

مشكلات نشر الزراعة التعاقدية لمحصول البطاطس في محافظة الإسماعيلية

وائل محمد يحيى ، أحمد حبش محمد السيد، محمد غريب مهدي

قسم الاقتصاد والإرشاد والمجتمع الريفي – كلية الزراعة – جامعة قناة السويس – الإسماعيلية

المستخلص: استهدف البحث بصفة رئيسية التعرف علي مشكلات نشر الزراعة التعاقدية لمحصول البطاطس في محافظة الإسماعيلية، وتحقيق ذلك من خلال عددا من الاهداف الفرعية المرتبطة وهي التعرف على مصادر سماع الزراع عن نظام الزراعة التعاقدية ، والتعرف على بعض البنود التي يمكن أن تساهم في وضع نظام للزراعة التعاقدية بمنطقة البحث، وكذلك التعرف علي المشكلات التي تواجه الزراع في مجال نشر الزراعة التعاقدية، وقد أجرى البحث على عينة قوامها 260 مبحوثا من ثلاث قرى تتبع ثلاث مراكز إدارية تم اختيارهم على معيارين المساحة وعدد الزراع وهي: القصاصين الجديدة من مركز القصاصين، وقرية المحسمة الجديدة من مركز أبو صوير، وقرية البعالوة من مركز النل الكبير بواقع (122،79،59) على الترتيب من القرى المختارة، وتم اختيار الزراع بطريقة عشوائية من كشوف حصر زراع البطاطس بالجمعيات الزراعية لقرى البحث المختارة بتطبيق معادلة كرجيسى ومورجان، وتم جمع بيانات البحث خلال شهري يناير وفبراير 2023 بالمقابلة الشخصية باستخدام استمارة استبيان أعدت لهذا الغرض، واستخدم الحصر العددي والتكرارات والنسب المئوية كأدوات لعرض وتفسير النتائج.

وتلخصت أهم النتائج فيما يلي:

- تبين أن غالبية المبحوثين بنسبة (86%) سمعوا عن نظام الزراعة التعاقدية، وكانت أهم مصادر سماعهم عنها: الأهل والجيران ونكرها 35,7%، ثم الجمعية التعاونية الزراعية بنسبة 23,5 % من المبحوثين.
- كما تبين من النتائج أن أهم المشكلات عدم توافر نشرات ارشادية خاصة بمجال الزراعة التعاقدية بنسبة 56% وبمتوسط قدره 1,7 درجة، ووجود قصور في المعلومات التسويقية الخاصة بالاسعار والكميات بنسبة 53% وبمتوسط قدره 1,6 درجة0
- أن أهم البنود التي يمكن أن تساهم في وضع نظام الزراعة التعاقدية لمحصول البطاطس بمنطقة البحث والتي تبرر التوجه لنظام الزراعة التعاقدية أن الجمعية التعاونية الزراعية جاءت في المرتبة الاولى بنسبة 52,3 % بينما جاءت شركات التصدير في المرتبة الاخيرة بنسبة 13,4 %، وأن بند لم يكن هناك عقود بالشكل القانوني بنسبة 87,5 %، وأن مد الزراع بمبالغ مالية نقدا جاء في المرتبة الاولى بنسبة 39,7 % وأن مد الزراع بالتوصيات الفنية بنسبة 2%.

الكلمات الدالة: التسويق – التعاقد – الارشاد التسويقي

المقدمة والمشكلة البحثية:

والعشرين نتيجة للثورة الهائلة في مجال تكنولوجيا الإتصال التي حولت العالم إلى قرية كونية صغيرة بالإضافة إلى التغير السريع في أذواق المستهلكين، وظاهرة العولمة التي أدت إلى تحرر التجارة وتحويل العالم إلى سوق واحدة يكون الربح فيها هو من ينجح في استخدام الأساليب التسويقية استخداما فعالاً في ظل منافسة شديدة (المنظمة العربية للتنمية الزراعية، أغسطس 1997، ص24) ولاشك أن تنمية وتطوير قطاع الزراعة تتأثر بتسويق المنتجات الزراعية والذي يتم بتطبيق الإدارة المزرعية السليمة، وتطبيق الطرق والتوصيات والبرامج الإرشادية الصحيحة، والتي تبدأ من تحديد نوع التربة والمحصول والصنف المستخدم وطرق الزراعة والري والتسميد والاستخدام الأمثل للمبيدات الكيماوية وطرق مكافحة الآفات الزراعية حتى الحصاد، وتعزيز القدرات التسويقية للزراع بتوفير قنوات التسويق وخاصة لصغار ومتوسطي المزارعين منهم للمنتجات الزراعية ذات الجودة العالية والتي تزيد من فرص تسويق ذلك المنتج بما يعطي القدرة على المنافسة في الأسواق المحلية، والإقليمية، والدولية، ولذلك فإن التنمية الزراعية لا تتحقق بزيادة الإنتاج فحسب بل والقدرة على تسويق ذلك الإنتاج وبأسعار تعود على المزارع بالربحية التي تمكنه من العيش الكريم والثبات والاستمرار في زراعة أرضه. (1998، ص-ص16-19)

تعتبر الزراعة في مصر هي الدعامة الأساسية للبناء الإقتصادي، الإجتماعي حيث تسهم بنصيب كبير في احداث التنمية الشاملة والنهوض بالمجتمع، وتزداد أهميتها باعتبارها مهنة يرتبط بها وبأنشطتها المختلفة أكثر من نصف عدد السكان سواء في النشاط الإنتاجي، أو التسويقي، أو التصنيعي للزراعة، ولكن لازال نظام التسويق الزراعي يمثل عقبة في تحقيق عائد مجزي للفلاح، بل وفقد نسبة كبيرة من هذا العائد نتيجة استغلال الوسطاء والتجار لهم. (شبانة، 2001، ص5)

ويواجه صغار المزارعين بعض القيود، مثل الإفتقار إلى المهارات التقنية التسويقية، وضعف إمكانية الوصول إلى التكنولوجيا، والخدمات المالية، والبنية الأساسية الإجتماعية أو المادية مما أدى الى ضعف قدرتهم على التأثير في السياسات الحكومية الزراعية، ونتيجة لذلك أصبحوا في معظم الحالات عاجزين عن زيادة إنتاجيتهم أو إنتاج فائض للتسويق يمكنهم من زيادة دخلهم النقدي، وحتى إذا استطاعوا إنتاج فائض فإنهم كثيرا ما يفقدون إلى المعلومات التي يحتاجون إليها أو المهارات اللازمة لعمليات تسويق هذا الفائض على نحو فعال ومجز (إسماعيل، 2001، ص3).

وعلى الرغم من الجهود التي تبذلها الدولة من أجل زيادة الإنتاجية الزراعية، إلا أن المشكلات الخاصة بالتسويق مازالت تحتل مكانة الصدارة حيث يظهر في البيئة الإقتصادية الحالية الدور الفعال للتسويق والحاجة الماسة إليه، وقد تعاطم دوره الإستراتيجي في القرن الحادي

إلى أن الزراعة التعاقدية تعتمد على الإرشاد التسويقي بدرجة كبيرة. (بدون ترقيم، 2011)

ومن الجدير بالذكر أن التوجه لنظام الزراعة التعاقدية له العديد من المبررات أهمها: ارتفاع تكلفة المعاملات والممارسات التسويقية، والمخاطرة وعدم التأكد الخاص بالمعاملات في ضوء تجدد الأصول، ولذلك فإن عدم الثبات في السعر والكمية والنوعية والوقت يقود إلى تفضيل التعاقد وأشكال التنسيق الأخرى مع توافر تجدد الأصول، والمخاطر المتصلة بالكمية والنوعية، وعدم كمال السوق الناتج من الآثار الخارجية للمعلومات غير الكاملة، والحاجة إلى مساعدة فنية وإدارية، والاتجاه نحو التجارة والتصنيع في الزراعة في البلاد النامية، وحاجة مصانع الأغذية والصناعات التجهيزية إلى استقرار المواد الخام التي تتناسب إليها بشكل مستقر وعند مستوى قريب من طاقتها الإنتاجية فقد لا يضمن الإعتدال علي الشراء من السوق المفتوح، وتوفير المواد بشكل مستقر (2011، بدون ترقيم).

ومن ناحية أخرى فقد أوجز دليل منظمة الأغذية والزراعة (2011، بدون ترقيم) مزايا التوجه لنظام الزراعة التعاقدية فيما يلي: الربط بين قطاع صغار المزارعين ومصادر المشورة الإرشادية، ونقل المخاطر وعدم اليقين لكلا الطرفين، وتتعهد الجهة الراعية بشراء جميع المنتجات ضمن معايير محددة للجودة والكمية، وتوفر للمزارعين فرص الوصول إلي الحصول علي مجموعة أوسع نطاقا من الخدمات الإدارية والفنية والإرشادية، ويمكن للمزارعين استخدام اتفاقيات العقود كضمانات لترتيب القروض مع الغرف التجارية، وتقدم للصناعات الزراعية الخاصة عادة التكنولوجيا بصورة أكثر فعالية مما تفعل إدارات الإرشاد الزراعي الحكومي، وتقدم للزراع أسعار مستقرة لمحاصيلهم، وتنظم عمليات نقل المحصول عند بوابة المزرعة، وتوفر للجهات المتعاقد معها القبول السياسي، وإتاحة الفرصة للشركات للحصول علي إنتاج المحاصيل من الأراضي التي ما كان أن تصل إليها دون ذلك، مع التمتع في نفس الوقت بميزة إضافية تتمثل في عدم ضرورة شراء هذه الأراضي أو تأجيرها، وكما أن العمل مع صغار المزارعين المتعاقدين يمكن هذه الشركات من تقاسم المخاطر والحصول علي الإمدادات الموثوق بها من المواد الخام لمعامل التصنيع وضمان أن تتماثل منتجاتها مع مواصفات الجودة.

بالرغم من هذه المزايا إلا أنه في الوقت نفسه يواجه العديد من المشكلات منها: مشكلات التنسيق مثل تأخير التسليم أو الدفع وتحديد الجودة، ومشكلاتها كنظام إنتاجي فبالنسبة للمنتجين فإن الفشل في تحقيق معايير عقدية قد يؤدي إلي فقد في أسعار الأساس في العقد، وتجديد العقد أو إنهاؤه لأسباب غير اقتصادية، ومن جانب المشتري فإن الفشل في تحقيق إمداد ثابت أو فقد الاستلام في التوقيت المناسب أو النوعية أو الكمية المطلوبة، وكذلك الخسائر في التغيرات التقنية ومسئولية المنتجين أو الأطراف الأخرى، وقد يكون الفلاحين المهرة أسوأ حالا عند التعاقد مقارنة بحالة أخذ الفرصة في الأسواق المفتوحة، (2011، بدون ترقيم)

وينكر "" (فريد، 2004، ص3) أن أهم المهام والأدوار في مجال التسويق للإرشاد الزراعي كامتداد لأدوار الحكومة هي: توفير المعلومات التسويقية، والإلزام القانوني للعقود بين المتعاقدين من الشركات الأجنبية والمحلية، وإنشاء المستويات القياسية والترتب وقواعد التدرج، والتفتيش على الموازين والمقاييس والمعايير، والمحافظة علي السيولة النقدية والتداول، والرقابة علي الجودة للمنتجات والسلع.

ومن ناحية أخرى ومن خلال البحوث تبين وجود اختلافات حول دور الإرشاد الزراعي في مجال إنتاج وتسويق بعض المحاصيل حيث أثبتت دراسات (وهبه، 1996، ص9)، (الأخوص، 1990، ص557) أن للإرشاد الزراعي دور هام وفعال في تسويق المحاصيل البستانية والتغلب علي المشكلات التي تواجه الزراع، بينما أثبتت دراسة (قنديل، 1994، ص58) أن الإرشاد الزراعي يساهم بدرجة كبيرة في حل مشاكل إنتاج وتسويق محصول القمح، بينما من وجهة نظر الزراع المبحوثين فكان الإرشاد الزراعي يساهم بدور ضعيف في حل هذه المشكلات، ووجد "" (غنيم، 2002، ص110)، (و متولي، 2006، ص120) أن للإرشاد الزراعي دور ضعيف في العمليات الإنتاجية والتسويقية، وأثبتت دراسة "" (زقيزق، 1991، ص159) أن الجهاز الإرشادي الزراعي لا يقوم بدوره في مجال تقليل الفاقد من محصول الطماطم.

وأثبتت دراسة (أبو السعود وآخرون، 2008، ص2) أن المدارس الحقلية كانت أهم مصادر معلومات الزراع المبحوثين، وأن أهم المعوقات التي تواجههم هي: عدم توفير مستلزمات الإنتاج، وعدم إتباع دورة زراعية، وعدم توفير المطبوعات الإرشادية المتخصصة في مجال المكافحة المتكاملة لمحصول الطماطم.

لذا كان من الضروري الاهتمام بالبرامج الإرشادية الخاصة بتوفير المعلومات اللازمة للزراع والمتعلقة بالتسويق والتداول ووضع نظام مركزي لتحليل السوق وتوفير مؤشرات استرشادية للأسعار وكميات وأماكن التصريف بالأسلوب المناسب وفي الأوقات المناسبة للزراع وإرشادهم عن كيفية التعامل معها والإستفادة منها في تعظيم إرباحهم من تسويق لمحصولهم

وهنا يأتي نظام الزراعة التعاقدية كوسيلة مؤسسية لتحسين الأداء الزراعي خاصة في البلاد الأقل نمو، وفي بعض الأحيان كعنصر رئيسي في التنمية الريفية أو مشاريع التوطين، حيث لقي هذا التوجه ترحيبا كبيرا في دول كثيرة، واستخدم كإطار مؤسسي واعد لضمان الحوافز السعرية والتقنية والمدخلات الزراعية الأخرى. ولذا فقد تدخلت كل من الحكومات المحلية والمنشآت الفردية، والشركات متعددة الجنسيات ومؤسسات الأفراد والإعانة الدولية مثل الهيئة الأمريكية للتنمية الدولية، والبنك الدولي، وبنك التنمية الآسيوي، ومؤسسة التنمية للكونولث في ترتيبات الزراعة التعاقدية(2011، بدون ترقيم)

وقد أظهرت التطبيقات الواقعية مصطلحات مختلفة لهذا النظام في المراجع ذات الصلة، حيث عرف ROY الاتفاقات والعقود بأنها ترتيبات سفوية أو مكتوبة بين المنتجين الزراعيين والمنشآت الأخرى تحدد واحد أو أكثر من شروط الإنتاج أو التسويق لمنتج زراعي معين، الأمر الذي يشير

وعموماً فإن الحكومة المصرية تولى اهتماماً خاصاً إلى الزراعة التعاقدية، باعتبارها وسيلة لزيادة دخل المزارعين، ولإجذاب الإستثمار الأجنبي، وتقليل العبء المالى عليها، نظراً لما يقدمه التجار من خدمات، وأنواع الدعم التى عادة ما تقدمه الحكومة، وتسهم الزراعة القائمة على العقود حسنة الإدارة فى زيادة دخل المنتجين، وإرتفاع أرباح المستثمرين وخفض المخاطر (الغنام، 2011م، ص 194)

وبالرغم من الزيادة فى الإنتاج بالمحافظة فإنها لم ترقى إلى المستوى التسويقي المطلوب ويرجع ذلك لنقص معارف ومهارات زراع المحصول للمعلومات والأنشطة التسويقية الخاصة به، ومن خلال الاستراتيجية القومية للتنمية الزراعية المستدامة حتى 2030، والتي تناولت أهمية تطبيق نظام متكامل للزراعة التعاقدية فى مصر فى الوقت الراهن على غرار بعض الدول الأخرى للحد من معاناة المزارعين خاصة، ومن ناحية أخرى فإن الجهود الأرشادية الزراعية تقتصر على تقديم الخدمات المتعلقة بالمعاملات والتقنيات الإنتاجية فقط، دون الأهتمام بالجانب التسويقي، رغم أن التسويق الجيد يبدأ منذ التفكير فى الزراعة، أى ماذا ولمن ومتى نزرع وما هي تفضيلات المستهلك، وماهي الأسعار المتوقعة، فكلها أسئلة ترتبط بمتطلبات السوق، والمحصول المدروس والتي يواجه مشكلات فى تسويقه نظراً لدخول منتجين جدد مما يزيد الحاجة إلى نشر المعلومات الخاصة بالزراعة التعاقدية للزراع والمرتبطة بتسويق المحصول، وتمشيا مع الرؤية المستقبلية لقطاع الزراعة المصرى كان من الضروري إجراء هذا البحث للوقوف على المشكلات التي تقابل نشر الزراعة التعاقدية لمحصول البطاطس في محافظة الإسماعيلية.

اتساقاً مع مقدمة البحث ومشكلته أمكن صياغة الأهداف التالية:-

- التعرف على مصادر سماع الزراع المبحوثين عن الزراعة التعاقدية لمحصول البطاطس بمنطقة البحث.
- التعرف على بعض البنود التي يمكن أن تساهم فى وضع نظام الزراعة التعاقدية لمحصول البطاطس بمنطقة البحث
- التعرف على الأهمية النسبية للمشكلات المتعلقة بنشر الزراعة التعاقدية لمحصول البطاطس بمنطقة البحث.

• الطريقة البحثية

تشمل الطريقة البحثية على المفاهيم الإجرائية للبحث، ومنطقة البحث وعينته، وجمع البيانات، والمعالجة الكمية للبيانات، وأدوات التحليل الإحصائي.

أولاً:- المفاهيم الإجرائية في البحث:

الزراعة التعاقدية : ترتيبات تعاقدية شفوية أو مكتوبة تجرى بين زراع محصول البطاطس وبين الجهات المتعاقد معها، ويحدد فيه شرط أو أكثر من شروط الإنتاج والتسويق للمحصول.

المشكلات التسويقية: هي تلك المعوقات التي تقف حائلاً دون معرفة المعلومات، والعمليات التي تساعد على تسويق محصول البطاطس مما يؤدي إلى زيادة نسبة الفاقد وتلف جزء كبير منه أثناء عملية التسويق.

وقد توصلت دراسة (مي محمد، وآخرون، 2011، ص25) الي أن غالبية المبحوثين يرون أن يكون النظام التعاقدى بين الإرشاد وبين المزارع مباشرة أو بين منظمة للمزارعين ووزارة الزراعة، كما يرون أن تسهيل عملية الإشراف والإرشاد للزراع المتعاقدين وتنظيم عملية التوريد والتسويق هي من أهم أهداف النظام التعاقدى، كما يفضلون أن يتم التعاقد لأكثر من محصول، وأن يشمل محتوى البرنامج التعاقدى كل المحاصيل المتعاقد عليها مع مشاركة الزراع في وضع البرنامج التعاقدى، كما اتفق جميع المبحوثين علي أن الإشراف والمتابعة لتنفيذ التوصيات الفنية هي أهم التزامات الجهاز الإرشادى في النظام التعاقدى، كما رأوا أن أهم التزام للحكومة تجاه النظام التعاقدى هو السيطرة علي أسعار مستلزمات الإنتاج، كما رأي المبحوثين أن تنفيذ التوصيات هو الالتزام الأول للزراع، أما عن الجمهور المستهدف فكانت الاستجابات تفضل أن يستهدف التعاقد صغار الزراع من الرجال والنساء معاً، كما اتفق غالبية المبحوثين على أن تتكون الكوادر الميدانية لبرنامج التعاقد من فريق من العاملين الإرشاديين بالمحافظة والباحثين من محطات البحوث الإقليمية ذوي الخبرة، وأنه يمكن الربط بين مراكز البحوث والنظام التعاقدى.

وللعقود تقسيمات عدة فقد قسمها البعض إلى عقود محدودة الإدارة وفيها يوقع المنتج الزراعي عقدا للحصول علي بعض مدخلات الإنتاج، ولا يوجد أي ضمان حقيقي بالنسبة للسعر. وتكون المسؤولية محددة بالمدخلات الإنتاجية المتفق عليها، أو عقود كاملة الإدارة حيث يكون العقد بين المنتج الزراعي مبينا علي كمية الإنتاج، وفي هذا النوع من التعاقد يتبع المنتج الزراعي بعض الشروط الموضحة في الاتفاق، ومن هنا فإن المنتج يضمن سوقاً محدداً لمنتجه ويحمي نفسه ضد المخاطر. (2011، بدون ترقيم)

ولتقليل المخاطر التسويقية بدأت العديد من الدول فى إتباع نظام التسويق الرأسى للتسويق وهو المراحل المتتالية من الإنتاج، والتسويق، والتي تشمل جودة، وكمية، وميعاد تدفق المنتجات من المزارع إلى المصنعين أوالمستخدمين النهائيين لتلك المنتجات، والتي تعتبر الزراعة التعاقدية أهم آلياته لتقليل تلك المخاطر، والحصول على سعر محدد ومناسب للمحاصيل الزراعية المختلفة (سالم، 2012م، ص 4) ولذا يعمل القطاع الزراعي في إطار استراتيجيات متكاملة لتتوافق معطياتها مع كل مرحلة بما يتمشى مع المتطلبات الإجتماعية، والإقتصادية، والسياسية التي تفرض نفسها علي واقع المناخ المحلي، والإقليمي، والعالمى(حسن، وآخرون، ص ص 3-4)

ويعتبر جهاز الارشاد الزراعى أحد المنظمات الهامة فى مجال الانتاجية الزراعية لذا يتحتم عليه أن يطور من نفسه ومن نوعية الخدمة التي يقدمها لجمهور مسترشديه، وعلي العاملين به أن يكونوا علي القدر الكافي من المعلومات التي تمكنهم من النظر إلي العملية الأنتاجية نظرة شاملة تبدأ بالسوق ثم الإنتاج ثم السوق حتي يمكن تزويد المزارعين بالمعلومات الإنتاجية، والتسويقية التي تساعد على إنتاج حاصلاتهم الزراعية بأعلي صفات جودة ممكنة (العادلي، 1996، ص 19)

ثانياً: منطقة البحث وعينته:

بنسبة 15%، وآخر هذه المصادر جمعية تسويق المحاصيل بالمحافظة بنسبة 9 %، وتشير هذه النتائج الي أن العلاقات الشخصية التي تسود القرية أهم المصادر التي من خلالها سمع المبحوثين عن نظام الزراعة التعاقدية وعلي المسؤولين وضع ذلك في الإعتبار عند تخطيط البرامج الإرشادية والخاصة بتسويق محصول البطاطس المدروسة.

ثانياً:- درجة الأهمية النسبية للمشكلات المتعلقة بالزراعة التعاقدية الخاصة بمحصول البطاطس من وجهة نظر المبحوثين بمحافظة الإسماعيلية

أفادت النتائج البحثية المتعلقة بالتعرف علي الأهمية النسبية للمشكلات التسويقية المتعلقة بالزراعة التعاقدية الخاصة بمحصول البطاطس بمحافظة الإسماعيلية وذلك من وجهة نظر المبحوثين، ومرتبطة تنازلياً وفقاً للنسبة المئوية لمتوسط الأهمية النسبية كما يلي: عدم توافر نشرات إرشادية خاصة بمجال الزراعة التعاقدية بنسبة 56% وبمتوسط قدره 1,7 درجة، ووجود قصور في المعلومات التسويقية الخاصة بالأسعار والكميات بنسبة 53% وبمتوسط قدره 1,6 درجة، والمشكلات المتعلقة بالنقل بنسبة 50% وبمتوسط قدره 1,5 درجة، وقصور دور الإرشاد الزراعي في التوعية بالزراعة التعاقدية بنسبة 46% وبمتوسط قدره 1,4 درجة، وتعدد الوسطاء والتجار في المسالك التسويقية بنسبة 46% وبمتوسط قدره 1,4 درجة، والمشكلات المتعلقة بالبيع بنسبة 43% وبمتوسط قدره 1,3 درجة، والمشكلات المتعلقة بالتخزين بنسبة 40% وبمتوسط قدره 1,2 درجة، وعدم تواجده شركات تصدير بالمنطقة بنسبة 40% وبمتوسط قدره 1,2 درجة، وقصور دور الإرشاد في التوعية بكيفية تسويق المحاصيل بنسبة 36% وبمتوسط قدره 1,1 درجة، وسيطرة العادات والتقاليد الشائعة للزراع في تسويق محصولهم بنسبة 33% وبمتوسط قدره 0,99 درجة، وقلة المعلومات المتاحة عن أسلوب الزراعة التعاقدية بنسبة 32% وبمتوسط قدره 0,95 درجة، وقصور أجهزة الإعلام للتوعية باستخدام الطرق الحديثة بنسبة 29% وبمتوسط قدره 0,89 درجة، واخيراً ضعف المقدره التمويليه للمنتجين مما يجعلهم يبيعون محصولهم مبكراً دون الالتزام بالمواعيد المحددة في العقد بنسبة 28% وبمتوسط قدره 0,84 درجة.

مما يشير إلي أهمية هذه المشكلات وتأثيرها السلبي علي العمل الإرشادي بصفة عامة ونظراً لان الزراعة هم الذين يحددون احتياجاتهم وفقاً لظروفهم السائدة ولذا فمن الضروري مشاركتهم في تخطيط وتنفيذ البرامج الإرشادية الزراعية المتعلقة بالزراعة التعاقدية، حتى لا ينتج قصور في أداء العمل الإرشادي، وعلي المستوى المعرفي والتنفيذي للزراع المبحوثين منتجي محصول البطاطس الخضر من الزراعة التعاقدية بصفة خاصة وهذا يقتضى بذل الجهود المكثفة والمستمرة من قبل الجهاز الإرشادي بمحافظة الإسماعيلية بصفة عامة والمسؤولين عن التدريب وعقد الندوات والبرامج الإرشادية المتعلقة بالزراعة التعاقدية الخاصة بمحصول البطاطس بصفة خاصة، للعمل على اتخاذ الإجراءات اللازمة لإيجاد أنسب الحلول لتلك المشكلات والتي تساعد على رفع معارف ومهارات المبحوثين 0 وأيضاً ضرورة تخطيط وتنفيذ برامج إرشادية في مجال الزراعة التعاقدية لتوعية المبحوثين بالمحافظة وحثهم علي زيادة الإنتاج، مما ينتج عنه رفع مستواهم المعيشي، وتغيير معارفهم ومهاراتهم في مجال الزراعة التعاقدية.

أجري البحث في محافظة الإسماعيلية على ثلاث قرى تتبع ثلاث مراكز ادارية تم اختيارهم على معيارين المساحة وعدد الزراع وهي: قرية القصاصين الجديدة من مركز القصاصين، وقرية المحسمة الجديدة من مركز ابوصوير، وقرية البعالوة من مركز التل الكبير، وباستخدام معادلة كريجسي ومورجان بلغ حجم العينة 260 مبحوثاً بما يمثل 32 % من إجمالي زراع محصول البطاطس بقرى البحث والبالغ عددهم 802 مزارع ، بواقع (122، 79، 59 مبحوثاً) على الترتيب من القرى المختارة وتم اختيارهم بطريقة عشوائية منتظمة من كشوف حصر زراع البطاطس بالجمعيات الزراعية لقرى المختارة.

وتم جمع البيانات بالمقابلة الشخصية مع المبحوثين باستخدام استمارة استبيان، حيث تم تصميم الاستمارة واختبارها مبدئياً علي 20 مزارعاً من فايد، وبعد إجراء التعديلات اللازمة تم جمع البيانات الميدانية خلال شهري يناير وفبراير 2023، وبعد الانتهاء من جمع البيانات تم تفرغها وجدولتها، وتم معالجتها احصائياً من خلال استخدام الحصر العددي، والتكرارات والنسب المئوية كأدوات لعرض وتفسير النتائج.

ثالثاً- المعالجة الكمية للبيانات:

مصادر سماع المبحوثين عن نظام الزراعة التعاقدية: وتم قياسه بسؤال المبحوث عما إذا كان قد سمع عن نظام الزراعة التعاقدية أم لا، على درجتى (1، 0) على الترتيب ثم طلب من المبحوث الذي سمع لتحديد عدد المصادر التي سمع منها عن نظام الزراعة التعاقدية، وتم حصر التكرارات التي ذكرها المبحوثين عن كل من هذه المصادر، وتم ترتيبها تنازلياً وفقاً لذلك.

• تم التعرف علي درجة وجود المشكلات التي تواجه المبحوثين في مجال الزراعة التعاقدية وأمام كل منها استجابتين هي (موجودة، غير موجودة) على درجتين (1 ، 0) على الترتيب وتم تحديد الأهمية النسبية للمشكلات التي تواجه المبحوثين في مجال الزراعة التعاقدية لمحصول البطاطس من وجهة نظر المبحوثين وذلك باختيار أحد أربع استجابات امام كل مشكلة من المشكلات المدروسة وهي هامة، متوسطة الأهمية، قليلة الأهمية، غير هامة ، وبذلك ينال كل مبحوث الدرجات المقابلة لتلك الاستجابات (1،2،3، صفر)

• النتائج ومناقشتها:-

أولاً: مصادر سماع المبحوثين عن نظام الزراعة التعاقدية لمحصول محصول البطاطس المدروسة:

يتناول هذا الجزء من البحث عرضاً للنتائج التي تم التوصل إليها بشأن مصادر سماع المبحوثين عن نظام الزراعة التعاقدية لمحصول محصول البطاطس المدروسة، وقد أشارت النتائج كما هو وارد بالجدول رقم(1) أن غالبية المبحوثين (86%) قد سمعوا عن نظام الزراعة التعاقدية لمحصول محصول البطاطس المدروسة، بينما كانت نسبة الذين لم يسمعوا عنه 14%. فقط، ويسؤال المبحوثين الذين سمعوا عنه عن مصادر سماعهم تبين من نتائج جدول رقم(2) أن الأهل والجيران يتصدر هذه المصادر بنسبة 35%، ويليه الجمعية التعاونية الزراعية بنسبة 22,05%، ثم جمعية تسويق المحاصيل بالقرية بنسبة 18%، فجمعية تسويق المحاصيل بالمركز

التوصيات

- بناءً على النتائج التي أسفرت عنها البحث يمكن التوصية بما يلي :
- أن تتضمن البرامج الإرشادية التركيز على دور الإرشاد الزراعي في تسويق المحاصيل البستانية بصفة عامة ومحصول البطاطس بصفة خاصة.
 - استمرار التوعية والتدريب المناسبين عن طريق الندوات والمؤتمرات والبرامج الإرشادية التعليمية وتحديد مسؤوليات العاملين في الإرشاد الزراعي والمنظمات الأخرى في القيام بالعمليات التسويقية.
 - توفير المعلومات اللازمة لتنمية وعي الزراع بأهمية نظام الزراعة التعاقدية
 - ضرورة التعاقد مع المصانع الخاصة لمحصول البطاطس لتلافي وتقليل الفاقد من المحصول.
 - عمل الترتيبات اللازمة مع الجهات المتعاقدة مع الزراع لتقديم الخدمات الإرشادية المميزة والعلمية في مجالي التسويق الزراعي والتصدير.
 - الاستخدام الأمثل لمدخلات محصول البطاطس للقدرة على المنافسة في الأسواق العالمية.
 - إجراء المزيد من الدراسات التسويقية لتنمية الأثر الإقتصادي بمنطقة البحث.

ثالثاً: البنود المقترحة لوضع نظام للزراعة التعاقدية لمحصول البطاطس بمنطقة البحث.

من خلال ما توصل إليه البحث من نتائج يمكن إقتراح البنود التالية والتي قد تساهم في وضع نظام للزراعة التعاقدية لمحصول البطاطس المدروسة بمنطقة البحث:

أ- **الجهات التي يفضل التعاقد معها:** أظهرت النتائج الواردة بالجدول رقم (3) أن الجمعية التعاونية الزراعية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 52,3% بينما جاءت شركات التصدير في المرتبة الأخيرة بنسبة 13,4%.

ب- **البنود المقترح أن يتضمنها العقد:** أوضحت النتائج الواردة بالجدول رقم (4) أن بند لم يكن هناك عقود بالشكل القانوني بنسبة 87,5%، وجاء مقترح توزيع الزراع للعقود التي تبرم والتي تتضمن البنود التالية بنسبة 12,5% : وهي تعريف الأطراف طرف أول وهو المتعاقد وطرف ثاني وهو المزارع، كمية المحصول المتفق عليه وجودته، السعر وغالباً يكون سعر يومه، وطريقة الدفع وقد يكون منه جزء مقدم عند الاتفاق، ومكان تسليم المنتج وغالباً يكون الحقل، ووقليل ما يكون هناك شرط جزائي.

د- **الخدمات المقترح أن تقدمها الجهات المتعاقد معها للزراع:** أشارت النتائج الواردة بالجدول رقم (5) أن مد الزراع بمبالغ مالية نقداً جاء في المرتبة الأولى بنسبة 39,7%، وفي المرتبة الثانية جاء مقترح مد الزراع بالبذور للصنف المطلوب بنسبة 31%، ثم جاء مقترح مد الزراع بالاسمدة اللازمة في المرتبة الثالثة بنسبة 23,3%، والإشراف من قبل الشركات في المرتبة الرابعة بنسبة 4,1%، وأخيراً مد الزراع بالتوصيات الفنية بنسبة 2%.

المراجع:

- 5- المنظمة العربية للتنمية الزراعية، دور الإرشاد الزراعي في نقل نتائج الأبحاث إلي الزراع وأثره في التنمية المستدامة، الندوة الإقليمية حول تعزيز دور الإرشاد الزراعي في التنمية، جامعة الدول العربية، الخرطوم، أغسطس 1997، ص24.
- 6- المنظمة العربية للتنمية الزراعية، دليل المنظمة العربية للتنمية الزراعية، الزراعة التعاقدية من أجل النمو، available at: <http://www.fao.org/ag/ar.ag21@fao.org> visited in 20/5/2011
- 7- الموسوعة الحرة في الطماطم 'Wicipedie,ag' Available at: visited in: 10-8-2011
- 8- (الموسوعة الزراعية البيطرية - إنتاج الطماطم) Available at: WWW-agrivete.com' visited in 10-8-2011
- 9- الموسوعة الصحية الحديثة. Available at: WWW.Se11ah.com' visited in 10-8-2011

- 1-أباطة، أمين، تشجيع الزراعة التعاقدية وتطوير الجمعيات التعاونية، Available at: <http://www.baladnews.com>' visited in: 17-6-2
- 2- إبراهيم كمال الأخوص، ، وعبد الحليم أحمد مرزيان، دور الإرشاد الزراعي في التغلب علي مشكلات إنتاج وتسويق بعض المحاصيل الزراعية بقرية جريس محافظة المنوفية، مجلة طنطا للبحوث الزراعية، المجلد الثالث، العدد السادس عشر، 1990، ص 577.
- 3- أحمد السيد العادلي، ، مجالات العمل الإرشادي في ظل المتغيرات الجارية، مؤتمر إستراتيجيات العمل الإرشادي التعاوني الزراعي في ظل سياسة التحرر الإقتصادي، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، القاهرة، 1996، ص4 .
- 4- أحمد جمال الدين سيد وهبة، وآخرون، دراسة تقييميه لبعض الجوانب المتعلقة بتسويق الزراع لمحصولهم من القمح بعد تحرير تجارته، نشرة بحثية رقم 159، معهد بحوث الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية، مركز البحوث الزراعية، الجيزة، 1995.

- 17- محمد أحمد فريد، وآخرون، (دكاترة)، أثر تعرض زراع الطماطم الشتوية للمصادر الإرشادية الزراعية علي رفع معرفتهم الانتاجية والتسويقية للمحصول بمحافظة الجيزة، جمعية الإقتصاد الزراعي المصرية، مجلد 14، العدد الثالث، ستمبر 2004، ص 3 .
- 18- محمد نسيم علي سويلم، دكتور، الإرشاد الزراعي، مصر الخدمات العلمية، القاهرة، 1998، ص-ص 16-19.
- 19- مصلحة الزراعة، منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، الأعمال التجارية الزراعية وصغار المزارعين available at: <http://www.fao.org/ag/ar> visited in :15/8/2011
- 20- ممدوح شعبان محمد قنديل، دور الإرشاد الزراعي في حل مشكلات إنتاج وتسويق محصول القمح في محافظة الشرقية، رسالة ماجستير، كلية الزراعة، جامعة الأزهر، القاهرة، 1994، ص 58.
- 21- مي سعد زغول محمد، مجدي حسنين أنور، نوران محمد الصاوي، (دكاترة)، إمكانية استخدام مدخل الزراعة التعاقدية مع الزراع المصريين من وجهة نظر خبراء الإرشاد الزراعي، مجلة الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، المجلد الخامس عشر، العدد الرابع، 2011، ص 25.
- 22- يحيى على زهران، حازم صلاح قاسم (دكتوران)، ورغبة حسن سالم، رؤية مستقبلية للزراعة التعاقدية في مصر: دراسة ميدانية بمحافظة الدقهلية، مجلة العلوم الاقتصادية والإجتماعية الزراعية، مجلد (3)، العدد (7)، المنصورة، 2012م، ص 992.
- 23- Robber. V. Krejcie & Daryle W. Morgan, Determining Sample Size For Research Activities In: Educational and Psychology Measurement, Published by College Station, Durham, North Carolina, U.S.A, Vol.30, 1970. pp.604 -610.
- 10- حسين خليفة قطب متولي، الدور المرتقب للعمل الإرشادي الزراعي في العمل مع زراع البساتين بمحافظة شمال سيناء، (رسالة ماجستير)، كلية الزراعة بالعريش، جامعة قناة السويس، 2006، ص 120.
- 11- خيرى حسن أبو السعود، وآخرون (دكاترة)، معلومات وممارسات زراع الطماطم المشاركين بالمدارس الحقلية بمحافظة الفيوم فيما يتعلق بالمكافحة المتكاملة للآفات وعلاقة كل منهما ببعض المتغيرات، مجلة الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، المجلد الثاني عشر، العدد الثالث، 2008، ص 2.
- 12- صبحي محمد إسماعيل، تشابك أنظمة تسويق المنتجات الزراعية وأهمية التنسيق التسويقي في المملكة العربية السعودية، رسالة دكتوراة، قسم الإقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة الملك سعود، (2001).
- 13- عادل عبد الرحيم زقيرق، دور الإرشاد الزراعي في تقليل الفاقد محصول الطماطم بقرية كوم البركة كفر الدوار محافظة البحيرة، (رسالة ماجستير)، جامعة الإسكندرية، 1991، ص 159.
- 14- عادل فهمي الغنام، وأمير محمد عبدالله (دكتوران)، اتجاهات المزارعين نحو الزراعة التعاقدية بمنطقة البستان، قطاع النوبارية، مجلة الإسكندرية للتبادل العلمي، مجلد (3)، عدد (3)، 2011م، ص 194.
- 15- عبد الغفور حسن، وآخرون (دكاترة)، الدراسة القطرية في ج.م.ع للتعرف علي عناصر الإرشاد التسويقي في مجال تسويق المحاصيل الزراعية، المنظمة العربية للتنمية الزراعية، 1998، ص ص 3-4.
- 16- غنيم محمد غنيم، دور الإرشاد الزراعي في تنمية المعارف التسويقية لزراع بعض محاصيل الخضر في محافظة شمال سيناء، رسالة ماجستير، كلية الزراعة، جامعة الأزهر، القاهرة، 2002، ص 110.

ملحق

جدول رقم (1) توزيع المبحوثين وفقا لسماعهم عن الزراعة التعاقدية

| لم يسمع | | سمع | |
|---------------|-------|---------------------------|-------|
| % | العدد | % | العدد |
| 14 | 36 | 86 | 224 |
| ن = 260 مبحوث | | المصدر: استمارة الاستبيان | |

جدول رقم (2) توزيع الزراع المبحوثين وفقا لمصادر سماعهم عن الزراعة التعاقدية

| م | المصدر | العدد | % |
|---------------------------|--------------------------------|---------------|------|
| 1 | الأهل والجيران | 93 | 35,7 |
| 2 | الجمعية الزراعية | 61 | 23,5 |
| 3 | جمعية تسويق المحاصيل بالقربية | 48 | 18,5 |
| 4 | جمعية تسويق المحاصيل بالمركز | 36 | 13,8 |
| 5 | جمعية تسويق المحاصيل بالمحافظة | 22 | 8,5 |
| | الإجمالي | 260 | 100 |
| المصدر: استمارة الاستبيان | | ن = 260 مبحوث | |

جدول رقم (3) توزيع الزراع وفقا للجهات التي يفضل التعاقد معها

| م | جهات التعاقد | العدد | % |
|---------------------------|----------------------------|---------------|------|
| 1 | الجمعية التعاونية الزراعية | 117 | 52,3 |
| 2 | تاجر الجملة | 39 | 17,8 |
| 3 | جمعية تسويق الخضر والفاكهة | 37 | 16,5 |
| 4 | شركات التصدير | 30 | 13,4 |
| | الإجمالي | 224 | 100 |
| المصدر: استمارة الاستبيان | | ن = 260 مبحوث | |

جدول رقم (4) توزيع الزراع المبحوثين وفقا لبنود عقد التعاقد

| م | جهات التعاقد | العدد | % |
|---|--|-------|------|
| 1 | لم يكن هناك عقود بالشكل القانوني العقود التي تبرم تتضمن البنود التالية: - تعريف الأطراف طرف أول وهو المتعاقد وطرف ثان وهو المزارع. - كمية المحصول المتفق عليه وجودته. - السعر وغالباً يكون سعر يومه. | 196 | 87,5 |
| 2 | - طريقة الدفع وقد يكون منه جزء مقدم عند الاتفاق. - مكان تسليم المنتج وغالباً يكون الحقل. - وقليل ما يكون هناك شرط جزائي. | 28 | 12,5 |
| | الاجمالي | | 100 |

ن = 260 مبحوث

المصدر: استمارة الاستبيان

جدول رقم (5) توزيع الزراع المبحوثين وفقا للخدمات المقترحة من الجهات المتعاقدة

| م | الخدمات المقدمة | التكرارات | % |
|---|---------------------------------|-----------|------|
| 1 | مد الزراع بمبالغ مالية نقداً | 89 | 39,7 |
| 2 | مد الزراع بالبذور الصنف المطلوب | 70 | 31 |
| 3 | مد الزراع بالاسمدة اللازمة | 52 | 23,2 |
| 4 | الاشراف من قبل بعض الشركات | 9 | 4,1 |
| 5 | مد الزراع بالتوصيات الفنية | 5 | 2 |
| | اجمالي التكرارات | 224 | 100 |

ن = 260 مبحوث

المصدر: استمارة الاستبيان

جدول (7) توزيع الزراع المبحوثين وفقاً للأهمية النسبية للمشكلات المتعلقة بالزراعة التعاقدية الخاصة بمحصول البطاطس بمحافظة الإسماعيلية وفقاً للترتيب التنازلي

| الترتيب | لمتوسط % الأهمية | متوسط درجة الأهمية | درجة أهمية المشكلة | | | | | | | | وجود المشكلة | | | | المشكلة | |
|------------|------------------|--------------------|--------------------|-----|---------------|-----|--------|-----|------|-----|--------------|-----|--------|-----|---------|---|
| | | | غير هامة | | قليلة الأهمية | | متوسطة | | هامة | | غير موجودة | | موجودة | | | |
| | | | % | عدد | % | عدد | % | عدد | % | عدد | % | عدد | % | عدد | | |
| الأول | 56 | 1,7 | 11,2 | 36 | 9 | 29 | 7,5 | 24 | 48,8 | 156 | 23,5 | 75 | 76,5 | 245 | 1 | عدم توافر نشرات ارشادية خاصة بمجال الزراعة التعاقدية |
| الثاني | 53 | 1,6 | 7,5 | 24 | 11,2 | 36 | 17,8 | 57 | 39,7 | 127 | 23,8 | 76 | 76,2 | 244 | 2 | وجود قصور في المعلومات التسويقية الخاصة بالاسعار والكميات |
| الثالث | 50 | 1,5 | 15,9 | 51 | 11,8 | 38 | 15,6 | 50 | 34,7 | 111 | 22 | 70 | 78 | 250 | 3 | المشكلات المتعلقة بالنقل |
| الرابع | 46 | 1,4 | 18,4 | 59 | 7,5 | 24 | 15 | 48 | 35,9 | 115 | 23,2 | 74 | 76,8 | 246 | 4 | قصور دور الإرشاد الزراعي في التوعية بالزراعة التعاقدية |
| الخامس | 46 | 1,4 | 16,9 | 54 | 14,1 | 45 | 15,9 | 51 | 31,9 | 102 | 21,2 | 68 | 78,8 | 252 | 5 | تعدد الوسطاء والتجار في المسالك التسويقية |
| السادس | 43 | 1,3 | 14,3 | 46 | 11,9 | 38 | 15 | 48 | 32,2 | 103 | 26,6 | 85 | 73,4 | 235 | 6 | المشكلات المتعلقة بالبيع |
| السابع | 40 | 1,2 | 18,1 | 58 | 13,1 | 42 | 23,1 | 74 | 19,4 | 62 | 26,3 | 84 | 73,7 | 236 | 7 | المشكلات المتعلقة بالتخزين |
| الثامن | 40 | 1,2 | 11,8 | 38 | 11,6 | 37 | 19,6 | 63 | 25 | 80 | 32 | 102 | 68 | 218 | 8 | عدم تواجد شركات تصدير بالمنطقة |
| التاسع | 36 | 1,1 | 14,7 | 47 | 9,7 | 31 | 20,6 | 66 | 22,8 | 73 | 32,2 | 103 | 67,8 | 217 | 9 | قصور دور الإرشاد في التوعية بكيفية تسويق المحاصيل |
| العاشر | 33 | 0,99 | 23,1 | 74 | 6,3 | 20 | 20,3 | 65 | 17,5 | 56 | 32,8 | 102 | 67,2 | 215 | 10 | سيطرة العادات والتقاليد الشائعة للزراع في تسويق محصولهم |
| الحادي عشر | 32 | 0,95 | 29,6 | 93 | 9 | 30 | 16,8 | 54 | 17,5 | 56 | 27,2 | 87 | 72,8 | 233 | 11 | قلة المعلومات المتاحة عن أسلوب الزراعة التعاقدية |
| الثاني عشر | 29 | 0,89 | 17,8 | 57 | 11,6 | 37 | 19,6 | 63 | 19,4 | 62 | 31,6 | 101 | 68,4 | 219 | 12 | قصور أجهزة الإعلام للتوعية باستخدام الطرق الحديثة |
| الثالث عشر | 28 | 0,84 | 72 | 102 | 13,7 | 44 | 8,7 | 28 | 17,8 | 57 | 53,2 | 89 | 72 | 231 | 13 | ضعف المقدره التمويليه للمنتجين مما يجعلهم يبيعون محصولهم مبكراً دون الالتزام بالمواعيد المحددة في العقد |
| | | | | | | | | | | | | | | | | الإجمالي |
| | | | | | | | | | | | | | | | | المتوسط العام |

ن = 260 مبحوث

المصدر: استمارة الاستبيان

Problems of publish Contract Farming farming of potatoes

Wael Mohammed Yahia Hassin; Ahmed Habash Mohammed Elsayed; Mohamed Gharib Mahdy
Agricultural Economics, Extension & Rural Development, faculty of Agricultural, Suez Canal University,
Ismailia, Egypt

Abstract: This research aimed to identify the sources of farmers' hearing about the contract farming system in the research area, as well as identifying the problems facing farmers in the field of spreading contract farming and justifying the approach to the contract farming system for potato crops, and also proposing some items that could contribute to developing a contract farming system in the research area. The research was conducted on a sample of 260 respondents from three villages affiliated with three administrative centers. They were selected based on two criteria: area and number of farmers: the new village of Al-Qassassin from the Al-Qassasin Center, the new village of Al-Mahsama from the Abu Suwayr Center, and the village of Al-Baalwa from the Al-Tall Al-Kabir Center, with (122, 79). 59 respondents) respectively from the selected villages. The respondents were selected in a systematic random manner from the farmers' census lists of the agricultural associations of the research villages. Research data was collected during the months of January and February 2023 through personal interviews using a questionnaire form prepared for this purpose, and numerical counts, frequencies, and percentages were used as tools to present and interpret the results. The most important results are summarized as follows: It was found that the majority of the respondents (88%) had heard about the contract farming system, and the most important sources for hearing about it were: family and neighbors, mentioned by 38%, then the agricultural cooperative society by 25% of the respondents. The results also revealed that the most important problems are the lack of guidance bulletins specific to the field of contract farming, at a rate of 56%, with an average score of 1.7, and the presence of deficiencies in marketing information regarding prices and quantities, at a rate of 53%, with an average score of 1.6. The most important problems of marketing the studied potato crop that justify the approach to the contract farming system are: With regard to the problems of selling the crop, the most important of which was the decrease in the selling prices of the crop by 21.7%, and the exploitation of commercial intermediaries by 32.7%. As for the problems of collecting the crop, the most important of them was carrying out the collection operations. Harvest at inappropriate times by 35.3%, and lack of trained labor by 24.3%. As for marketing information problems, the most important of them was insufficient information on marketing the crop in general, especially in light of free agriculture, by 37.3%, and lack of information. Marketing that reaches farmers by 37%, and with regard to packaging problems, the most important of which was the lack of suitable containers for the crop by 38.1%. The prices of containers, especially for export, increased by 22.5%. As for the problems of sorting and grading, the most important of which was the lack of workers trained in the sorting and grading processes by 37%, and the wages of trained workers increased by 34.6%. With regard to transportation problems, the most important of which was the lack of suitable means of transport for transporting The crop, whether for local markets or export, increased by 36.4%, and the failure to provide means of transportation at the appropriate time by 33.8%.

Keywords: Marketing- Contracting- Marketing Guidance.