

الاسم	وائل محمد يحيى
عنوان الرسالة	دراسة لدور الإرشاد الزراعي فى تسويق بعض محاصيل الخضر فى محافظة الإسماعيلية
الكلية	الزراعة
القسم	الاقتصاد والإرشاد والمجتمع الريفي
الدرجة العلمية	ماجستير
تاريخ المنح	٢٠١٠
لغة الرسالة	العربية

لجنة الإشراف	
الأستاذ الدكتور	عاطف هلال أمين أصلان (أستاذ الإرشاد الزراعي-كلية الزراعة بالإسماعيلية- جامعة قناة السويس)
الأستاذ الدكتور	أحمد حبش محمد السيد (أستاذ الإرشاد الزراعي-كلية الزراعة بالإسماعيلية- جامعة قناة السويس)
الأستاذ الدكتور	حسن عبد الرحمن القرعلى (رئيس بحوث بقسم البرامج الإرشادية - معهد بحوث الإرشاد الزراعي و التنمية الريفية)

الملخص العربي

استهدفت الدراسة التعرف على درجة معرفة و تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية التسويقية الخاصة بعمليات تسويق محاصيل الخضر الثلاثة المدروسة، و تحديد العلاقة بين كل من درجة معرفة و تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية التسويقية الخاصة بعمليات تسويق محاصيل الخضر الثلاثة المدروسة، والمتغيرات المستقلة، التعرف على الأهمية النسبية للمشكلات التسويقية المتعلقة بمحاصيل الخضر المدروسة من وجهة نظر الزراع المبحوثين، وأجريت الدراسة على عينة عشوائية من مزارعي الخضر المدروسة، وبلغ قوامها ٢٧٣ مزارعا، واستخدمت الدراسة الأساليب الإحصائية المناسبة لتحليل البيانات.

و كانت اهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة أن درجة معرفة و تنفيذ الزراع المبحوثين لعمليات تسويق محصول الطماطم إجمالاً تراوحت بين حد أقصى بدرجة متوسطة ١ درجة، وحد ادنى ٠,١١ درجة لدرجة المعرفة، أن أكثر المصادر تعرض منها الزراع المبحوثين فى الحصول على معلوماتهم التسويقية لمحصول الفراولة كان مصدر الجيران من الزراع ذو الخبرة بالقرية، وأهم المشكلات لمحصول الفاصوليا هى ارتفاع تكاليف الجمع، وعدم وجود محطات آلية للفرز والتدريج، وارتفاع أسعار العبوات، وارتفاع تكاليف النقل.

الكلمات الدالة: الإرشاد التسويقى - التسويق - دور الارشاد التسويقي - العمليات التسويقية

Author	Wael Mohamed YAHIA HASSIN
Title of Thesis	A Study About The Role Of Agriculture Extension in Marketing of Some Vegetables crops In Ismailia Governorate.
Faculty	Agriculture
location	Ismailia
degree	Master (Agricultural Extension)
date	2010
language	arabic

Thesis supervised by

Prof. Dr : Atef Helal Amin Aslan.(Professor of Agricultural Extension, Faculty of Agriculture, Ismailia, Suez Canal University

Prof .Dr: Ahmed Habash Mohamed Elsayed(Professor of Agricultural Extension, Faculty of Agriculture, Ismailia , Suez Canal University.

Prof. Dr : Hassan Abdel- Rahman El Karaly

Professor of Agricultural Extension and Rural Development Research Institute, Agricultural Research Center

abstract

Study aims to knowing the degree of knowledge and excation for the technical recommendation of the operation marketing of vegetable, to Identifeiy the relationship between the degree of farmers knowledge and excation of the technical recommendation of marketing vegetable and the following independent variables

A systematic random sample was chosen from the three biggest districts in Ismailia governorate for the tomoto, strawberry, and green bean the sample size was 273 farmers, The collection period of the date was during November and December 2008 by interview schedule. The statistical tools were averge, percentage and simple correlation.

Results showed About the tomato crop the results showed that the degree of farmers knowledge and exaction for marketing operation ranged between 0.11-1.0. About the strawberry crop that results showed The most sources for obtaining farmers marketing Information farmers was the neighbors. About the green bean crop the results showed. The most problem were the high cost of collection, baking price 2.2 and **transportation, also no auto station for grading.**

Key words : extension marketing, spreading of marketing recommendation

المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
	الباب الأول المقدمة البحثية
٢	- تمهيد
٤	أولاً المشكلة البحثية
٥	ثانياً الأهداف البحثية
٥	ثالثاً أهمية البحث
٦	رابعاً عمق البحث واتساعه.
	الباب الثاني: الاطار النظرى والدرسات السابقة
٨	- تمهيد
٨	أولاً: الاطار النظرى
٨	أ- دور الإرشاد الزراعي فى مجال التسويق
١٢	ب- التسويق
١٢	- مفهوم التسويق
١٣	- أهمية تسويق الحاصلات الزراعية..
١٤	- وظائف التسويق
١٦	ج- لإرشاد التسويقي الزراعي: المفهوم- الأهمية- الأهداف- المهام
٢٢	د- العمليات التسويقية لمحاصيل الخضر المدروسة
٢٧	ثانياً: الدراسات السابقة
	الباب الثالث الطريقة البحثية
٣٥	أولاً- منطقة البحث.
٣٧	ثانياً- عينة البحث وشاملته
٣٨	ثالثاً- مرحلة إعداد استمارة الاستبيان
٣٩	رابعاً- طريقة جمع البيانات
٣٩	خامساً- الاختبار المبدئي للاستمارة

رقم الصفحة	الموضوع
٣٩	سادساً- المعالجة الكمية للبيانات.
٤٠	سابعاً- أدوات تحليل البيانات
٤١	ثامناً- الفروض البحثية.
٤٢	تاسعاً- توصيف عينة البحث
	الباب الرابع
	النتائج ومناقشتها
٥٢	أولاً: درجة معرفة وتنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية التسويقية الخاصة بعمليات تسويق محاصيل الخضر الثلاثة المدروسة
٦٤	ثانياً: العلاقة بين كل من درجة معرفة، وتنفيذ الزراع للتوصيات الفنية التسويقية الخاصة بعمليات تسويق محاصيل الخضر الثلاثة المدروسة والمتغيرات المستقلة موضع الدراسة
٧٦	ثالثاً: التعرف على المصادر التي يستقى منها الزراع المبحوثين معلوماتهم التسويقية لمحاصيل الخضر المدروسة
٨٢	رابعاً: التعرف على الخدمات الإرشادية التسويقية المقدمة ودرجة الأستفاده منها للزراع المبحوثين في مجال تسويق محاصيل الخضر المدروسة
٨٦	خامساً: التعرف على الأهمية النسبية للمشكلات التسويقية المتعلقة بمحاصيل الخضر المدروسة من وجهة نظر الزراع المبحوثين
	الباب الخامس
	ملخص البحث والفوائد التطبيقية للبحث
٩١	- أولاً: ملخص البحث
٩٤	- ثانياً: الفوائد التطبيقية للبحث
	مراجع البحث
٩٦	أولاً: مراجع باللغة العربية
١٠٠	ثانياً: مراجع باللغة الإنجليزية
	ملاحق البحث
١٠٣	- ملحق رقم ١ استمارة الاستبيان للمحاصيل المدروسة
١١٠	- ملحق رقم ٢ جداول البحث
	مستخلص الدراسة باللغة الإنجليزية