب على المبجوثين وفقا للمتوسط العام لها كالتالي: المشكلات الخاصة بمدى توافر الإمكانيات اللازمة للتسويق، والمشكلات المتعلقة بنقص المعارف والمهارات التسويقية، والمشكلات الاقتصادية، وأخيرا المشكلات الخاصة بالمنتج الزراعي وذلك كما هو وارد في جدول (٧)، كما أفادت نتائج جدول (٨) أن الغالبية من المبجوثين (٨٨,٤%) مستوى وجود مشكلات زراعية تسويقية لديهم إما كبير (٧٥,٦%)، أو متوسط (١٢,٨%).

ب- رأي المبجوثين في التأثير السلبي للمشكلات الزراعية التسويقية عليهم: بينت النتائج أن أكثر المشكلات الزراعية التسويقية تأثيرا بالسلب على المبجوثين والخاصة بنقص المعارف والمهارات التسويقية تمثلت في: عدم توافر بيانات عن احتياجات الأسواق (٢,٦٥)، ونقص الخبرة التسويقية

(٢،٤٥)، وسوء تخزين الحاصلات الزراعية (٢،٤٥)، أما بالنسبة للمشكلات الأكثر تأثير بالسلب الخاصة بمدى توفر الإمكانيات اللازمة للتسويق (داخليا وخارجيا) فقد تمثلت في: عدم توفر وسائل التخزين المناسبة (٥،٨٦)، وعدم توفر وسائل النقل (٣،١٦)، في حين تعددت المشكلات الاقتصادية والتي كانت أهمها: عدم توفر التمويل اللازم (٣)، وارتفاع أجور العمالة الفنية المدربة (٢،٧٦)، في حين كانت مشكلة سرعة تلف المنتج (٢،٦٨) أهم المشكلات الخاصة بالمنتج الزراعي. كما بينت نتائج جدول (٨) أن ما يزيد على نصف المبحوثين (٥٢،٩%) التأثير السلبي للمشكلات التسويقية لديهم كبيرا، وذلك مقابل ٤٠،١% منهم كان التأثير لديهم متوسطا. وتفيد النتائج إلى تعدد المشكلات التسويقية التي تواجه المبحوثين والتي تؤثر عليهم بالسلب مما يفيد بضرورة الاهتمام بتلك المشكلات سواء من قبل الجهاز الإرشادي والأجهزة المعنية والتنسيق بينهم لتوحيد الأهداف ومنع الازدواجية وذلك لمحاولة التقليل من أثارها السلبية على الزراعة، مع ضرورة توفير الدورات التدريبية لصقل الخبرات التسويقية لدى المبحوثين ونشر الوعي بأهمية الإنتاج للتصدير.

رابعا: العلاقة الارتباطية بين المتغيرات المستقلة المدروسة للزراعة المبحوثين ودرجة وجود مشكلات تسويقية لديهم، ودرجة تأثيرها السلبي عليهم

يوضح جدول (٩) نتائج العلاقة الارتباطية بين المتغيرات المستقلة المدروسة، ودرجة وجود مشكلات تسويقية لدى الزراعة المبحوثين ومنه يتبين الآتي:

١- العلاقة الارتباطية بين المتغيرات المستقلة المدروسة للزراعة المبحوثين ودرجة وجود مشكلات تسويقية لديهم

أ- المتغيرات ذات العلاقات الارتباطية المعنوية الموجبة: أوضحت نتائج جدول (٩) وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة بين المستوى التعليمي، ومدى تواجد مصادر المعلومات الزراعية التسويقية، والتعرض لمصادر المعلومات الزراعية، والاستفادة من مصادر المعلومات، والاتجاه نحو الاستقرار في الأراضي الجديدة وبين مدى وجود مشكلات تسويقية لديهم. وبذلك أمكن رفض الفرض الاحصائي فيما يتعلق بهذه المتغيرات

ويمكن تفسير العلاقة الارتباطية المعنوية الموجبة بين المستوى التعليمي ومدى وجود مشكلات تسويقية لديهم في ضوء أن المزارع المتعلم يكون أكثر إدراكا للمشكلات التي تحيط به وأكثر إحساسا بها، وأيضا أكثر تطلعا لحل المشكلات والصعوبات التي قد تواجهه في مزرعته.

كما يمكن تفسير العلاقة المعنوية الموجبة بين كل من مدى تواجد مصادر المعلومات الزراعية التسويقية، والتعرض لمصادر المعلومات الزراعية، والاستفادة من مصادر المعلومات ومدى وجود مشكلات تسويقية في ضوء أنه عند تواجد مصدر المعلومات والتعرض له فإن ذلك قد يبيح للزراع

فرصة الاستفادة من هذا التواجد وبالتالي عرض كل ما يواجهونه من صعوبات ومشكلات متجددة ومتزايدة في مزارعهم وبالتالي زيادة الاستفادة بتعدد مصادر المعلومات المتاحة لديهم والتي يتعرضون لها لمساعدتهم في كيفية التغلب على ما يواجهونه من مشكلات أو التقليل من آثارها السلبية عليهم.

أيضا يمكن تفسير العلاقة المعنوية الموجبة بين الاتجاه نحو الاستقرار في الأراضي الجديدة وبين مدى وجود مشكلات تسويقية لدى المبحوثين في ضوء أنه عند وجود اتجاه إيجابي لدى الزراع نحو الاستقرار في تلك المجتمعات الحديثة يجعلهم أكثر اهتماما بالتعرف على أكثر المشكلات والحاجات الملحة والضرورية اللازمة لاستمرار إقامتهم ونجاحهم في إيجاد حياة اجتماعية معقولة ومقبولة عند معرفتها والسعي لحلها أو التقليل من آثارها السلبية عليهم، مما يجعل مستوى إحساسهم وإدراكهم عالي لمشكلات تلك المجتمعات.

ب- المتغيرات ذات العلاقات الارتباطية المعنوية السالبة: أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية معنوية سالبة بين السن، وعدد العمالة الأسرية، وعدد سنوات الخبرة في مجال الزراعة، ومدة التوطن في الأراضي الجديدة، وحجم الحيازة الزراعية، والتفرغ للعمل الزراعي، والرضا عن الإقامة في الأراضي الجديدة، وبين مدى وجود مشكلات تسويقية لديهم. وبذلك أمكن رفض الفرض الإحصائي فيما يتعلق بهذه المتغيرات.

ج- المتغيرات غير المرتبطة معنويا: أوضحت النتائج عدم وجود علاقة ارتباطية معنوية بين الحالة الزوجية، وعدد أفراد الأسرة، وبعد المزرعة عن منزل المبحوث، ودوافع الاستزراع في الأراضي الجديدة، ومصادر تمويل الأنشطة التسويقية، والانفتاح الحضري، والمشاركة في الأنشطة الإرشادية، ومدى تقديم خدمات إرشادية تسويقية، والقدرة التسويقية. وبين مدى وجود مشكلات تسويقية لديهم. وبناء على ذلك لم يمكن رفض الفرض الإحصائي الذي ينص على "عدم وجود علاقة معنوية بين المتغيرات المستقلة سابقة الذكر.

٢- العلاقة الارتباطية بين المتغيرات المستقلة المدروسة للزراع المبحوثين ودرجة تأثيرها السلبي عليهم

أ- المتغيرات ذات العلاقات الارتباطية المعنوية الموجبة: أوضحت نتائج جدول (٩) وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة بين: الحالة الزوجية، وعدد أفراد الأسرة، وعدد العمالة الأسرية، ومدى التأثير السلبي للمشكلات التسويقية على المبحوثين. وبذلك أمكن رفض الفرض الإحصائي فيما يتعلق بهذه المتغيرات. ويمكن تفسير العلاقة الارتباطية المعنوية الموجبة بين الحالة الزوجية والتأثير السلبي للمشكلات على المبحوثين في ضوء أن زيادة أعباء الأسر لدى الزراع المتزوجين

يجعلهم أكثر شعورا بالضغط الخاصة بمزارعهم وذلك لتعدد الالتزامات الأسرية المطلوبة وارتفاع تكاليف المعيشة خاصة مع زيادة عدد أفراد الأسرة التي ينتمي إليها المبحوث والتي يكون هو عائلها.

ب- المتغيرات ذات العلاقات الارتباطية المعنوية السالبة: أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية معنوية سالبة بين السن، والمستوى التعليمي، ومصادر تمويل الأنشطة التسويقية، والتعرض لمصادر المعلومات الزراعية، والرضا عن الإقامة في الأراضي الجديدة، والقدرة التسويقية، وبذلك أمكن رفض الفرض الإحصائي فيما يتعلق بهذه المتغيرات.

ج- المتغيرات غير المرتبطة معنويا: أوضحت النتائج عدم وجود علاقة ارتباطية معنوية بين عدد سنوات الخبرة في مجال الزراعة، وبعد المزرعة عن منزل المبحوث، ومدة التوطين في الأراضي الجديدة، وحجم الحيازة الزراعية، والتفرغ للعمل الزراعي، ودوافع الاستزراع في الأراضي الجديدة ومدى تواجد مصادر المعلومات الزراعية التسويقية، والاستفادة من مصادر المعلومات، والاتجاه نحو الاستقرار في الأراضي الجديدة، والانفتاح الحضري، والمشاركة في الأنشطة الإرشادية، ومدى تقديم خدمات إرشادية تسويقية. وبناء على ذلك لم يمكن رفض الفرض الإحصائي الذي ينص على " عدم وجود علاقة معنوية بين المتغيرات المستقلة سابقة الذكر.

-خامسا: الاتجاه نحو الاستقرار في الأراضي الجديدة ومدى رضا المبحوثين عن إقامتهم في تلك الأراضي وأسباب الرضا أو عدم الرضا

أفادت نتائج جدول (١٠) بأن ما يزيد على نصف المبحوثين (٥٢,٩%) موافقين على استقرارهم في تلك المناطق الزراعية الحديثة، وذلك مقابل ٣٧,٨% ، و ٩,٣% منهم للفئة المحايدة و المعارضة للاستقرار في تلك المناطق على الترتيب.

- الرضا عن الإقامة في الأراضي الجديدة: أوضحت النتائج أن ما يزيد على نصف المبحوثين (٥٥,٨%) راضين عن إقامتهم في الأراضي الجديدة، وكانت أهم أسباب رضاهم متمثلة في: تحسين مستوى المعيشة، والفرصة مناسبة للاستثمار، واتساع المساحات الزراعية، والرغبة في تملك أرض زراعية والتي أجمع عليها جميع المبحوثين الراضين عن تلك الإقامة، في حين كان ٤٤,٢% منهم غير راضين عن تلك الإقامة، وقد تمثلت أهم أسباب عدم رضاهم في: عدم كفاية خدمات البنية الأساسية المتاحة (تعليم-صحة.....) والتي أجمع عليها المبحوثين، بالإضافة إلى انعدام الأمن، وضعف مستوى الخدمات الإرشادية المقدمة، والتهميش للمحافظات الصحراوية وعدم الاهتمام بها حيث أشار إلى ذلك ٨٩,٥% من المبحوثين غير الراضين عن تلك الإقامة وذلك لكل منها على حده.

سادسا: المشاركة في الأنشطة الإرشادية الزراعية، ومدى تقديم الإرشاد الزراعي خدمات إرشادية تسويقية ورأي المبحوثين حيالها

أظهرت نتائج جدول (١١) أن مستوى مشاركة الغالبية من المبحوثين (٨٧,٣%) في الأنشطة الإرشادية المقدمة كان إما متوسطا (٤٨,٣%)، أو ضعيفا (٣٩%)، وقد تمثلت أهم أسباب ضعف مشاركتهم في تلك الأنشطة في: عدم الإعلان عنها بوقت كافي، وعدم مناسبة المكان أو الزمان، وتقديم خدمات إرشادية بعيدة عن احتياجات المبحوثين حيث أشار إلى ذلك ٨٨,٩%، و ٨٧,٢%، و ٧١,٢% على الترتيب. وبسؤال المبحوثين عن مدى تقديم الإرشاد الزراعي لخدمات إرشادية تسويقية فقد أشارت الغالبية العظمى منهم (٩٦,٥%) بعدم تقديمه خدمات في هذا المجال، لذا فقد تعددت الخدمات الإرشادية المطلوبة فيه من قبل المبحوثين والتي تمثلت أهمها في: عقد دورات تدريبية خاصة في مجال التسويق، وتعريف الزراع بمنافذ تسويقية جديدة، وتكثيف الدعم الفني الزراعي، وتوفير مستلزمات الإنتاج الزراعي حيث أشار إلى ذلك ٨٣%، و ٨٣%، و ٧٩,١%، و ٧٩,١% على الترتيب. الأمر الذي يستلزم معه ضرورة تفعيل دور الإرشاد الزراعي في هذا المجال وأهمية وضع احتياجات واهتمامات المبحوثين في الاعتبار عند تخطيط البرامج والأنشطة الإرشادية وذلك لضمان تغطية احتياجات المبحوثين من جهة وضمان مشاركتهم الإيجابية في تلك البرامج من جهة أخرى، بالإضافة إلى تدعيم ثقتهم في الجهاز الإرشادي مما قد ينعكس على نجاح الأنشطة والبرامج الإرشادية المراد تطبيقها في تلك المجتمعات.

التوصيات

في ضوء ما أسفرت عنه نتائج الدراسة أمكن استخلاص بعض التوصيات وذلك على النحو التالي:

- ١- ضرورة تفعيل دور الإرشاد الزراعي في الأراضي الجديدة وفي مجال التسويق على وجه الخصوص في ضوء ما أوضحتها النتائج من عدم تقديمه خدمات في هذا المجال، والاهتمام بتوفير الخدمات التي أشار إليها المبحوثين.
- ٢- ضرورة الاهتمام بربط الإنتاج في الأراضي الجديدة باحتياجات الأسواق داخليا وخارجيا مع العمل على تشجيع الإنتاج من أجل التصدير.
- ٣- أهمية تعريف الزراع بمصادر التمويل المتاحة وتسهيل وصولهم وتعاملهم مع تلك المصادر وتيسير حصولهم على قروض وخفض قيمة فوائدها لزيادة قدرتهم على تحسين جودة الإنتاج الزراعي وكذا الأنشطة التسويقية.

٤- دعم صغار الزراع خاصة في المناطق الحديثة بما يكفل لهم القدرة على إقامة مشروعات زراعية ناجحة والقدرة على الاستمرارية، مع تشجيعهم على زراعة المحاصيل الإستراتيجية الأمر الذي يساهم في تقليل الفجوة الغذائية التي تعاني منها الدولة من جهة، وتقليل الضغط السكاني على الوادي والدلتا من جهة أخرى.

٥- تفعيل دور الجمعيات التعاونية الزراعية خاصة بتلك المناطق بما يكفل لها العودة إلى أدوارها الفعالة خاصة لصغار الزراع في توفير كافة مستلزمات الإنتاج الزراعي في الوقت المناسب وبأسعار مناسبة، وعمل برامج جيدة للتسويق التعاوني لخفض الفاقد من الإنتاج، وخفض متوسط تكلفة الخدمات التسويقية من نقل وتخزين.....إلخ.

جدول (١) الصفات والخصائص المميزة للزراع المبحوثين

الخصائص	عدد	%	الصفات والخصائص	عدد	%
١- السن		ن=١٧٢	٧-مدة التوطن في الأراضي الجديدة -		
صغار السن (أقل من ٣٦ سنة)	٤١	٢٣.٨	قليلة (أقل من ١٨ سنوات)	٨	٤.٧
متوسط السن (من ٣٦ - ٤٩ سنة)	١١٠	٦٤	متوسطة (من ١٨ - ٣٠ سنة)	٤٨	٢٧.٩
كبار السن (٥٠ سنة فأكثر)	٢١	١٢.٢	كبيرة (٣١ سنة فأكثر)	١١٦	٦٧.٤
٢- المستوى التعليمي			٨- بعد المزرعة عن المنزل		
أمي	٣	١.٧	قليلة (أقل من ٢ كم)	٧٣	٤٢.٤
يقرأ ويكتب	٦	٣.٥	متوسطة (من ٢ كم-٤ كم)	٦٧	٣٩
حاصل على الابتدائية	٢٤	١٤	كبيرة (٥ كم فأكثر)	٣٢	١٨.٦
حاصل على الإعدادية	٤	٢.٣	٩- حجم الحيازة الزراعية		
حاصل على مؤهل متوسط	١٣٥	٧٨.٥	صغيرة (أقل من ٣ أفدنة)	٣٠	١٧.٤
٣- الحالة الزوجية			متوسطة (من ٣ أفدنة لأقل من ٥ أفدنة)	٨٥	٤٩.٤
- متزوج	١٥٣	٨٩	كبيرة (٥ أفدنة فأكثر)	٥٧	٣٣.١
- غير متزوج	١٩	١١	١٠- نوع الحيازة الزراعية		
٤- عدد أفراد الأسرة			ملك	١٠	٥.٨
صغير (أقل من ٥ أفراد)	٣٦	٢٠.٩	وضع يد	١٧٢	١٠٠
متوسط (من ٥-٨ أفراد)	١٢٠	٦٩.٨	١١- التفرغ للعمل الزراعي		
كبير (٩ أفراد فأكثر)	١٦	٩.٣	تماما	١١٣	٦٥.٧
٥- العمالة الأسرية			- إلى حد ما	٥٤	٣١.٤
صغيرة (أقل من ٣ أفراد)	١٥٦	٩٠.٧	- غير متفرغ	٥	٢.٩
كبيرة (من ٣-٤ أفراد)	١٦	٩.٣	١٢- التردد على المناطق الحضرية		
٦- عدد سنوات الخبرة في مجال الزراعة			ضعيف (أقل من ١١ درجة)	٣٦	٢٠.٩
قليلة (أقل من ١٠ سنوات)	٩	٥.٢	متوسط (من ١١-١٨ درجة)	١٢٨	٧٤.٤
متوسطة (من ١٠-١٩ سنة)	١١٢	٦٥.١	كبير (١٩ درجة فأكثر)	٨	٤.٧
كبيرة (٢٠ سنة فأكثر)	٥١	٢٩.٧			

جدول (٢) توزيع المبحوثين وفقا لدوافع الاستزراع لديهم في الأراضي الجديدة

غير موافق		محايد		موافق		المعبارة
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
٥.٢	٩	٥.٨	١٠	٨٨.٩	١٥٣	زيادة الدخل
٢.٣	٤	٨.٧	١٥	٨٨.٩	١٥٣	تحسين مستوى المعيشة
١.٢	٢	١١.٦	٢٠	٨٧.٢	١٥٠	الرغبة في تملك ارض زراعية
٧.٦	١٣	٢٢.٧	٣٩	٦٩.٨	١٢٠	الرغبة في تملك مسكن في الأراضي الجديدة
٢٩.٦	٥١	٤٤.٢	٧٦	٢٦.٢	٤٥	نشأتي في الريف
٣٤.٩	٦٠	٣٤.٩	٦٠	٤١.٩	٧٢	خبرتي في الزراعة
٣.٥	٦	٦٦.٣	١١٤	٣٠.٢	٥٢	لا يوجد مجال آخر للرزق
١٣.٩	٢٤	٣٩.٥	٦٨	٤٧.١	٨١	الرغبة في الزواج وتكوين أسرة بعيدا عن مناطق تكثف السكان
١٥.٧	٢٧	٣٥.٥	٦١	٤٨.٨	٨٤	الرغبة في تحقيق بعض أهدافي وطموحي في الحياة
٣٦.٦	٦٣	٢٣.٢	٥٨	٢٩.٦	٥١	- الاستمرار في مجال تخصصي ودراسي العلمية الزراعية
١٩.٨	٣٤	٣٣.٧	٥٤	٤٨.٨	٨٤	- جني للعمل بالزراعة
٤٥.٣	٧٨	٣٣.٧	٥٤	٢٣.٢	٤٠	- شغل وقت الفراغ
		%		عدد		مستوى دوافع المبحوثين نحو الاستزراع في الأراضي الجديدة
		٧		١٢		- منخفض (أقل من ٢٧ درجة)
		٧٤.٤		١٢٨		- متوسط (من ٢٧-٣٢ درجة)
		١٨.٦		٣٢		- مرتفع (٣٢ درجة فأكثر)

جدول (٣) توزيع المبحوثين وفقا لمصادر تمويل الأنشطة التسويقية لديهم وأهم

المشكلات التي تواجههم

**%	عدد	مشكلات التمويل	%	عدد	مصادر التمويل
٨٧.٢	١٥٠	عدم وجود مصادر تمويل وتسليف	٧٤.٤	١٢٨	- قروض
		عدم توفر معلومات عن مصادر التمويل المتاحة وآلية التعامل معها	٢٣.٣	٤٠	- تمويل عائلي
٥٢.٣	٩٠		٢.٣	٤	- تمويل ذاتي
٤٩.٤	٨٥	عدم وجود مصادر تمويل دائمة ومستمرة	%		مصدر الاقتراض
			١٠٠	١٢٨	- تجار

- * حسبت النسبة المئوية وفقا لعدد المبحوثين الذين أشاروا إلى أن القروض كانت مصدر التمويل الرئيسي لديهم وعددهم ١٢٨ مبحوثا.
- حسبت النسبة المئوية وفقا لحجم العينة (١٧٢ مبحوثا) **

جدول (٤) توزيع المبحوثين وفقا لآرائهم في مدى تواجد مصادر المعلومات التسويقية ومدى التعرض لها

الإستفادة					التعرض						
الدرجة المتوسطة	الدرجة الإجمالية	لا	ضعيفة	متوسطة	كبيرة	الدرجة المتوسطة	الدرجة الإجمالية	لا	نادرا	أحيانا	دائما
٢,٩٧	٥٠١	٣٣	١٠	٦٨	٦١	٢,٩١	٥٠١	٣٣	١٠	٦٨	٦١
١,٤	٢٤١	١٣٦	٢٠	١٤	٧	١,٣٨	٢٣٨	١٣٤	٢٤	١٤	٠
٢,١	٣٥٩	٩٤	١٠	٢٧	٤١	١,٣	٢٢٤	٩١	١٠	٣٤	٣٧
٢,٦٥	٤٥٥	٥٣	٢٠	٣٤	٦٥	٣,١	٥٢٥	٣٣	١٠	٤٤	٨٥
٢,١	٢٥٩	٨٧	٢٧	١٤	٤٤	٢,٣٣	٤٠٠	٧٠	٢٧	٢٤	٥١
٢,٦٨	٤١٦	٢	٥٨	٥١	٣٤	٢,٧٩	٤٨٠	٠	٨٧	٣٤	٥١
٢,١	٣٥٩	٣٦	٥٨	٥١	٠	١,٤٤	٢٤٨	١١٦	٣٦	٢٠	٠
١,٦٢	٢٧٨	٩٤	٣٥	٢٠	٤	١,٩٧	٣٣٩	٦٩	١١٩	٢٤	٠
١,١٩	٢٠٤	١٤٩	١٧	٣	٣	١,٢٦	٢١٧	١٤١	١٧	١٤	٠
١,٢	٢٠٦	١٣٨	٣٤	٠	٠	١,٢	٢٠٦	١٣٨	٣٤	٠	٠
٢,٧٣	٤٦٩	٢٧	٤٤	٥٠	٥١	٢,٨٥	٤٩١	١٨	٤٤	٥٥	٥٥
٢,٧٨	٤٧٩	٢٧	٣٧	٥٤	٥٤	٢,٩٧	٥١١	١٣	٣٩	٦٠	٦٠
٢,٩٥	٥٠٧	١٣	٤٤	٥٤	٦١	٣,٣٩	٥٨٤	١٠	١٢	٥٠	١٠٠
٢,٣٥	٤٠٤	٢٢	٦٨	٨٢	٠	١,٧٤	٣٠٠	٥٨	١٠٠	١٤	٠
١,٦٣	٢٨٠	٦٨	١٠٠	٤	٠	٢,٢٨	٣٩٣	١٩	٨٥	٦٨	٠
٢,٦٦	٤٥٧	٤٠	٣٠	٥١	٥١	٣,٥٤	٦٠٩	٠	٧	٦٥	١٠٠
٢,٨٨	٤٩٦	٣٤	٢٠	٥٠	٦٨	٣,٥١	٦٠٤	٠	١٢	٦٠	١٠٠

جدول (٥) توزيع المبحوثين وفقا للأهمية النسبية لدرجة تواجد مصادر المعلومات الزراعية التسويقية لديهم والتعرض لها والاستفادة منها

تواجد مصادر المعلومات الزراعية	عدد	%	الاستفادة	التكرار	%
ضعيف (أقل من ٢٣ درجة)	٩٧	٥٦.٤	الاستفادة من مصادر المعلومات		
متوسط (من ٢٣ - ٣١ درجة)	٥٠	٢٩.١	ضعيفة (أقل من ١٨ مصادر)	٣٢	١٨.٦
كبير (٣٢ درجة فأكثر)	٢٥	١٤.٥	متوسطة (من ١٨-٢٥ مصادر)	١١٠	٦٤
التعرض لمصادر المعلومات			كبيرة (٢٦ مصادر فأكثر)	٣٠	١٧.٤
منخفض (أقل من ٢١ درجة)	٦٣	٣٦.٦			
متوسط (من ٢١ - ٣٠ درجة)	٨٧	٥٠.٦			
مرتفع (٣١ درجة فأكثر)	٢٢	١٢.٨			

جدول (٦) توزيع المبحوثين وفقا لمدى قدرتهم التسويقية للحاصلات الزراعية

مدى القدرة التسويقية	العدد	%
ضعيفة (أقل من ٥ درجات)	٥٤	٣١.٤
متوسطة (من ٦-٥ درجات)	٦١	٣٥.٥
مرتفعة (٧ درجات)	٥٧	٣٣.١

جدول (٧) توزيع المجهزين وفقاً لمدى وجود مشكلات تسويقية لديهم وتأثيرها السلبي عليهم

الدرجة المتوسطة	مدى تأثيرها السلبي			مدى وجودها			الدرجة الاجمالية	المتطلبات التسويقية			
	لا	منخفض	متوسط	عالي	لا	تخرا		احيانا	دائما		
٢,٢٩	٣٩٥	٧٤	٥١	٣٧	٢,٥	١,٠٢	-	٢٢	٢٠	١١٩	١-خاصة بقلص المعارف والمهارات التسويقية
٢,٢٦	٣٩٩	٥٠	٢٧	٢٤	٣,٨	٥٨٠	-	١٩	٥١	١٠٢	٢-عدم توفر المعلومات التسويقية اللازمة
٢,٤٥	٤٢٢	٤٧	٣٧	٣٧	٢,٥٣	٦٠٧	٩	١٠	٢٤	١١٩	٣-عدم توفر بيفوتات عن احتياجات العوز والتوزيع
٢,٤٥	٤٢٢	٤٧	٣٧	٣٧	٢,٥٣	٦٠٧	٩	١٠	٢٤	١١٩	٤-ضعف الخبرة التسويقية
٢,٦٥	٤٥٤	٧٦	٥٠	٥٠	٣,٥٣	٤٧٨	٦,٦	٢٤	٢٤	٦٨	٥-عدم توفر بيفوتات عن احتياجات الأسواق
٢,٤٣	٤١٢	٥٨	٥١	٥٦	٣,٥٣	٥١١	٩	١٠	٢٤	١١٩	٦-اختلاف نظم العوز والتوزيع
٢,٣٤	٤٠٢	٥٨	٥١	٥٦	٣,٥٣	٥١١	-	١٢	٥١	١٠٩	٧-عدم وجود منتجات ترقى لمستوى التصدير
٢,٤٤	٥١٤	٥٥	٣٤	٥٦	٣,٦	٦١٢	-	٢٢	٢٦	١١٩	٨-عدم جودة المنتج الزراعي
١,٩١					٥,٧	١٠٥					المقوسط العام
١,٩١					٥,٧	١٠٥					المقوسط العام
٧,٤٤	٨١٤	٧٨	٥١	٥٦	٣,٥٢	٦٠٥	-	٢٢	٨١	١١٢	٩-مقصورة نقل المحاصيل للأسواق
٧,٤٤	٨١٤	٧٨	٥١	٥٦	٣,٥٢	٦٠٥	-	٢٢	٨١	١١٢	١٠-بعد الأسواق عن أماكن الإنتاج
٧,٤٤	٨١٤	٧٨	٥١	٥٦	٣,٥٢	٦٠٥	-	٢٢	٨١	١١٢	١١-عدم توفر وسائل التخزين المناسبة
٧,٤٤	٨١٤	٧٨	٥١	٥٦	٣,٥٢	٦٠٥	-	٢٢	٨١	١١٢	١٢-عدم توفر الأيدي العاملة المدربة
٧,٤٤	٨١٤	٧٨	٥١	٥٦	٣,٥٢	٦٠٥	-	٢٢	٨١	١١٢	١٣-عدم وجود تسويق تشاركي
٧,٤٤	٨١٤	٧٨	٥١	٥٦	٣,٥٢	٦٠٥	-	٢٢	٨١	١١٢	١٤-عدم توفر عورت مناسبة للتعبئة
٧,٤٤	٨١٤	٧٨	٥١	٥٦	٣,٥٢	٦٠٥	-	٢٢	٨١	١١٢	١٥-عدم توفر عورت مناسبة للتعبئة
٧,٤٤	٨١٤	٧٨	٥١	٥٦	٣,٥٢	٦٠٥	-	٢٢	٨١	١١٢	١٦-مقصورة وصول المصنوعة المناسبة في الوقت المناسب
٧,٤٤	٨١٤	٧٨	٥١	٥٦	٣,٥٢	٦٠٥	-	٢٢	٨١	١١٢	١٧-بعد الأجهزة المعنية بالتسويق
٧,٤٤	٨١٤	٧٨	٥١	٥٦	٣,٥٢	٦٠٥	-	٢٢	٨١	١١٢	١٨-بعد الأجهزة المعنية بالتسويق
٧,٤٤	٨١٤	٧٨	٥١	٥٦	٣,٥٢	٦٠٥	-	٢٢	٨١	١١٢	المقوسط العام
٧,٤٤	٨١٤	٧٨	٥١	٥٦	٣,٥٢	٦٠٥	-	٢٢	٨١	١١٢	المقوسط العام
٧,٤٤	٨١٤	٧٨	٥١	٥٦	٣,٥٢	٦٠٥	-	٢٢	٨١	١١٢	المقوسط العام
٧,٤٤	٨١٤	٧٨	٥١	٥٦	٣,٥٢	٦٠٥	-	٢٢	٨١	١١٢	المقوسط العام
٧,٤٤	٨١٤	٧٨	٥١	٥٦	٣,٥٢	٦٠٥	-	٢٢	٨١	١١٢	المقوسط العام

جدول (٨) توزيع المبحوثين وفقاً لمستوى وجود مشكلات زراعية تسويقية ومستوى تأثيرها السلبي عليهم

مستوى وجود مشكلات زراعية تسويقية	عدد	%	مستوى تأثيرها السلبي	عدد	**%
ضعيف (أقل من ٥٨ درجة)	٢٠	١١.٦	ضعيف (أقل من ٤٥ درجة)	١٢	٧
متوسط (من ٥٨ - ٦٦ درجة)	٢٢	١٢.٨	متوسط (من ٤٥ - ٥٥ درجة)	٦٩	٤٠.١
كبير (٦٧ درجة فأكثر)	١٣٠	٧٥.٦	كبير (٥٦ درجة فأكثر)	٩١	٥٢.٩

جدول (٩) العلاقة الارتباطية بين بعض المتغيرات المستقلة المدروسة ومدى وجود مشكلات تسويقية لدى المبحوثين ومدى تأثيرها السلبي عليهم

المتغيرات	قيمة معامل ارتباط الرتب لمدى وجود مشكلات تسويقية	قيمة معامل ارتباط الرتب لمدى التأثير السلبي للمشكلات
١- السن	**٠.٤٠٨-	*٠.١٥٦-
٢- المستوى التعليمي	**٠.٣٣٣-	*٠.١٧١-
٣- الحالة الزوجية	٠.٠٩	**٠.٢٢٨
٤- عدد أفراد الأسرة	٠.٠٧١	**٠.٣٠٣
٥- عدد العمالة الأسرية	*٠.١٥-	**٠.١٩٧
٦- عدد سنوات الخبرة في مجال الزراعة	**٠.٣٠٥-	٠.١٢٤
٧- مدة التوطن في الأراضي الجديدة	**٠.٢٧٧-	٠.٠٤٨-
٨- بعد المزرعة عن منزل المبحوث	٠.١٠٩-	٠.٠٣٦
٩- حجم الحيازة الزراعية	**٠.٤٣٣-	٠.٠٣٤
١٠- التفريغ للعمل الزراعي	**٠.٢٥٦-	٠.٠٧٦
١١- دوافع الاستقرار في الأراضي الجديدة	٠.٠٧	٠.١٤١
١٢- مصدر تمويل الأنشطة التسويقية	٠.٠١٢-	*٠.١٩٠-
١٣- مدى توافر مصدر المعلومات	*٠.١٥٨	٠.٠٦٩
١٤- التعرض لمصادر المعلومات	**٠.٢٢٣	**٠.٢٨٣-
١٥- الاستفادة من مصادر المعلومات	*٠.١٥٢	٠.٠٤٢
١٦- الانفتاح الحضري	٠.٠٣٧	٠.٠٦١
١٧- الاتجاه نحو الاستقرار في الأراضي الجديدة	**٠.٣٥٢	٠.٠٢٥
١٨- المشاركة في الأنشطة الإرشادية الزراعية	٠.١١٤	٠.٠٣
١٩- مدى تقديم خدمات إرشادية تسويقية	٠.١٣٥	٠.٠٨٣
٢٠- الرضا عن الإقامة في الأراضي الجديدة	**٠.٣٠٦-	**٠.١٩٩-
٢١- القدرة التسويقية	٠.١٤٤	**٠.١٧٠-

** معنوية عند مستوى ٠.٠١

* معنوية عند مستوى ٠.٠٥

جدول (١٠) توزيع المبحوثين وفقاً لاتجاههم نحو الاستقرار في الأراضي الجديدة وأسباب رضاهم أو عدم رضاهم عن تلك التجربة

**%	تكرار	أسباب عدم الرضا عن الإقامة في الأراضي الجديدة	%	عدد	الاتجاه نحو الاستقرار في الأراضي الجديدة
١٠٠	٧٦	أسباب عدم الرضا عن الإقامة في الأراضي الجديدة	٩,٣	١٦	سليمي (أقل من ٢١ درجة)
٨٩,٥	٦٨	عدم كفاية خدمات البنية الأساسية المتاحة (تعليم)	٣٧,٨	٦٥	محايد (من ٢١-٢٤ درجة)
٨٩,٥	٦٨	صحة (...)	٥٢,٩	٩١	إيجابي (٢٥ درجة فأكثر)
٨٩,٥	٦٨	انعدام الأمن	٥٥,٨	٩٦	الرضا عن تجربة الإقامة في الأراضي الجديدة
		ضعف مستوى الخدمات الإرشادية المقدمة	٤٤,٢	٧٦	راضٍ
		التهميش للمحافظات الصحراوية وعدم الاهتمام بها			غير راضٍ
			*%	تكرار	أسباب الرضا عن الإقامة في الأراضي الجديدة
			١٠٠	٩٦	تحسين مستوى المعيشة
			١٠٠	٩٦	الفرصة مناسبة للاستثمار
			١٠٠	٩٦	اتساع المساحات الزراعية والرعية في تملك
			٢٩,٧	٥١	أرض زراعية
			١٤	٢٤	لإتني من أبناء المنطقة
					الحج المصحى والهجرة

• حسب النسبة المئوية وفقاً لعدد المبحوثين الذين أشاروا إلى رضاهم عن الإقامة في الأراضي الجديدة وعددهم (٩٦ مبحوثاً).

• حسب النسبة المئوية وفقاً لعدد المبحوثين الذين أشاروا إلى عدم رضاهم عن الإقامة في الأراضي الجديدة وعددهم (٧٦ مبحوثاً).

• حسب النسبة المئوية وفقاً لعدد المبحوثين الذين أشاروا إلى عدم رضاهم عن الإقامة في الأراضي الجديدة وعددهم (٧٦ مبحوثاً).

جدول (١١) مدى المشاركة في الأنشطة الإرشادية ومدى تقديم الإرشاد الزراعي لخدمات تسويقية ومدى رضا المبحوثين عنها

المشاركة في الأنشطة الإرشادية	عدد	%	مدى تقديم الإرشاد الزراعي لخدمات تسويقية	تكرار	%
ضعيف (أقل من ١٢ درجة) متوسط (من ١٢ - ٢٠ درجة) كبير (٢١ درجة فأكثر)	٦٧	٣٩	نعم	٦	٣٠
	٨٣	٤٨.٢	لا	١٦٦	٩٦.٥
أسباب ضعف المشاركة في الأنشطة الإرشادية المقدمة - عدم الإعلان عنها بوقت كافي - عدم مناسبة المكان أو الزمان - تقديم خدمات بعيدة عن احتياجات المبحوثين - عدم تواجد المرشد الزراعي بصفة دائمة - ضعف الإمكانيات المالية المتاحة	تكرار	%	الخدمات الإرشادية المطلوبة		
	١٥٣	٨٨.٩	- عقد دورات تدريبية خاصة في مجال التسويق	١٤٣	٨٣
	١٥٠	٨٧.٢	- تعريف الزراع بمناخ تسويقية جديدة	١٤٣	٨٣
			- توفير مستلزمات الإنتاج الزراعي	١٣٦	٧٩.١
			- توفير معلومات عن احتياجات الأسواق داخليا وخارجيا	١٣٦	٧٩.١
			- ضرورة تواجد المرشد بصفة دائمة وتوفير مقر دائم له	١٢٩	٧٥.١
	١٢٢	٧١.٢	- التعرف بمصادر التمويل المتاحة وآلية التعامل معها	١٢٦	٧٣.١
			- التعرف بأهمية جودة الإنتاج والتصدير	١٢٢	٧١.٢
	١٠٠	٥٨.١	- التعرف بأهمية العمل الجماعي وآلية تكوين جمعيات أهلية زراعية	١٢٢	٧١.٢
	١٠٠	٥٨.١		١٠٠	٥٨.١

المراجع

- ١- أبو حطب، رضا عبد الخالق" التخطيط للتنمية العمرانية والبشرية بالمجتمعات الزراعية المستحدثة بسياء في ظل المشروع القومي" مؤتمر الإرشاد الزراعي وتحديات التنمية الزراعية في الوطن العربي، المجلس العربي للدراسات العليا والبحث العلمي، إتحاد الجامعات العربية، ٩-١١ ديسمبر، ١٩٩٨.
- ٢- أبو حطب، رضا عبد الخالق" حصاد دراسات خبرات التوطين السابقة والتطبيقات المستفادة للمجتمعات الزراعية المستحدثة على ترعة السلام" المؤتمر العلمي الثاني حول مستقبل التنمية الزراعية والمجتمعية على ترعة السلام بسياء، العريش، ٣-٥ يوليو ٢٠٠١.
- ٣- أبو سديرة، محمود" خطط استصلاح الأراضي والدور المرتقب للإرشاد الزراعي" مؤتمر الإرشاد الزراعي وتحديات التنمية الزراعية في الوطن العربي، المجلس العربي للدراسات العليا والبحث العلمي، إتحاد الجامعات العربية، ٩-١١ ديسمبر، ١٩٩٨.
- ٤- أحمد، أشرف يونس محمد" خدمات التوطين والاستفادة منها بمنطقة جنوب القنطرة شرق بزمام ترعة السلام" مجلة الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، مجلد ١٤، العدد ٣، ٢٠١٠.
- ٥- إستراتيجية التنمية الزراعية المستدامة ٢٠٣٠ " سياسة التوسع الزراعي الأفقي والتوطين الزراعي" وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، ج.م.ع، يناير ٢٠٠٩.
- ٦- الحفني، محمد غانم" المشكلات المجتمعية للمنتفعين والخريجين بمنطقة غرب النوبارية" نشرة بحثية رقم ١٥٨، معهد بحوث الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية، مركز البحوث الزراعي، وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، ١٩٩٥.
- ٧- السيد، أحمد عبد العزيز" احتياجات الزراع الإرشادية لتحسين إنتاج وتسويق الزيتون في محافظة جنوب سيناء" رسالة ماجستير، كلية الزراعة بالإسماعيلية، جامعة قناة السويس، ٢٠٠٤.
- ٨- الشبراوي، عبد العزيز حسن- محمد أبو الفتوح السلسلي- فاروق أحمد عبد العال " رؤية آنية قبلية للإرشاد الريفي في الأراضي الجديدة بجمهورية مصر العربية" المؤتمر السابع للجمعية العلمية للإرشاد الزراعي" العمل الإرشادي في ضوء التغيرات في جمهور الخدمة الإرشادية الزراعية" المركز المصري الدولي للزراعة بالدقي، القاهرة، ٢٠٠٣.
- ٩- الشهاوي، محمد إبراهيم محمد" الزراعة في الأراضي الجديدة" كلية الزراعة (سابا باشا)، جامعة الإسكندرية، موقع كنانة أون لاين، ٢٠١٢. www.kenanaonline.com
- ١٠- المجالس القومية المتخصصة، تقارير عن الأراضي الجديدة، القاهرة، ١٩٩٦.

١١- عبد الصادق، وحيد محمد" مقارنة بين خصائص وأنشطة المرشد الزراعي في الأراضي الجديدة والأراضي القديمة بمحافظات مصر الوسطى" رسالة دكتوراه، كلية الزراعة، جامعة القاهرة، ٢٠٠٨.

١٢- عبد الغني، هشام محمد" الاحتياجات الإرشادية لشباب الخريجين في مجال زراعة الموالح بمنطقة النوبارية" رسالة ماجستير، كلية الزراعة، جامعة القاهرة، ٢٠٠٥.

١٣- عبد الفتاح، محمود منصور- حسام الدين شلبي- أسامة أحمد البهنساوي- علاء تهايمي مهران" المشكلات والمعوقات التي تواجه المنتجين الزراعيين في الأراضي الجديدة بمحافظة المنيا" المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد ٢١- العدد ٤، ديسمبر ٢٠١١

١٤- عبد الله، عبد الفتاح السيد رمضان" الدور الإرشادي لجمعيات تنمية الزراعة وأسره في مجال تسويق بعض الحاصلات البستانية: دراسة حالة في محافظة الفيوم" رسالة دكتوراه، كلية الزراعة، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٥.

١٥- عثمان، محمود إسماعيل- عبد الخالق علي إسماعيل- أحمد محمود الذهبي " تحليل استراتيجي لمنظومة الإرشاد الزراعي بالأراضي الجديدة بمحافظتي كفر الشيخ والدقهلية" مجلد ٣١، العدد ٩، ٢٠٠٦، مستخلصات البحوث في مجال الإرشاد الزراعي، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي (٢٠٠١-٢٠٠٨ م).

١٦- عثمان، اعتماد شعبان" دراسة تحليلية لأهم الآثار الاقتصادية للتوطن في الأراضي الجديدة — ج.م.خ" رسالة دكتوراه، كلية الزراعة، جامعة القاهرة، فرع الفيوم، ٢٠٠٣.

١٧- عليوة، أحمد جلال عويس" الإرشاد الزراعي...ماضيه-حاضره-مستقبله" الطبعة الأولى، مكتبة أنجلو، ٢٠٠٤.

١٨- عمار، ياسمين أحمد" الأهمية النسبية لمصادر معلومات المزارعين للتغلب على مشكلات الإنتاج الزراعي في واحة سيوه" مجلة الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، المجلد السابع، ٢٠٠٣.

١٩- عوض الله، عزيزة" دور الإرشاد الزراعي في دعم الدور الإنتاجي لزوجات الخريجين بمنطقة النوبارية" المؤتمر السابع للجمعية العلمية للإرشاد الزراعي" العمل الإرشادي في ضوء التغيرات في جمهور الخدمة الإرشادية الزراعية" المركز المصري الدولي للزراعة بالدقي، القاهرة، ٢٠٠٣.

٢٠- فتحي، شادية حسن- أحمد أبو اليزيد- السيد عمر حراجي- عبد الله رمضان" مرتقيات العمل الإرشادي الزراعي في مجال تسويق محصول الطماطم الصيفي للخريجين الجدد بمنطقة بنجر السكر بالنوبارية" المؤتمر الرابع للجمعية العلمية للإرشاد الزراعي" دور الإرشاد الزراعي في تنمية

المشروعات الزراعية الصغيرة للشباب الريفي" المركز المصري الدولي للزراعة بالدقي، القاهرة،
١٩٩٩.

٢١- قاسم، محمد أحمد فراج " الكفاءة الاقتصادية لأهم المحاصيل الحقلية وفقاً لنظم الري المتطور
في الأراضي الجديدة " مجلة الجديد في البحوث الزراعية، كلية الزراعة (سابا باشا)، جامعة
الإسكندرية، المجلد الخامس عشر، العدد الثالث، سبتمبر ٢٠١٠.

٢٢- قشطه، عبد الحليم عباس" الإرشاد الزراعي... رؤية جديدة" دار الندى للطباعة، ٢٠١٢.

٢٣- محرم، إبراهيم سعد الدين- مجدي علي يحيى- أحمد جمال الدين وهبه- إنجي خيري فايد" أثر
تطبيق سياسة التحرر الاقتصادي في قطاع الزراعة على انتماء المنتفعين لأراضيهم المستصلحة-
دراسة بإحدى قرى ج.م.ع" المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد ٢١- العدد ١، مارس
٢٠١١.

٢٤- محروس، سامية عبد العظيم" دور الإرشاد التسويقي في تكنولوجيا ما بعد الحصاد لمحصول
العنب

بالأراضي المستصلحة في مصر" رسالة ماجستير، كلية الزراعة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٣.

٢٥- مديرية الزراعة للأراضي الجديدة بالنوبارية، منشور رسمي، وزارة الزراعة واستصلاح
الأراضي، النوبارية، ١٩٩٦.

مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمحافظة شمال سيناء، بيانات غير منشورة، ٢٠١٣-٢٦

٢٦- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، تقرير عن إستراتيجية البحوث للتنمية الزراعية
المتواصلة، الجيزة، سبتمبر ١٩٩٥.

٢٧- يوسف، عصام عبد الحميد محمد " مشكلات الإنتاج الزراعي لشباب الخريجين ببعض قرى
الأراضي الجديدة بمحافظة كفر الشيخ" مجلة جامعة المنصورة للبحوث الزراعية، مجلد ٢٩، العدد ٣،
٢٠٠٤، مستخلصات البحوث في مجال الإرشاد الزراعي، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي
(٢٠٠١-٢٠٠٨ م).

Analytical Study of the Marketing Problems in North Sinai Governorate

Hanaa Mohamed Hawary
Faculty of Agriculture, Fayoum University

Hanan Saad Aldein Hamid
Deseret Researches Centre

Abstract

This study aimed to: identify the motives of respondents for cultivation in such lands, the significance of the marketing agricultural information sources and the extend of having marketing agricultural problems, the passive impact of such marketing agricultural problems on the respondents, the relationship between some studied independent variables and the extend of having marketing problems, the extend of the passive impact on them, the attitudes of them towards the stability within such lands ,their satisfaction of the residence and the most important extension marketing services presented from the agricultural extension in this field. The study was applied on a regular random sample of farmers .Such sample was about 172 respondents represented about 25% of the total number of possessors within the two villages of the study ; to be 106 respondents in Sadaat village and 66 respondents in Al-Kharba village within the North Sinai Governorate.

The most significant results were represented in determining the motives of the respondents for cultivating in the new lands on which they agreed. Such motives were resembled in increasing the income (88, 9%), and improving the living standard (88, 9). Additionally, the most found information sources were the traders of fertilizers and seeds (3,99), and the agricultural extension (3,34). Moreover, the respondents most exposure with their families and relatives (3,54), friends and neighbors (3,51), on one hand. The study showed that the most important marketing problems facing the respondents, the decrease of marketing experience (3, 65), means of transportation (3, 66), and appropriate means of storing. the increase of the marketing costs (3, 62), the price of transportation as well as the wages of technical trained workers (3, 62),and the problem of quick product damage (3, 44). In

addition, the results showed that the most passive marketing problems were represented in the lack of data about the agricultural harvests (2, 45), the lack of suitable means of storing (5,86), the lack of required support (3), the increase of the wages of technical trained workers(2,76) as well. The problem of increasing the product damage (2,68).

The results showed that 52, 9% of the respondents agreed on living in such modern agricultural areas, and moreover half of them were satisfied with their residence in such lands due to improving living standard, having appropriate opportunity for investment as well as the wide agricultural areas and the desire of owning agricultural land on which all the respondents agreed.