

## مجلة الاقتصاد الزراعي والعلوم الاجتماعية

موقع المجلة & متاح على: [www.jaess.journals.ekb.eg](http://www.jaess.journals.ekb.eg)

Cross Mark

## دور مصادر المعلومات في عمليات إنتاج وتسويق المحاصيل الزراعية بمحافظة الدقهلية

خلود على أمين على يونس ، أميرة محمود عبد المعطى رمضان و رغبة حسن محمود سالم\*

قسم الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي - كلية الزراعة - جامعة المنصورة - مصر.

## المخلص

استهدف البحث بصفة رئيسية التعرف على دور مصادر المعلومات في عمليات إنتاج وتسويق المحاصيل الزراعية بمحافظة الدقهلية، وتم إجراء البحث بأربع قرى بمرکز بلفاس بمحافظة الدقهلية، و تم جمع البيانات باستخدام أسلوب الاستبيان بالمقابلة الشخصية لعينة عشوائية بسيطة من أصحاب المشاريع الصغيرة بلغ قوامها (60 مزارع ومزارعة) بنسبة (40,0%) من إجمالي الشاملة خلال الفترة من يناير مايو 2025. وتم استخدام التكرارات والنسب المئوية، واختبار (f)، واختبار أقل فرق معنوي (LSD) كأدوات للتحليل الإحصائي وتتلخص أهم النتائج فيما يلي: 1- جاء المتوسط العام لمستوى تفضيل واستفادة المبحوثين من مصادر المعلومات الست المدروسة (57,7%، 55,8%) على الترتيب. 2- وجاء المتوسط العام لاسهام مصادر المعلومات الست المدروسة بمرآل الزراعة والإنتاج والتسويق (55,3%، 54,3%) على الترتيب. 3- بينما جاء المتوسط العام لدور مصادر المعلومات الست المدروسة في حل المشكلات الزراعية والتسويقية (55,9%) . 4- كما جاء الدور التعريفي من أكثر الأدوار التي تقوم بها مصادر المعلومات الست المدروسة في حل المشكلات الإنتاجية والتسويقية بمتوسط عام بلغ (33,5%) . 5- وأخيرا تبين وجود فروق معنوية بين مصادر المعلومات الست المدروسة وفقا لمستوى تفضيل المبحوثين ومستوى الاستفادة منها وإسهامها في العمليات الإنتاجية والتسويقية ودورها في حل المشكلات عند مستوى معنوية (0,01).

الكلمات الدالة: كفاءة التسويق - الإرشاد الزراعي - المعلومات التسويقية



عن المعلقة

تاريخ التقديم 2025/10/13

تاريخ القبول 2025/10/23

## ثانيا: مصادر المعلومات الالكترونية :

يرى (Reitz:2019) أن مصادر المعلومات الالكترونية هي المصادر المتاحة من خلال وسائط الكترونية وتحتاج إلى برمجيات مناسبة حتي يمكن الاطلاع عليها باستخدام جهاز كمبيوتر أو جهاز هاتف محمول، وهذه المصادر قد تكون متاحة على الإنترنت أو محفوظة على أحد الوسائط غير المتصلة بالانترنت .

## وتقسم إلى:

1- مصادر المعلومات السمعية: وهي ما تعتمد على حاسة السمع في نقل المعلومات. وتشمل

أ- الأسطوانات أو الأقراص: وهي عبارة عن أقراص دائرية مصنوعة من البلاستيك، يتم ضغط المادة المسموعة عليها بطريقة الكيس لتتكون أخاديد عليها، أما عملها فيكون عند تشغيلها بمرور إبرة جهاز الحاك في داخل الأخاديد لتحديث نغديات تصل إلى مكبس الصوت والذي بدوره يحول النغديات إلى صوت مسموع يطابق صوت الأصل قبل عملية التسجيل.

ب- الأشرطة الصوتية: وهي من أهم المصادر السمعية التي تحرص مختلف المكتبات على اقتنائها لما لها من قدرة عالية على تلبية احتياجات الأفراد حتى إنها أصبحت من الصناعات المتقدمة، وتتميز بأنها رخيصة الثمن مقارنة بالأسطوانات كما أن حجمها أقل، وهي سهلة الصيانة.

2- مصدر المعلومات البصرية: وهي ما يعتمد على البصر فقط في نقل المعلومات. ومنها أ- المواد البصرية غير المعروضة: وتشتمل على جميع أنواع الصور التي يتم تخطيطها يدوياً، ثم إنتاجها بعد تحريرها عن طريق طباعتها، ومن أهم أنواع الصور التي يعتمد عليها الباحثون الرسوم التوضيحية كالرسوم الهندسية، والمخططات، ومن الأمثلة على المواد البصرية غير المعروضة أيضاً الرسوم الكاريكاتورية والتي تعبر عن انطباعات وأفكار الرسام الذي رسمها وعادة ما تهدف إلى نقل رسالة ما أو جهة نظر معينة عن شيء ما وتتميز بأن لها تأثيراً انفعالياً.

ب- المواد البصرية المعروضة: وهي المواد التي يتم استخدامها عن طريق جهاز العرض أو جهاز التكبير، ومن أبرز الأمثلة عليها الشفائيات والشرائح، وهي عبارة عن لقطات فيلمية شفافة تمثل صوراً فوتوغرافية محفوظة داخل إطار بلاستيكي ومن أهم ما يميزها سهولة إعدادها وإنتاجها وسهولة استخدامها.

3- مصادر المعلومات السمعية بصرية: وهي ما تمثل مصادر المعلومات التي تعتمد في عملها على السمع والبصر في الوقت ذاته، ومنها

أ- الأفلام المتحركة: والتي تستخدم لعرض الأمور بوسائل متعددة، وهي عبارة عن سلسلة من الصور المرئية والمتحركة التي تعرض على فيلم شفاف أو شريط.

ب- أقراص الفيديو: وهي من الأدوات المتقدمة والمتطورة والتي ترتبط مع الاتجاهات الحديثة لتكنولوجيا الأقراص، وتعتبر من الوسائط المهمة لتخزين المعلومات.

## المقدمة والاستعراض المرجعي

تعد المنتجات الريفية جزءاً أساسياً من الاقتصاد المحلي في العديد من الدول، حيث تساهم في توفير فرص العمل وتحسين مستوى الدخل في المجتمعات الريفية. ومع التغيرات الاقتصادية والاجتماعية، أصبح من الضروري تسويق هذه المنتجات بشكل فعال لمواجهة تحديات المنافسة والوصول إلى الأسواق الواسعة. وهنا تبرز أهمية مصادر المعلومات في تعزيز هذا التسويق، حيث تقوم بدوراً محورياً في تزويد المنتجين الريفيين بالمعلومات اللازمة حول اتجاهات السوق، واحتياجات المستهلكين، وأساليب التعبئة والتغليف، وقنوات التوزيع الحديثة. وتعتبر مصادر المعلومات هي الكيانات المادية الحاملة للمعلومات مثل الكتب والوريات وملفات البيانات المقروءة آلياً وغيرها. وهي مصادر المعرفة التي يستقي منها الباحث والدارس ومتخذو القرار وكل فرد المعلومات والبيانات التي يمكن أن تلبي احتياجاته وترضي اهتمامه. وقد تطورت مصادر المعلومات عبر الزمن تطوراً كبيراً من حيث الكم والنوع فكانت الورقيات من الكتب والوريات وما تزال هي الفئة التقليدية المألوفة أو الشائعة، ثم ابتكر العلماء مادة جديدة تسجل عليها المعلومات في حيز صغير فكانت الأفلام والمصغرات. ثم ظهرت المصادر الإلكترونية وهي المعلومات المخزنة إلكترونياً على وسائط ممغنطة والمتاحة في قواعد بيانات عن طريق الاستقبال المباشر أو باستخدام تقنيات الاتصال (أبو الزين 2010)، وفي ضوء ذلك سنبثول الاستعراض المرجعي تعريف مصادر المعلومات، ومصادر المعلومات الإلكترونية، وتعريف الإرشاد التسويقي وأهدافه، وأخيراً دور الإرشاد الزراعي في مجال التسويق.

## أولاً: تعريف مصادر المعلومات :

يعرفها "مزيش" (2009 ص22) على أنها المصادر التي يحصل منها الفرد على معلومات تحقق احتياجاته، وهي الوسائط الورقية والإلكترونية التي تساعد على حفظ التراث الإنساني والتعريف به وبالمستجدات في المقررات الدراسية والبرامج التعليمية والبحوث العلمية والأحداث السياسية والعلمية والثقافية والترفيهية.

ويرى "على" (2011، ص480) أنها العناصر التي يمكن من خلالها نقل البيانات المهمة المرتبطة مع بعضها البعض لتوفير محتوى للمستخدم لتحقيق الفائدة المرجوة منها، ويجب أن تحمل هذه العناصر بعض المتطلبات التقنية والاجتماعية التي تؤهلها لتكون مورداً جيداً للمعلومات.

وتعرفها "عواشريه" (2016، ص27) على أنها المواد المطبوعة أو غير المطبوعة التي تنقل المعلومات عبرها، حيث يتم نقل المعلومات التي يمكن الاستفادة منها على اختلاف أنواعها عن طريق القنوات الفكرية والوسائل المختلفة التي من شأنها إيصـال المعلومات للمستخدمين.

وعرفها "سيد" (2021 ص7) على أنها جميع الوسائط التي نحصل منها على المعلومات التي نريدها سواء كانت مصادر مقروءة أو مرئية أو مسموعة وسواء كانت تقليدية أو إلكترونية.

\* الباحث المسنول عن التواصل

البريد الإلكتروني: raghdahassan2009@mans.edu.eg

DOI: 10.21608/jaess.2025.431834.1432

- 7- تشجيع المزارعين على تنظيم وحفظ سجلاتهم التسويقية ومساعدتهم على متابعة وتقييم أنظمتهم في مجال التسويق الزراعي.
- 8- التركيز على مفهوم البرنامج الإرشادي الشامل الذي يشمل على التوصيات الفنية المتعلقة بالإنتاج والتسويق الزراعي وذلك لأن هناك عمليات زراعية في مرحلة الإنتاج تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على جودة المنتج وبالتالي عمليات التسويق الزراعي.
- 9- مساعدة المزارعين على تجلوز المشكلات التسويقية الزراعية ومنها استغلال الوسيط والمسامرة.

#### سادساً: دور الإرشاد الزراعي في مجال التسويق:

ينظر كثير من العاملين بأجهزة الإرشاد الزراعي الرسمية في الدول النامية للمشاكل التسويقية على أنها خارج نطاق مهام الإرشاد الزراعي. وحتى لو كان باستطاعة المرشدين الميدانيين تحديد المشاكل التسويقية التي يواجهها المنتجون، فإن قلة خبرتهم في مجال التسويق، وعدم توفر مصادر المعلومات التي يمكن أن تساعدهم في هذا المجال، تجعلهم غير قادرين على تقديم المساعدة الضرورية في مجال التسويق، ويحتاج المنتجون إلى معلومات حول من هم المشترين، وأماكنهم، وتفضيلهم للأصناف وطرق التعبئة والتسليم، وكيفية الاتصال بالمشترين، والأسعار الجارية وتطور الأسعار والتي تسمح لهم بتقرير زراعة محاصيل جديدة أو عالية الجودة أو في غير مواسمها (FAO, 2001).

#### المشكلة البحثية

تشكل مصادر المعلومات فكر الإنسان المعاصر ومستوى تحضره ومواكبته للتغيرات العصرية، ونظراً للتحديات الراهنة التي يواجهها إنسان هذا العصر، فقد حظى مفهوم مصادر المعلومات اهتماماً متزايداً وملحوظاً في مختلف مجالات الحياة العصرية سواء كان على المستوى الفردي أو الجماعي أو المؤسسي، وتلعب مصادر المعلومات دوراً هاماً في عملية اتخاذ القرارات يتجسد هذا الدور في التقليل من درجة الاعتماد على التخمين والتجربة وتركز على الأساليب المنطقية والعقلية، إلا أنه لا يمكن الاستفادة من مصادر المعلومات إلا إذا توفر فيها عدة خصائص كالدقة والحدثة والمصداقية

فالمعلومات ونظم المعلومات أصبحت مورداً أساسياً من موارد أى مؤسسة مثلها مثل الموارد البشرية والأسمالية، لكونها تساهم في رفع إنتاجية المؤسسة وفعاليتها، فيعد أن كانت أى مؤسسة تعتمد على التقارير الورقية التقليدية تحولت إلى النظم المعلوماتية الحديثة، يهدف إلى تزويد الإدارة بالمعلومات الدقيقة والملائمة في الوقت المناسب، على كافة الإدارات العليا أو التنفيذية.

ويظهر أهمية نظام المعلومات الإنتاجية والتسويقية بشكل خاص فيما يوفره إدارة الإنتاج والتسويق من معلومات دقيقة عن المستهلكين، والطلب والمنافسين، والعوامل الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية في البيئة الخارجية، وغيرها من البيانات التي تمكن كافة العاملين والمهنيين من تحديد وقياس الفرص، وتحليل الطلب والتنبؤ به، وتحليل قطاعات السوق من أجل تخطيط وتنفيذ الاستراتيجيات التسويقية المختلفة، وفي القطاع الزراعي بدأ يتعاظم دور مصادر المعلومات والاتصالات الحديثة من خلال الحاسب الآلي والهاتف المحمول وشبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية المختلفة على الشبكة العنكبوتية في إمداد الزارع بما يلزمهم من معلومات في شتى المجالات الزراعية؛

وتساعد مصادر المعلومات في زيادة فاعلية العملية الإرشادية من خلال توفير المعلومات الفنية الخاصة بكل مجال زراعي، وربط الزارع بالأسواق، ورفع مستوى الوعي العام للزارع بالفرص المتاحة أمامهم مثل الدورات التدريبية المتوفرة والمختلفة، وتشخيص المشكلات واقتراح حلول لها، وتسهيل الحصول على قروض للزارع، والرد على استفسارات الزارع، ونشر الرسائل الإرشادية بسرعة في حالة الأزمات والكوارث، وإجراء التقييمات والمسوح، والمتابعة والتقييم للأنشطة الإرشادية المختلفة. (الشافعي، ٢٠١٦، ص 7)

وعلى الجانب الآخر تظهر عدة مشكلات تواجه نظام المعلومات الزراعية ومنها تضارب وضعف مستوى دقة الإحصاءات والمعلومات المتاحة عن الأنشطة الزراعية، وتعدد الجهات المنتجة للمعلومات وضعف التنسيق فيما بينها، وندرة استخدام نظم وقواعد المعلومات في اتخاذ القرارات، خاصة على مستوى الوحدات الإدارية القاعدية وعلى مستوى المزارعين، ووزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، (2009، ص 80)، ولذا تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على دور مصادر المعلومات المختلفة في العمليات الإنتاجية والتسويقية بما يساهم في النهاية في تحقيق أحد الأبعاد الرئيسية لإستراتيجية التنمية الزراعية المصرية 2030.

#### أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة بصفة أساسية للتعرف على دور مصادر المعلومات المدروسة في إنتاج وتسويق المنتجات الزراعية بمحافظة الدقهلية وذلك من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية

4- الإنترنت: وهو عبارة عن مجموعة من شبكات الاتصال التي ترتبط ببعضها، ويتم عن طريقها ربط جهاز الحاسوب مع خط الهاتف، ويمكن بواسطة الإنترنت إرسال واستقبال أي نوع من أنواع المعلومات، ويتميز الإنترنت: بسهولة استخدامه وقلة تكلفته الاقتصادية بالإضافة إلى شموليته في توفير المعلومات، ومن الخدمات التي يوفرها الإنترنت البريد الإلكتروني لتبادل الرسائل على اختلاف أنواعها وخدمة نقل الملفات بين مختلف الحاسبات، بالإضافة إلى خدمات الاتصال عن بعد.

5- الكتاب الإلكتروني: وهو عبارة عن تمثيل رقمي للنصوص المطبوعة بحيث يمكن القارئ من قراءته على جهاز الحاسوب الشخصي، ويتميز بفوائده المتعددة التي تعود على المؤلف، والنشر والقارئ أيضاً، بالإضافة إلى استفادة المكتبات المختلفة ومراكز المعلومات والعاملين فيها من ميزات الكتاب الإلكتروني.

6- الدوريات الإلكترونية: وهي عبارة عن الدوريات التي تصدر بشكل إلكتروني ويتم توزيعها ونشرها عبر الإنترنت بشكل مجاني أو غير مجاني، وتتميز بمعلوماتها الحديثة، وأمانها وصعوبة ضياعها، بالإضافة إلى البحث السريع فيها وسرعة التوجيه من وإلى المصادر العلمية الأخرى.

#### ثالثاً: مصادر المعلومات الزراعية في الإرشاد الزراعي :

ذكر "صالح" (2004) أنه هناك تصنيفات كثيرة لمصادر المعلومات الزراعية حيث تقسم مصادر المعلومات الزراعية إلى :

- 1- مصادر معلومات ذاتية وهي التي تتمثل في خبرة المزارع الشخصية والعائلية ، هذا بالإضافة للمصادر غير الرسمية مثل الأصقاء والجيران .
- 2- مصادر معلومات غير ذاتية وتتمثل تلك المصادر في :  
أ- الهيئات والمؤسسات البحثية الزراعية ( كليات الزراعة ، والمراكز والمعاهد البحثية ، والخبراء المتخصصين) سواء من داخل البلاد أو خارجها في إطار المشروعات البحثية المشتركة والممولة من بعض الهيئات الدولية .  
ب- المصادر الإرشادية والتنموية: كالمرشد الزراعي والعاملين في المشاريع التنموية.

ج- المصادر التجارية: مثل الشركات الزراعية والتجارية والمصدرين وتجار مستلزمات الإنتاج الزراعي ، والاتحادات الإنتاجية والتجارية والأسواق والمعارض الزراعية.

#### رابعاً: تعريف الإرشاد التسويقي

عرفه "سلام" (2002، ص40) بأنه خدمة إرشادية لمساعدة الزارع على تسويق منتجاتهم الزراعية من خلال استخدام العمليات التسويقية التي تمر بالسلعة الزراعية وفي طريقها من المنتج للمستهلك النهائي وفق توقيتات محددة تجعل الإنتاج مطابقاً للسوق التي تستقبله بغرض تعظيم العائد الإنتاجي المزرعي بما يسهم في مستوى معيشته الرفيعة.

ونذكره "ابراهيم" (2003، ص10) بأنه مجموعة الأنشطة المتوقعة أن يقوم بها العاملون بجهاز الإرشاد الزراعي ،أو أى أفراد أو هيئات أو شركات أخرى لتوجيه الزارع ،ومساعدتهم في حل مشكلات الإنتاجية الزراعية أو التسويقية والتي قد تؤثر على أدائهم للعمليات الزراعية للمحاصيل بصفه عامة ولذلك للوصول إلى رفع الكفاءة الإنتاجية الزراعية للمبشرين وتحسين مستواهم المعيشي.

وأشار "الطنوبى" (2021، ص108) بأنه فرع أو مجال من مجالات العمل الإرشادي الزراعي الذي يهتم بنجاح العملية التسويقية من البداية إلى النهاية وذلك بتوصيل المعارف والمعلومات الجيدة في المجال التسويقي الزراعي إلى الزارع وأسره بداية من التفكير في اختيار المزروعات النباتية أو الحيوانية أو الداجنة أو السمكية حتى وصول المنتج منها إلى المستهلك .

#### خامساً: أهداف الإرشاد الزراعي التسويقي :

اتفق كل من "كوكب" (2004، ص ص 64-65)، و "شعبان وآخرون" (2015، ص 47) أن الإرشاد التسويقي يهدف إلى تحقيق الآتي :

- 1- توفير كواد إرشادية مؤهلة وقادرة على القيام بالأنشطة الإرشادية في مجال التسويق الزراعي
- 2- تغيير اتجاهات واهتمامات المزارعين نحو وفرة الإنتاج فقط إلى وفرة الإنتاج مع الجودة المطلوبة محلياً وعالمياً.
- 3- توفير أنظمة معلوماتية حديثة عن التسويق مثل الأسعار والطلب والعرض وتوعية المزارعين على استخدامها.
- 4- تعليم المزارعين كيفية اتخاذ القرارات التسويقية بما ينسجم وقاعدة البيانات التسويقية الزراعية.
- 5- تشجيع المزارعين على التخطيط للأنشطة التسويقية الزراعية ودمجها مع الأنشطة الإنتاجية والتنموية لتصبح مكوناً من مكونات الأعمال الإدارية الزراعية.
- 6- تعريف المزارعين بالأسواق والتجار ومصادر المعلومات التسويقية الزراعية.

بالنسبة للسن والنوع: يتضح من الجدول أن الفئة العمرية الغالبة للمبحوثين هي (50 إلى أقل من 70 سنة) بنسبة (55.0%). وأن الذكور يمثلون النسبة الأكبر من أفراد العينة بنسبة (58.3%).

بالنسبة للمستوى التعليمي: توضح النتائج أن أعلى نسبة من المبحوثين يحملون مؤهل متوسط بنسبة (33.3%).

3. بالنسبة لمتوسط الدخل الشهري: تبين أن غالبية المبحوثين (45.0%) يتراوح دخلهم بين (2000 – 3000 جنيه) في الشهر.

4. أنواع الحيازة الزراعية وحجم الحيازة الزراعية: أظهرت النتائج أن (91.7%) من المبحوثين يمتلكون أراضي زراعية، بينما (8.3%) فقط يعتمدون على الإيجار. كما تشير النتائج إلى أن غالبية المبحوثين (88.3%) لديهم حيازة أقل من فدان، بينما (8.3%) فقط يمتلكون من فدان إلى أقل من 200، و(3.4%) يمتلكون أكثر من 200 فدان. وهذا يؤكد صغر حجم الحيازات الزراعية السائد في مجتمع الدراسة.

5. بالنسبة للمحاصيل المزروعة والحيازة الحيوانية: تحتل المحاصيل الحقلية المرتبة الأولى بنسبة (96.6%). وأن (41.7%) من المبحوثين لديهم حيازة حيوانية.

6. بالنسبة للمشاركة في الأنشطة الإرشادية والقوافل الإرشادية الجامعية وعضوية الجمعيات التعاونية: أظهرت النتائج أن غالبية العظمى من المبحوثين (75.0% و 88.3%) على الترتيب غير مشاركين في الأنشطة الإرشادية، والقوافل الإرشادية الجامعية، و(53.3%) من المبحوثين أعضاء في الجمعيات التعاونية.

7. بالنسبة وجود خدمة الإنترنت في المنزل: تبين أن (65.0%) من المبحوثين لديهم وصلة إنترنت بالمنزل.

بصفة عامة: تشير هذه النتائج إلى أن المبحوثين يتميزون بصغر حجم الحيازات الزراعية، وانخفاض المستوى التعليمي والدخل، مع ضعف المشاركة في الأنشطة الإرشادية، إلا أن نسبة جيدة منهم لديها إمكانية الوصول إلى الإنترنت، ما يمثل فرصة لتعزيز نشر المعلومات الزراعية عبر الوسائل الرقمية.

جدول 2. توزيع المبحوثين (المزارعين والمزارعات) وفقاً للخصائص الشخصية والاتصالية

| المتغيرات المدروسة                       | الاستجابة ن=60       | تكرار    | %    |
|------------------------------------------|----------------------|----------|------|
| - السن                                   | 30 لأقل من 50        | 24       | 40,0 |
|                                          | 50 لأقل من 70        | 33       | 55,0 |
|                                          | 70 فيما فوق          | 3        | 5,0  |
| - النوع                                  | ذكر                  | 35       | 58,3 |
|                                          | أنثى                 | 25       | 41,7 |
| - المستوى التعليمي                       | أمي                  | 14       | 23,3 |
|                                          | يقرا ويكتب           | 7        | 11,7 |
|                                          | تعليم أساسي          | 6        | 10,0 |
|                                          | تعليم متوسط          | 20       | 33,3 |
|                                          | فوق متوسط            | 7        | 11,7 |
|                                          | جامعي                | 6        | 10,0 |
| - متوسط الدخل الشهري                     | 2000-3000            | 27       | 45,0 |
|                                          | 3000-5000            | 9        | 15,0 |
|                                          | 5000 فأكثر           | 24       | 40,0 |
| - نوع الحيازة الزراعية                   | ملك                  | 52       | 86,7 |
|                                          | مشاركة               | 2        | 3,3  |
|                                          | إيجار                | 6        | 10,0 |
|                                          | من قيراط لأقل من 100 | 53       | 88,3 |
| - حجم الحيازة الزراعية                   | 100 لأقل من 200      | 4        | 6,7  |
|                                          | 200 فيما فوق         | 3        | 5,0  |
|                                          | محاصيل خضر           | 1        | 1,7  |
| - أهم المحاصيل المزروعة                  | محاصيل فاكهة         | 1        | 1,7  |
|                                          | محاصيل حقلية         | 58       | 96,6 |
|                                          | - الحيازة الحيوانية  | - يملكون | 25   |
| -لا يملكون                               |                      | 35       | 58,3 |
| - المشاركة في الأنشطة الإرشادية          | مشارك                | 15       | 25,0 |
|                                          | -غير مشارك           | 45       | 75,0 |
| - المشاركة في القوافل الإرشادية الجامعية | مشارك                | 7        | 11,7 |
|                                          | غير مشارك            | 53       | 88,3 |
| - عضوية الجمعيات التعاونية               | مشارك                | 32       | 53,3 |
|                                          | غير مشارك            | 28       | 46,7 |
| - وجود وصلة نت في المنزل                 | يوجد                 | 39       | 65,0 |
|                                          | لا توجد              | 21       | 35,0 |

المصدر: جمعت وصبت من استمارات الاستبيان

4-المجال الزمني:

استغرق جمع بيانات الدراسة حوالي أربعة أشهر متصلة بدأت من يناير حتي مايو 2025 من القرى الأربعة السابقة الذكر.

أولاً: التعرف على مستوى تفضيل المبحوثين لمصادر المعلومات السئة المدروسة ومستوي الاستفادة منها في الحصول على المعلومات الزراعية والتسويقية من وجه نظر المبحوثين (المزارعين والمزارعات).

ثانياً: التعرف على مستوى اسهام مصادر المعلومات السئة المدروسة بالمعلومات اللازمة بمراحل زراعة وتسويق المحاصيل الزراعية من وجه نظر المبحوثين (المزارعين والمزارعات).

ثالثاً: التعرف على مستوى انتشار المشكلات الزراعية والتسويقية المدروسة بالأسواق، و دور مصادر المعلومات السئة المدروسة في حل تلك المشكلات من وجه نظر المبحوثين (المزارعين والمزارعات).

رابعاً: التعرف على نوعية الأدوار التي تقوم بها مصادر المعلومات الست المدروسة في حل المشكلات التسويقية من وجه نظر المبحوثين (المزارعين والمزارعات).

خامساً: تحديد الفروق بين مصادر المعلومات المدروسة وفقاً لمستوي تفضيل المبحوثين ومستوي الاستفادة منها واسهامها في العمليات الإنتاجية والتسويقية، ودورها في حل المشكلات.

## الطريقة البحثية

### 1-التعريفات الإجرائية:

تم استخدام بعض المفاهيم الإجرائية المرتبطة بموضوع البحث، وفيما يلي عرض للتعريفات الإجرائية لتلك المفاهيم:

مصادر المعلومات: ويقصد بها تلك الدراسة المصادر غير الرسمية، والمصادر البشرية الزراعية، والجمعيات والمنظمات الزراعية، والمصادر التجارية، والكتب والوسائط التعليمية، والمصادر الإلكترونية، والتي قد يكون لها دور في إنتاج وتسويق المنتجات الزراعية.

المصادر غير الرسمية: ويقصد بها في تلك الدراسة المزارعين والمزارعات ذوي الخبرة، والأهل والجيران، والأصدقاء، والتي قد يكون لها دور فعال وملاموس في إنتاج وتسويق المنتجات الزراعية بمنطقة الدراسة للفئات المبحوثين.

المصادر البشرية الزراعية: ويقصد بها في هذه الدراسة الدور الذي يقوم به كل من المرشد الزراعي والرائدة الريفية، والاختصاصي الإرشادي، والخبراء والباحثين في إنتاج وتسويق المنتجات الزراعية للمزارعين والمزارعات أفراد العينة المبحوثين.

الجمعيات والمنظمات: ويقصد بها دور كل من المراكز الإرشادية، والجمعيات الزراعية، ومحطات البحوث الزراعية، وكليات الزراعة في إنتاج وتسويق المنتجات الزراعية.

المصادر التجارية: ويقصد بها في هذه الدراسة المصادر التي تساعد في إنتاج وتسويق المنتجات الزراعية بمنطقة الدراسة وتشمل تجار مستلزمات المبيدات والأسمدة، والشركات الزراعية.

الكتب والوسائط التعليمية: ويقصد بها في تلك الدراسة دور الزيارات الحقلية والمنزلية، والحقول الإرشادية، والحملات الإرشادية، والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، والملصقات، والنشرات والمطبوعات في إنتاج وتسويق المنتجات الزراعية للمبحوثين بمنطقة الدراسة.

المصادر الإلكترونية: ويقصد بها في هذه الدراسة الدور التي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي، والواتس اب، ومواقع زراعية إلكترونية، وشبكة المعلومات الدولية (النت) في إنتاج وتسويق المنتجات الزراعية بمنطقة الدراسة للفئات المبحوثين

### 2-المجال الجغرافي:

تم إجراء الدراسة بمحافظة الدقهلية باعتبارها موطن الباحث بمركز بلقاس، حيث تم اختيار أربعة قرى منها بطريقة عمدية، باعتبارهم من أكبر القرى التي بها مشاريع زراعية سواء تربية دواجن أو إنتاج جبن وألبان وهم المعصرة، وبسندبلة وبلقاس خامس، والقنان.

### 3-المجال البشري:

تم اختيار عينة عشوائية بسيطة من أصحاب المشاريع الصغيرة بالقرى الأربعة السابقة حيث بلغ حجم الشاملة (150) مبحوث ومبحوثة، وبلغ حجم العينة (60) بنسبة 40% من إجمالي الشاملة، موزعة كالتالي كما هو موضح بجدول (1)

### جدول 1. توزيع شاملة وعينة الدراسة

| قرى الدراسة | شاملة الدراسة | حجم العينة |
|-------------|---------------|------------|
| المعصرة     | 49            | 20         |
| بسندبلة     | 40            | 16         |
| بلقاس خامس  | 28            | 11         |
| القنان      | 33            | 13         |
| إجمالي      | 150           | 60         |

المصدر: الوحدة المحلية بمركز بلقاس، بيانات غير منشورة، 2024

ويعرض جدول (2) توزيع المبحوثين وفقاً لبعض الخصائص الشخصية والمهنية، ويتضح من الجدول ما يلي:

## 5-مصادر وأدوات جمع بيانات الدراسة:

اعتمدت الدراسة في تجميع بياناتها لتحقيق الأهداف المنشودة أولها المصادر الثانوية والمتوفرة في المراجع والأدبيات ومحركات البحث للحصول علي البيانات والمعلومات المتعلقة بمصادر المعلومات الزراعية، وثانيها المصادر الأولية والتي تم جمعها من المبحوثين من خلال الاستبيان بالمقابلة الشخصية للتعرف علي دور مصادر المعلومات في عمليات التسويق والإنتاج، وقد مر الاستبيان بمجموعة من المراحل حتى يتلاءم مع تحقيق أهداف البحث وتطلب الأمر عدة خطوات مرحلية يمكن إنجازها بما يلي:

1-تم إعداد الصورة المبدئية للاستبيان بعد استعراض ومراجعة عدد من المقررات والدراسات المتعلقة بدور مصادر المعلومات في المجالات الإرشادية المختلفة.  
2-تم عرض الاستبيان قبل طرحه كأداة جمع البيانات على مجموعة من الأساتذة المتخصصين بمجال الإرشاد الزراعي والمحاصيل بكلية زراعة بجامعة المنصورة وذلك لاختبار قدرته على قياس الأهداف التي صمم الاستبيان من أجلها وقد تم بناء على ذلك إجراء بعض التعديلات في صياغة الاستبيان حتى تصبح في صورتها النهائية.

3-تم الاختيار المبدئي للاستبيان: تم إجراء اختباراً مبدئياً لأدوات جمع البيانات على عينة مكونة من (15) مبحث من خارج عينة الدراسة لديهم مشاريع صغيرة من المنازل، وقد نتج عن ذلك تعديل بعض الأسئلة بما يتلاءم مع نتائج وملاحظات الاختبار المبدئي، وبناءً عليه تم صياغة الاستبيان في صورتها النهائية بما يتماشى مع أهداف الدراسة.

4-وللتحقق من ثبات أداة الدراسة تم استخدام معامل الفا كرونباخ، حيث بلغ معامل الثبات (0.84) مما يدل على صلاحية الأداة للتطبيق الميداني.

## 6- قياس المتغيرات والمعالجة الكمية لها:

تم معالجة بعض استجابات المبحوثين بما يلاءم وتحليلها إحصائياً واستخلاص النتائج اللازمة لتحقيق أهداف البحث وذلك على النحو التالي:

### أ- مستوى تفضيل المبحوثين لمصادر المعلومات الستة المدروسة ومستوي الاستفادة منها في الحصول علي المعلومات الزراعية والتسويقية

تم سؤال المبحوث عن مستوى تفضيل المبحوثين لمصادر المعلومات الستة المدروسة ومستوي الاستفادة منها في الحصول علي المعلومات الزراعية والتسويقية والاختيار ما بين الاستجابات (عالي، متوسط، ضعيف، لا يلجأ) و إعطاء المبحوث الدرجات (1،2،3،4) علي الترتيب.

### ب-مستوي اسهام مصادر المعلومات الستة المدروسة بالمعلومات اللازمة للفئات المبحوثة بمراحل زراعة وتسويق المحاصيل الزراعية

تم سؤال المبحوث عن مستوى اسهام مصادر المعلومات الستة المدروسة بالمعلومات اللازمة للفئات المبحوثة بمراحل زراعة وتسويق المحاصيل الزراعية والاختيار ما بين الاستجابات (عالي، متوسط، ضعيف) و إعطاء المبحوث الدرجات (1،2،3) علي الترتيب.

### ج-مستوي انتشار المشكلات الزراعية والتسويقية المدروسة بالأسواق، و دور مصادر المعلومات الستة المدروسة في حل تلك المشكلات من وجه نظر المبحوثين ( المزارعين والمزارعات)

تم سؤال المبحوث عن مستوى انتشار المشكلات الزراعية والتسويقية المدروسة بالأسواق والاختيار ما بين الاستجابات (عالي، متوسط، ضعيف) و إعطاء المبحوث الدرجات (1،2،3) علي الترتيب، وكذلك تم سؤال المبحوث عن دور مصادر المعلومات الستة المدروسة في حل تلك المشكلات من وجه نظر المبحوثين ( المزارعين والمزارعات) والاختيار ما بين الاستجابات (عالي، متوسط، ضعيف) و إعطاء المبحوث الدرجات (1،2،3) علي الترتيب

### د-نوعية الأدوار التي تقوم بها مصادر المعلومات الست المدروسة في حل المشكلات التسويقية من وجه نظر المبحوثين ( المزارعين والمزارعات)

تم سؤال المبحوث عن نوعية الأدوار التي تقوم بها مصادر المعلومات الست المدروسة في حل المشكلات التسويقية والاختيار ما بين الأدوار (التعريف، التعليمي، الخدمي، البحثي، اتخاذ القرار) و إعطاء المبحوث الدرجات (1،2،3،4،5) علي الترتيب.

وقد تم حساب الوزن النسبي من خلال المعادلة التالية: (Ganesh&Dendukuri,2018)

$$\text{الوزن النسبي} = \frac{\text{عدد المبحوثين في كل فئة} \times \text{الدرجة المئوية لكل فئة}}{\text{إجمالي عدد المبحوثين} \times \text{أكبر وزن}} \times 100$$

ولقياس مستوى مستوى اسهام مصادر المعلومات الستة المدروسة بالمعلومات اللازمة للفئات المبحوثة بمراحل زراعة وتسويق المحاصيل الزراعية، ومستوي انتشار المشكلات الزراعية والتسويقية المدروسة بالأسواق،

و دور مصادر المعلومات الستة المدروسة في حل تلك المشكلات من وجه نظر المبحوثين ( المزارعين والمزارعات) تم تقسيم المتوسطات المعرفية وفقاً للمدى النظري الى (33,3 – 55,5 مستوى ضعيف)، (55,6-77,7 متوسط)، (77,8-100 مستوى عالي).

## 7-الفروض البحثية

### الفرض البحثي الأول:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مصادر المعلومات الست المدروسة وهي مصادر غير رسمية، المصادر البشرية الزراعية، جمعيات ومنظمات زراعية، المصادر التجارية، كتب ووسائط تعليمية، مصادر الكترونية وفقاً لمستوي تفضيل المبحوثين لتلك المصادر بمنطقة الدراسة.

### الفرض البحثي الثاني:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مصادر المعلومات الست المدروسة وهي مصادر غير رسمية، المصادر البشرية الزراعية، جمعيات ومنظمات زراعية، المصادر التجارية، كتب ووسائط تعليمية، مصادر الكترونية وفقاً لمستوي استفادة المبحوثين من تلك المصادر بمنطقة الدراسة.

### الفرض البحثي الثالث :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مصادر المعلومات الست المدروسة وهي مصادر غير رسمية، المصادر البشرية الزراعية، جمعيات ومنظمات زراعية، المصادر التجارية، كتب ووسائط تعليمية، مصادر الكترونية وفقاً لمستوي اسهام تلك المصادر بالمعلومات للمبحوثين خلال عمليات الزراعة والإنتاج والعمليات التسويقية .

### الفرض البحثي الرابع :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مصادر المعلومات الست المدروسة وهي مصادر غير رسمية، المصادر البشرية الزراعية، جمعيات ومنظمات زراعية، المصادر التجارية، كتب ووسائط تعليمية، مصادر الكترونية وفقاً لدور تلك المصادر في حل المشكلات التسويقية .

## 8-أدوات التحليل الإحصائي

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية، اختبار (f)، واختبار أقل فرق معنوي (LSD) كأدوات للتحليل الإحصائي وعرض نتائج الدراسة.

## النتائج والمناقشات

### أولاً: مستوى تفضيل المبحوثين لمصادر المعلومات الستة المدروسة ومستوي الاستفادة منها في الحصول علي المعلومات الزراعية والتسويقية .

أظهرت النتائج الموضحة بجدول(3) توزيع مصادر المعلومات الستة المدروسة وهي المصادر غير الرسمية، والمصادر البشرية، والجمعيات والمنظمات، والمصادر التجارية، والكتب والوسائط التعليمية، والمصادر الالكترونية وفقاً لمستوى تفضيل المبحوثين لها ومستوى الاستفادة منها في الحصول علي المعلومات الزراعية والتسويقية .

### أب-النسبة لمستوى تفضيل المبحوثين للمصادر المدروسة في الحصول علي المعلومات الزراعية والتسويقية:

اتضح من نتائج الجدول (3) أن كل من المصادر غير الرسمية، والمصادر التجارية جاءت بالترتيب الأول والثاني بمتوسطات بلغت (74.83% و 74.15%) على الترتيب، بينما احتل كل من المصادر الالكترونية والوسائط التعليمية الترتيب الأخير بمتوسطات بلغت (49.55% و 43.41%) بينما احتلت باقي المصادر ترتيبات وسطية.

### ب- بالنسبة لمستوى استفادة المبحوثين من مصادر المعلومات المدروسة في الحصول علي المعلومات الزراعية والتسويقية:

أوضحت النتائج أن كل من المصادر غير الرسمية، والمصادر التجارية جاءت بالترتيب الأول والثاني بمتوسطات بلغت (75.23% و 71.6%)، وجاءت كل من المصادر البشرية والوسائط التعليمية في المراتب الأخيرة بمتوسطات بلغت (48,1% و 42,9%)، بينما احتلت باقي المصادر ترتيبات وسطية.

بصفة عامة يتضح من نتائج جدول (3) أن المتوسط العام لمستوي تفضيل المبحوثين لمصادر المعلومات المدروسة جاءت بمتوسط عام بلغ (57,7%) ومستوي استفادة بلغ (55,8%)، مما يشير الي أن المبحوثين يفضلون الاعتماد علي المصادر غير الرسمية والمصادر التجارية والجمعيات والمنظمات الزراعية، بينما كان مستوى التفضيل للمصادر الالكترونية ضعيف، وربما يكون هذا راجع لضعف الثقة في المصادر الالكترونية، إضافة الى الافتقار بالثقافة القديم والعادات التقليدية والمصادر المتعارف عليها قديماً مما يستلزم الترويج للمصادر الالكترونية بطرق مختلفة لكي حتى يتسنى الاعتماد عليها واستخدامها الاستخدام الأمثل.

جدول 3. توزيع مصادر المعلومات الست المدروسة وفقاً لمستوى تفضيل المبحوثين لها ومستوى استفادتهم منها في الحصول على المعلومات الزراعية والتسويقية

| الترتيب | الوزن النسبي | مستوى الاستفادة |      |      |      | الترتيب | الوزن النسبي | مستوى التفضيل |      |      |      | المصادر المدروسة                  |
|---------|--------------|-----------------|------|------|------|---------|--------------|---------------|------|------|------|-----------------------------------|
|         |              | % لا يعتمد      | % ض  | % م  | % ع  |         |              | % لا يعتمد    | % ض  | % م  | % ع  |                                   |
| 3       | 71.6         | 13.3            | 10   | 53.3 | 23.3 | 2       | 72.5         | 11.7          | 10   | 55   | 23.3 | حزارة وزراعة ذوى خبرة.            |
| 2       | 74.1         | 10              | 15   | 43.3 | 31.7 | 2       | 72.5         | 10            | 15   | 50   | 25   | -الاهل والجيران                   |
| 1       | 80           | 5               | 6.7  | 51.7 | 36.7 | 1       | 79.5         | 5             | 6.7  | 53.3 | 35   | -الاصدق                           |
| الاول   |              | 75.23           |      |      |      | الاول   |              | 74.83         |      |      |      | المتوسط                           |
| 1       | 49.5         | 36.6            | 35   | 16.7 | 10   | 1       | 52.9         | 35            | 31.7 | 20   | 13.3 | -المشرد الزراعي/ الرائدة الريفية. |
| 2       | 48.7         | 38.3            | 33.3 | 18.3 | 8.3  | 2       | 51.6         | 36.7          | 30   | 23.3 | 10   | -الاحصائي الارشادي.               |
| 4       | 46.6         | 40              | 38.3 | 11.7 | 8.3  | 4       | 49.5         | 38.3          | 35   | 16.7 | 10   | -القادة الريفيين                  |
| 3       | 47.8         | 40              | 33.3 | 20   | 5    | 3       | 50.4         | 38.3          | 30   | 23.3 | 8.3  | خبراء بمجال الزراعة والتسويق.     |
| الخامس  |              | 48.1            |      |      |      | الرابع  |              | 51.1          |      |      |      | المتوسط                           |
| 3       | 44.1         | 53.3            | 21.7 | 20   | 5    | 3       | 46.6         | 51.7          | 16.7 | 25   | 6.7  | -مركز ارشادي.                     |
| 1       | 72.5         | 16.6            | 5    | 50   | 28.3 | 1       | 73.7         | 15            | 1.7  | 56.7 | 26.7 | -جمعية زراعية.                    |
| 2       | 47.5         | 40              | 35   | 20   | 5    | 2       | 50           | 38.3          | 30   | 25   | 6.7  | -محطة بحوث زراعية.                |
| 4       | 40.8         | 55              | 30   | 11.7 | 3.3  | 4       | 42.9         | 53.3          | 25   | 18.3 | 3.3  | -كلية الزراعة.                    |
| الثالث  |              | 51.2            |      |      |      | الثالث  |              | 53.28         |      |      |      | المتوسط                           |
| 2       | 74.1         | 11.6            | 13.3 | 41.7 | 33.3 | 1       | 75.8         | 10            | 11.7 | 43.3 | 35   | تجار مستلزمات (المبيدات-اسمدة).   |
| 1       | 69.2         | 15              | 20   | 38.3 | 26.7 | 2       | 72.5         | 11.7          | 15   | 45   | 28.3 | -الشركات الزراعية.                |
| الثاني  |              | 71.6            |      |      |      | الثاني  |              | 74.15         |      |      |      | المتوسط                           |
| 5       | 40           | 56.7            | 26.7 | 16.7 | -    | 5       | 41.2         | 56.7          | 23.3 | 18.3 | 1.7  | -زيارات حقلية ومنزلية.            |
| 7       | 38.7         | 58.3            | 28.3 | 13.3 | -    | 7       | 39.1         | 58.3          | 26.7 | 15   | -    | -الحقول ارشادية.                  |
| 6       | 39.5         | 56.7            | 28.3 | 15   | -    | 6       | 40.0         | 56.7          | 26.7 | 16.7 | -    | -حملات ارشادية.                   |
| 2       | 44.5         | 45              | 33.3 | 20   | 1.7  | 2       | 44.5         | 46.7          | 31.7 | 18.3 | 3.3  | -برامج اذاعية.                    |
| 1       | 52.5         | 31.7            | 28.3 | 38.3 | 1.7  | 1       | 53.7         | 31.7          | 52   | 40   | 3.3  | -برامج تلفزيونية.                 |
| 3       | 42.8         | 50              | 31.7 | 18.3 | -    | 4       | 42.5         | 50            | 30   | 20   | -    | -ملصقات.                          |
| 4       | 42.5         | 48.3            | 33.3 | 18.3 | -    | 3       | 42.9         | 48.3          | 31.7 | 20   | -    | -نشرات ومطبوعات.                  |
| السادس  |              | 42.93           |      |      |      | السادس  |              | 43.41         |      |      |      | المتوسط                           |
| 2       | 48.3         | 43.3            | 23.3 | 30   | 3.3  | 2       | 50.0         | 40            | 23.3 | 33.3 | 3.3  | -مواقع التواصل الاجتماعي.         |
| 1       | 50.4         | 40              | 21.7 | 35   | 3.3  | 1       | 51.6         | 40            | 18.3 | 36.7 | 2    | -تحقية الواساب.                   |
| 4       | 47.5         | 45              | 23.3 | 28.3 | 3.3  | 3       | 48.3         | 45            | 20   | 31.7 | 3.3  | -مواقع زراعية الكترونية.          |
| 3       | 47.8         | 45              | 20   | 31.7 | 3.3  | 3       | 48.3         | 45            | 20   | 31.7 | 3.3  | -شبكة المعلومات الدولية (الت)     |
| الرابع  |              | 48.5            |      |      |      | الخامس  |              | 49.55         |      |      |      | المتوسط                           |
|         |              | 55.8            |      |      |      |         |              | 57.7          |      |      |      | المتوسط العام                     |

المصدر: جمعت وحسبت من استمارات الاستبيان

ب- بالنسبة اسهام مصادر المعلومات الستة بالمعلومات اللازمة بمراحل التسويق:

أظهرت النتائج أن كل من الجمعيات والمنظمات الزراعية، والمصادر غير الرسمية احتلت الترتيب الأول والثاني بمتوسطات بلغت (73.1%) و(68.1%) على الترتيب، بينما جاءت كل من المصادر الالكترونية، والكتب والوسائط التعليمية بمتوسطات بلغت (42.43%) و(42.17%) على الترتيب في الترتيب الأخير بينما احتلت باقي المصادر ترتيبات وسطية.

صفة عامة تشير نتائج جدول (4) إلى أن المتوسط العام لمستوى اسهام مصادر المعلومات الست المدروسة بالمعلومات خلال عمليات الإنتاج والتسويق بلغت (55.3%)، بينما بلغ المتوسط العام لمستوى اسهام مصادر المعلومات الست المدروسة بالمعلومات خلال العمليات التسويقية (54.3%)، حيث اتضح أن الجمعيات الزراعية من أهم مصادر المعلومات التي يعتمد عليها المزارعون خلال مراحل التسويق والزراعة، وقد يرجع ذلك إلى قرب هذه الجمعيات من المزارعين وقاطعتهم المباشر معهم ولأنها تعمل على توفير الخدمات الزراعية لهم.

جدول 4. توزيع المبحوثين وفقاً لاستجاباتهم حول اسهام مصادر المعلومات المدروسة بمراحل زراعة وتسويق المحاصيل الزراعية.

| مستوي اسهام المصادر المدروسة بالمعلومات خلال مراحل الزراعة / التسويق ن=60 |      |      |      |       |      |                          |      |      |    |       |      |                                | مراحل الزراعة / التسويق المدروسة |   |    |       |
|---------------------------------------------------------------------------|------|------|------|-------|------|--------------------------|------|------|----|-------|------|--------------------------------|----------------------------------|---|----|-------|
| مصادر غير رسمية                                                           |      |      |      |       |      | المصادر البشرية الزراعية |      |      |    |       |      | جميعيات ومنظمات زراعية         |                                  |   |    |       |
| ع                                                                         | م    | ض    | ون   | ترتيب | %ع   | ع                        | م    | ض    | ون | ترتيب | %ع   | م                              |                                  | ض | ون | ترتيب |
| ا- عمليات الزراعة والإنتاج:                                               |      |      |      |       |      |                          |      |      |    |       |      |                                |                                  |   |    |       |
| 1                                                                         | 71.6 | 6.7  | 71.7 | 21.7  | 6.7  | 53.3                     | 40.0 | 55.5 | 6  | 23.3  | 71.7 | اختيار المحصول المناسب .       |                                  |   |    |       |
| 8                                                                         | 67.2 | 13.3 | 71.7 | 15.0  | 8.3  | 53.3                     | 56.6 | 38.3 | 3  | 30.0  | 65.0 | زراعة التقاوي المعتمدة .       |                                  |   |    |       |
| 3                                                                         | 68.8 | 10.0 | 73.3 | 16.7  | 3    | 48.3                     | 58.3 | 38.3 | 1  | 23.3  | 60.0 | العلوي                         |                                  |   |    |       |
| 2                                                                         | 71.1 | 5.0  | 76.7 | 18.3  | 2    | 53.3                     | 55.5 | 40.0 | 6  | 28.3  | 38.3 | ميعاد الزراعة المناسب .        |                                  |   |    |       |
| 6                                                                         | 67.7 | 11.7 | 73.3 | 15.0  | 8.3  | 55.0                     | 57.2 | 36.7 | 2  | 36.7  | 58.3 | نوع التسميد ومعدلاته .         |                                  |   |    |       |
| 3                                                                         | 68.8 | 8.3  | 76.7 | 15.0  | 6.7  | 53.3                     | 55.5 | 40.0 | 6  | 46.7  | 50.0 | المكافحة الكيماوية .           |                                  |   |    |       |
| 5                                                                         | 68.3 | 11.7 | 71.7 | 16.7  | 11.7 | 46.7                     | 56.6 | 41.7 | 3  | 30.0  | 56.7 | عمليات الخف                    |                                  |   |    |       |
| 6                                                                         | 76.7 | 15.0 | 66.7 | 18.3  | 8.3  | 51.7                     | 56.1 | 40.0 | 5  | 28.3  | 63.3 | الجمع / الحصاد                 |                                  |   |    |       |
| المتوسط                                                                   |      |      |      |       |      | 56.41                    |      |      |    |       |      | المتوسط                        |                                  |   |    |       |
| الترتيب                                                                   |      |      |      |       |      | الثالث                   |      |      |    |       |      | الترتيب                        |                                  |   |    |       |
| ب- العمليات التسويقية :                                                   |      |      |      |       |      |                          |      |      |    |       |      |                                |                                  |   |    |       |
| 7                                                                         | 66.6 | 16.7 | 66.7 | 16.7  | 7    | 46.7                     | 51.7 | 50.0 | 8  | 26.7  | 58.3 | الفسرز والتدريج                |                                  |   |    |       |
| 8                                                                         | 65.5 | 16.7 | 70.0 | 13.3  | 3    | 51.7                     | 45.0 | 52.7 | 1  | 26.7  | 55.0 | التعبئة / التغليف              |                                  |   |    |       |
| 4                                                                         | 67.7 | 11.7 | 73.3 | 15.0  | 3    | 58.3                     | 38.3 | 55.0 | 2  | 21.7  | 66.7 | تخزين المحصول                  |                                  |   |    |       |
| 1                                                                         | 70.5 | 8.3  | 71.7 | 20.0  | 5.0  | 55.0                     | 40.0 | 55.0 | 2  | 26.7  | 53.3 | النقل                          |                                  |   |    |       |
| 2                                                                         | 70.0 | 8.3  | 73.3 | 18.3  | 3    | 58.3                     | 38.3 | 55.0 | 2  | 28.3  | 66.7 | القيام بعرض المنتج الزراعي     |                                  |   |    |       |
| 5                                                                         | 67.2 | 11.7 | 75.0 | 13.3  | 3    | 58.3                     | 38.3 | 55.0 | 2  | 30    | 63.3 | القيام بالادعية للمنتج الزراعي |                                  |   |    |       |
| 3                                                                         | 69.4 | 8.3  | 75.0 | 16.7  | 6.7  | 51.7                     | 41.7 | 55.0 | 2  | 33.3  | 33.3 | التسويق                        |                                  |   |    |       |
| 5                                                                         | 67.2 | 13.3 | 71.7 | 15    | 3    | 58.3                     | 38.3 | 55.0 | 2  | 46.7  | 46.7 | زيادة الربحية وتقليل المخاطرة. |                                  |   |    |       |
| المتوسط                                                                   |      |      |      |       |      | 54.08                    |      |      |    |       |      | المتوسط                        |                                  |   |    |       |
| الترتيب                                                                   |      |      |      |       |      | الثالث                   |      |      |    |       |      | الترتيب                        |                                  |   |    |       |

تابع جدول 4. توزيع المبحوثين وفقاً لاستجاباتهم حول مساهمات المصدات المدروسة بمراحل زراعة وتسويق المحاصيل الزراعية.

| مستوي اسهام المصادر المدروسة بالمعلومات خلال مراحل الزراعة / التسويق ن=60 |      |      |      |                    |      |      |      |                 |       |      |      |         | مراحل الزراعة / التسويق المدروسة |                                 |  |  |
|---------------------------------------------------------------------------|------|------|------|--------------------|------|------|------|-----------------|-------|------|------|---------|----------------------------------|---------------------------------|--|--|
| المصادر التجارية                                                          |      |      |      | كتب ووسائط تعليمية |      |      |      | مصادر الكترونية |       |      |      |         |                                  |                                 |  |  |
| ع                                                                         | م    | ض    | و    | ترتيب              | ع    | م    | ض    | و               | ترتيب | ع    | م    | ض       | و                                | ترتيب                           |  |  |
| أ- عمليات الزراعة والإنتاج:                                               |      |      |      |                    |      |      |      |                 |       |      |      |         |                                  |                                 |  |  |
| 5,0                                                                       | 40,0 | 55,0 | 50,0 | -                  | 35,0 | 65,0 | 45,0 | 1               | -     | 33,3 | 6,7  | 44,4    | 1                                | اختيار المحصول المناسب .        |  |  |
| 1,7                                                                       | 41,7 | 56,7 | 48,3 | -                  | 30,0 | 70,0 | 43,3 | 2م              | -     | 31,7 | 68,3 | 43,8    | 2                                | زراعة التلقيح المعتمدة .        |  |  |
| -                                                                         | 36,7 | 63,3 | 45,5 | -                  | 28,3 | 71,7 | 42,7 | 5               | -     | 30,0 | 70,0 | 43,3    | 3                                | السماد .                        |  |  |
| 1,7                                                                       | 35   | 63,3 | 46,1 | 6م                 | 26,7 | 73,3 | 42,2 | 7               | -     | 25,0 | 75,0 | 41,6    | 8                                | ميعاد الزراعة المناسب .         |  |  |
| 3,3                                                                       | 38,3 | 58,3 | 48,3 | 2م                 | 30,0 | 70,0 | 43,3 | 2م              | -     | 30,0 | 70,0 | 43,3    | 3م                               | نوع السماد ومعدلاته .           |  |  |
| 3,3                                                                       | 38,3 | 58,3 | 48,3 | 2م                 | 26,7 | 73,3 | 42,2 | 7م              | -     | 28,3 | 71,7 | 42,7    | 5                                | المكافحة الكيماوية .            |  |  |
| -                                                                         | 38,3 | 61,7 | 46,1 | 6                  | 28,3 | 71,7 | 42,7 | 5               | -     | 28,3 | 71,7 | 42,7    | 5م                               | عمليات الخف .                   |  |  |
| 1,7                                                                       | 38,3 | 60   | 47,2 | 5                  | 30,0 | 70,0 | 43,3 | 2               | -     | 28,3 | 71,7 | 42,7    | 5م                               | عمليات الخف .                   |  |  |
|                                                                           |      |      |      | المتوسط            |      |      |      | المتوسط         |       |      |      | الترتيب |                                  |                                 |  |  |
|                                                                           |      |      |      | 47,47              |      |      |      | 43,08           |       |      |      | 40,6    |                                  |                                 |  |  |
|                                                                           |      |      |      | الرابع             |      |      |      | الخامس          |       |      |      | السادس  |                                  |                                 |  |  |
| المتوسط العام لمستوي اسهام مصادر المعلومات المدروسة بالمعلومات .          |      |      |      |                    |      |      |      |                 |       |      |      |         |                                  |                                 |  |  |
| 55,3                                                                      |      |      |      |                    |      |      |      |                 |       |      |      |         |                                  |                                 |  |  |
| ب- العمليات التسويقية :                                                   |      |      |      |                    |      |      |      |                 |       |      |      |         |                                  |                                 |  |  |
| 1,7                                                                       | 35   | 63,3 | 46,1 | 5م                 | 30   | 70   | 43,3 | 1               | -     | 28,3 | 71,1 | 42,7    | 1م                               | الفهرز والتدريج .               |  |  |
| -                                                                         | 36,7 | 63,3 | 45,5 | 7                  | 25   | 75   | 41,6 | 5               | -     | 26,7 | 73,3 | 42,2    | 7                                | التعبئة / التغليف .             |  |  |
| 1,7                                                                       | 35   | 63,3 | 46,1 | 5                  | 26,7 | 73,3 | 42,2 | 3               | -     | 28,3 | 71,7 | 42,7    | 1م                               | تخزين المحصول .                 |  |  |
| -                                                                         | 36,7 | 63,3 | 45,5 | 7م                 | 25   | 75   | 41,6 | 5م              | 1,7   | 25   | 73,3 | 42,7    | 1م                               | التفصيل .                       |  |  |
| 3,3                                                                       | 35   | 61,7 | 47,2 | 1                  | 25   | 75   | 41,6 | 5م              | -     | 26,7 | 73,3 | 42,7    | 1م                               | القيام بعرض المنتج الزراعي .    |  |  |
| 1,7                                                                       | 36,7 | 61,7 | 46,6 | 3م                 | 25   | 75   | 41,6 | 5م              | -     | 25   | 75   | 41,6    | 8                                | القيام بالداية المنتج الزراعي . |  |  |
| 1,7                                                                       | 38,3 | 60   | 47,2 | 1م                 | 26,7 | 73,3 | 42,2 | 3م              | -     | 28,3 | 71,7 | 42,7    | 1م                               | التسويق .                       |  |  |
| -                                                                         | 40   | 60   | 46,6 | 3                  | 30   | 70   | 43,3 | 1م              | -     | 28,3 | 71,7 | 42,7    | 1                                | زيادة الربحية وتقليل المخاطرة . |  |  |
|                                                                           |      |      |      | المتوسط            |      |      |      | المتوسط         |       |      |      | الترتيب |                                  |                                 |  |  |
|                                                                           |      |      |      | 46,35              |      |      |      | 42,17           |       |      |      | 42,43   |                                  |                                 |  |  |
|                                                                           |      |      |      | الرابع             |      |      |      | السادس          |       |      |      | الخامس  |                                  |                                 |  |  |
| المتوسط العام لمستوي اسهام مصادر المعلومات المدروسة بالمعلومات :          |      |      |      |                    |      |      |      |                 |       |      |      |         |                                  |                                 |  |  |
| 54,3                                                                      |      |      |      |                    |      |      |      |                 |       |      |      |         |                                  |                                 |  |  |

المصدر: جمعت وحسبت من استمارات الاستبيان ون = الوزن النسبي

بوزن نسبي بلغت (79,4% و 78,3%) على الترتيب ، بينما جاء كل من المشكلات المتعلقة "بارتفاع تكاليف النقل لبعيد الأسواق عن مناطق الإنتاج، و غياب دور التعاونيات في مجال التسويق الزراعي خاصة زراع الزراع ، وعدم اهتمام الزراع بعمليات الفرز والتدريج بنفس الوزن النسبي ( 77,2%) في الترتيب الأخير ، واحتلت باقي المشكلات ترتيبات وسطية.

بصفة علمه جاء المتوسط العام لمستوى انتشار المشكلات بمتوسط عام بلغ (77,46%) وهذا مؤشر يعكس أن المشكلات المطروحة تمثل تحدياً رئيسياً أمام تحسين كفاءة الإنتاج والتسويق الزراعي من وجهة نظر المبحوثين ، مما يستدعي على الجهات المسؤولة أن تقوم بدراسة المشكلات ومحاولة إيجاد حلول لها.

وهذه النتائج تشير بوضوح إلى الحاجة لوضع سياسات تسويقية زراعية شاملة تشمل (دعم صغار الزراع وتطوير نظم النقل وتعزيز دور التعاونيات الزراعية ودعم المشروعات الصغيرة) بما يسهم في تقليل الخسائر وزيادة الكفاءة التسويقية.

جدول 5. توزيع المشكلات المدروسة وفقاً لمستوى انتشارها في الأسواق من وجهة نظر المبحوثين

| مستوى انتشار المشكلات ن=60 |      |     |      |       | المشكلات المدروسة                                                                          |
|----------------------------|------|-----|------|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| ع                          | م    | ض   | و    | ترتيب |                                                                                            |
| 36,7                       | 58,3 | 5   | 77,2 | 7     | ارتفاع تكاليف النقل لبعيد الأسواق عن مناطق الإنتاج .                                       |
| 41,7                       | 48,3 | 10  | 77,2 | 7     | غياب دور التعاونيات في مجال التسويق الزراعي خاصة عند الزراع .                              |
| 45                         | 48,3 | 6,7 | 79,4 | 1     | عدم وجود سياسة سعرية واضحة تحمي صغار الزراع .                                              |
| 40                         | 51,7 | 8,3 | 77,2 | 7     | عدم اهتمام الزراع بعمليات الفرز والتدريج والتعبئة الجيدة .                                 |
| 36,7                       | 56,7 | 6,7 | 76,6 | 5     | تعدد الوسطاء في سلسلة التسويق مما يؤثر على عائد المزارع ورفع الأسعار على المستهلك النهائي. |
| 38,3                       | 56,7 | 5   | 77,7 | 4     | عدم توفر المعلومات التسويقية لدعم قرارات المزارع التسويقية.                                |
| 36,7                       | 56,7 | 6,7 | 76,6 | 5     | تلف بعض المنتجات الزراعية خلال عملية النقل لعدم مناسبة وسائل النقل المناسبة.               |
| 36,7                       | 55   | 8,3 | 76,1 | 10    | عدم زراعة المزارع لأصناف عالية الإنتاج.                                                    |
| 40                         | 55   | 5   | 78,3 | 2     | عدم دراسة احتياجات السوق قبل الإنتاج.                                                      |
| 41,7                       | 51,7 | 6,7 | 78,3 | 2     | قلة المشاريع الصغيرة التي تقوم على المحاصيل الزراعية المحلية .                             |
| 77,46                      |      |     |      |       | المتوسط                                                                                    |

المصدر: جمعت وحسبت من استمارات الاستبيان ون = الوزن النسبي

ب- دور مصادر المعلومات الستة المدروسة في حل المشكلات الزراعية والتسويقية من وجهة نظر المبحوثين (المزارعين والمزارعات)

يوضح جدول (6) وشكل (1) توزيع المشكلات المدروسة وفقاً لدور مصادر المعلومات الست المدروسة في حلها من وجهة نظر المبحوثين

1- بالنسبة لدور المصادر غير الرسمية في حل المشكلات الزراعية والتسويقية: احتلت مشكلة "انتشار غياب دور التعاونيات في مجال التسويق الزراعي خاصة عند الزراع ، وعدم وجود سياسة سعرية واضحة تحمي صغار الزراع" في الترتيب الأول والثاني بوزن نسبي (76,7% و 71,1%) على الترتيب كأكثر المشكلات التي كانت المصادر غير الرسمية لها دور بارز في حلها بينما جاءت كل من المشكلات المتعلقة "عدم زراعة المزارع لأصناف عالية الإنتاج، وعدم اهتمام الزراع بعمليات الفرز والتدريج والتعبئة الجيدة بالترتيب الأخير بنفس

الوزن النسبي (66,6%) على الترتيب من حيث قدرة المصادر غير الرسمية على مواجهتها ، بينما احتلت باقي المشكلات ترتيبات وسطية .

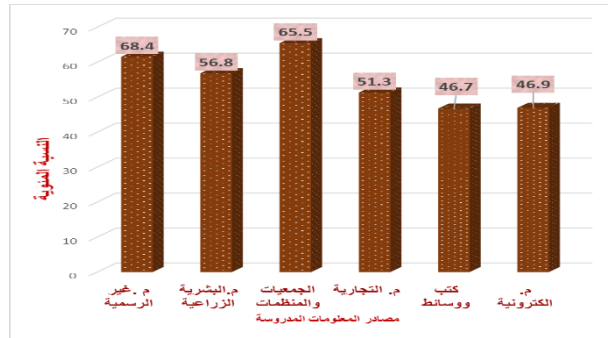
2- بالنسبة لدور المصادر البشرية الزراعية في حل المشكلات الزراعية والتسويقية:

جاءت مشكلة "عدم وجود سياسة سعرية واضحة تحمي صغار الزراع ، وقلة المشاريع الصغيرة التي تقوم على المحاصيل الزراعية المحلية، وعدم دراسة احتياجات السوق قبل الإنتاج في الترتيب الأول والثاني بوزن نسبي بلغ (61,6% و 57,7%) على الترتيب كأكثر المشكلات التي كانت المصادر البشرية الزراعية دور بارز في حلها ، بينما احتلت مشكلات "عدم زراعة المزارع لأصناف عالية الإنتاج ، وعدم اهتمام الزراع بعمليات الفرز والتدريج والتعبئة الجيدة ، وارتفاع تكاليف النقل لبعيد الأسواق عن مناطق الإنتاج بالترتيب الأخير بنفس الوزن النسبي (55,5%) من حيث قدرة المصادر البشرية الزراعية على مواجهتها بينما احتلت باقي المشكلات ترتيبات وسطية.



في سلسلة التسويق مما يؤثر على عائد المزارع ، ورفع الأسعار على المستهلك النهائي و تلف بعض المنتجات الزراعية خلال عملية النقل لعدم مناسبة وسائل النقل المناسبة بالترتيبين الآخرين بوزن نسبي (46,1% و 45%) على الترتيب بينما احتلت باقي المشكلات ترتيبات وسطية.

بصفة عامة جاءت دور مصادر المعلومات مجتمعة في حل المشكلات الزراعية والتسويقية بمتوسط عام متوسط بلغ ( 55,9%) ، حيث جاء كل من المصادر غير الرسمية ، والجمعيات والمنظمات زراعية ، في الترتيبين الأول والثاني بمتوسطات بلغت (68,4% و 65,5%) على الترتيب ، مما يشير الى اعتماد المزارعين بدرجة كبيرة على تجارب الآخرين في حل المشكلات ويبرز أهمية الجوانب الاجتماعية والتقليدية في تداول المعلومات الزراعية ، بينما جاءت كل من الكتب والوسائط التعليمية ، والمصادر الالكترونية في المراتب الأخيرة بمتوسطات بلغت (46,7% و 46,9%) على الترتيب ، الأمر الذي يشير الى ضعف توظيف الوسائل التعليمية والمصادر الالكترونية في التوعية بالمشكلات الزراعية وعدم فاعلية هذه الوسائل في الوصول الى المزارعين بالصورة المطلوبة ويستدعي إعادة النظر في آليات نشر المعرفة الزراعية خلال تلك المصادر لحل المشكلات الزراعية والتسويقية.



شكل 1. دور مصادر المعلومات الستة المدروسة في حل المشكلات الزراعية والتسويقية

**3- بالنسبة لدور الجمعيات ومنظمات زراعية في حل المشكلات الزراعية والتسويقية:** جاءت مشكلة "عدم دراسة احتياجات السوق قبل الإنتاج، وقلة المشاريع الصغيرة التي تقوم على المحاصيل الزراعية المحلية بالترتيب الأول والثاني بوزن نسبي بلغ (71,1% و 70%) على الترتيب كأكثر المشكلات التي كانت للجمعيات والمنظمات الزراعية دور بارز في حلها ، بينما احتلت كل من تعدد الوسطاء في سلسلة التسويق مما يؤثر على عائد المزارع ، و تلف بعض المنتجات الزراعية خلال عملية النقل لعدم مناسبة وسائل النقل المناسبة، ورفع الأسعار على المستهلك النهائي بالترتيبين الآخرين بوزن نسبي بلغ (62,8% و 61,6%) على الترتيب ، بينما احتلت باقي المشكلات ترتيبات وسطية.

**4- بالنسبة لدور المصادر التجارية في حل المشكلات الزراعية والتسويقية:** جاءت كل من "ارتفاع تكاليف النقل لبعيد الأسواق عن مناطق الإنتاج، وغياب دور التعاونيات في مجال التسويق الزراعي خاصة عند الزراعة بالترتيب الأول والثاني بوزن نسبي (53,8% و 52,2%) على الترتيب كأكثر المشكلات التي كانت للمصادر التجارية دور بارز في حلها، بينما احتلت كل من عدم زراعة المزارعين لأصناف عالية الإنتاج ، وتلف بعض المنتجات الزراعية خلال عملية النقل لعدم مناسبة وسائل النقل المناسبة، بالترتيبين الآخرين بوزن نسبي (50,5% و 48,3%) على الترتيب بينما احتلت باقي المشكلات ترتيبات وسطية.

**5- بالنسبة لدور الكتب والوسائط التعليمية في حل المشكلات الزراعية والتسويقية:** جاءت مشكلة "ارتفاع تكاليف النقل لبعيد الأسواق عن مناطق الإنتاج، و عدم وجود سياسة سعرية واضحة تحمي صغار المزارعين بالترتيب الأول والثاني بوزن نسبي (48,3% و 47,7%) على الترتيب كأكثر المشكلات التي كانت للكتب والوسائط التعليمية دور فعال في مواجهتها ، بينما احتلت كل من "عدم توفر المعلومات التسويقية لدعم قرارات المزارع التسويقية ، و تلف بعض المنتجات الزراعية خلال عملية النقل لعدم مناسبة وسائل النقل المناسبة بالترتيبين الآخرين بوزن نسبي (45,5% و 45%) على الترتيب بينما احتلت باقي المشكلات ترتيبات وسطية.

**6- بالنسبة لدور المصادر الالكترونية في حل المشكلات الزراعية والتسويقية:** جاءت مشكلة "ارتفاع تكاليف النقل لبعيد الأسواق عن مناطق الإنتاج، و قلة المشاريع الصغيرة التي تقوم على المحاصيل الزراعية المحلية بالترتيب الأول والثاني بوزن نسبي بلغ (48,8% و 47,7%) على الترتيب كأكثر المشكلات التي كانت للمصادر الالكترونية دور بارز في حلها بينما جاءت كل من تعدد الوسطاء

**جدول 6. توزيع المشكلات الزراعية والتسويقية المدروسة وفقاً لدور مصادر المعلومات الست المدروسة في حلها من وجهة نظر المبحوثين (المزارعين والمزارعات)**

| المشكلات المدروسة                                                                          | دور مصادر المعلومات في حل المشكلات (N=60) |      |      |       |                         |      |        |      |                      |      |      |         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|------|------|-------|-------------------------|------|--------|------|----------------------|------|------|---------|
|                                                                                            | مصدر غير الرسمية                          |      |      |       | المصدر البشرية الزراعية |      |        |      | جمعية ومنظمات زراعية |      |      |         |
|                                                                                            | ع                                         | م    | ض    | ون    | ع                       | م    | ض      | ون   | ع                    | م    | ض    | ون      |
| ارتفاع تكاليف النقل لبعيد الأسواق عن مناطق الإنتاج.                                        | 8,3                                       | 76,7 | 15,0 | 64,4  | 10                      | 5,0  | 58,3   | 36,6 | 11,7                 | 68,3 | 20,0 | 63,8    |
| غياب دور التعاونيات في مجال التسويق الزراعي خاصة عند الزراعة.                              | 15,0                                      | 73,3 | 11,7 | 76,7  | 1                       | 6,7  | 58,3   | 35,0 | 10,0                 | 55,0 | 35,0 | 58,3    |
| عدم وجود سياسة سعرية واضحة تحمي صغار المزارع.                                              | 18,3                                      | 76,7 | 5,0  | 71,1  | 2                       | 20,0 | 45,0   | 35,0 | 1,7                  | 61,6 | 13,3 | 69,4    |
| عدم اهتمام المزارع بعمليات الفرز والتعبئة الجيدة.                                          | 10,0                                      | 80,0 | 10,0 | 66,6  | 7                       | 6,7  | 53,3   | 40,0 | 7                    | 55,5 | 16,7 | 63,8    |
| تعدد الوسطاء في سلسلة التسويق مما يؤثر على عائد المزارع ورفع الأسعار على المستهلك النهائي. | 15,0                                      | 76,7 | 8,3  | 68,8  | 3                       | 6,7  | 56,7   | 36,7 | 6                    | 56,6 | 15,0 | 62,8    |
| عدم توفر المعلومات التسويقية لدعم قرارات المزارع التسويقية.                                | 13,3                                      | 80,0 | 6,7  | 68,8  | 3                       | 8,3  | 55,0   | 36,7 | 4                    | 57,2 | 20,0 | 66,6    |
| تلف بعض المنتجات الزراعية خلال عملية النقل لعدم مناسبة وسائل النقل المناسبة.               | 10,0                                      | 81,7 | 8,3  | 67,2  | 5                       | 5,0  | 53,3   | 41,6 | 10                   | 53,8 | 13,3 | 61,6    |
| عدم زراعة المزارعين لأصناف عالية الإنتاج.                                                  | 10,0                                      | 80,0 | 10,0 | 66,6  | 7                       | 5,0  | 56,7   | 38,3 | 7                    | 55,5 | 15,0 | 67,7    |
| عدم دراسة احتياجات السوق قبل الإنتاج.                                                      | 10,0                                      | 78,3 | 11,7 | 66,1  | 9                       | 6,7  | 60,0   | 33,3 | 2                    | 57,7 | 23,3 | 71,1    |
| قلة المشاريع الصغيرة التي تقوم على المحاصيل الزراعية المحلية.                              | 11,7                                      | 80,0 | 8,3  | 67,7  | 6                       | 6,7  | 60,0   | 33,3 | 2                    | 57,7 | 23,3 | 70      |
| المتوسط                                                                                    |                                           |      |      | 68,4  |                         |      | 56,83  |      |                      | 65,5 |      | الثنائي |
| الترتيب                                                                                    |                                           |      |      | الأول |                         |      | الثالث |      |                      |      |      |         |

المصدر : جمع وحسبت من استمارات الاستبيان ون — الوزن النسبي

**تابع جدول 6. توزيع المشكلات الزراعية والتسويقية المدروسة وفقاً لدور مصادر المعلومات الست المدروسة في حلها من وجهة نظر المبحوثين**

| المشكلات المدروسة                                                                          | دور مصادر المعلومات في حل المشكلات (N=60) |       |      |       |                    |     |      |      |                |      |      |       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------|------|-------|--------------------|-----|------|------|----------------|------|------|-------|
|                                                                                            | المصدر التجارية                           |       |      |       | كتب ووسائط تعليمية |     |      |      | مصدر إلكترونية |      |      |       |
|                                                                                            | ع                                         | م     | ض    | ون    | ع                  | م   | ض    | ون   | ع              | م    | ض    | ون    |
| ارتفاع تكاليف النقل لبعيد الأسواق عن مناطق الإنتاج.                                        | 6,7                                       | 50,0  | 43,3 | 53,8  | 1                  | 1,7 | 43,3 | 55,0 | 3,3            | 41,7 | 53,3 | 48,8  |
| غياب دور التعاونيات في مجال التسويق الزراعي خاصة عند الزراعة.                              | 5,0                                       | 46,7  | 48,3 | 52,2  | 2                  | 5,0 | 30,0 | 65,0 | 5,0            | 30,0 | 65,0 | 46,6  |
| عدم وجود سياسة سعرية واضحة تحمي صغار المزارع.                                              | 5,0                                       | 45,0  | 50,0 | 51,6  | 3                  | 5,0 | 31,7 | 63,3 | 3,3            | 33,3 | 63,3 | 47,2  |
| عدم اهتمام المزارع بعمليات الفرز والتعبئة الجيدة.                                          | 5,0                                       | 45,0  | 50,0 | 51,6  | 3                  | 5,0 | 31,7 | 63,3 | 3,3            | 33,3 | 63,3 | 46,6  |
| تعدد الوسطاء في سلسلة التسويق مما يؤثر على عائد المزارع ورفع الأسعار على المستهلك النهائي. | 3,3                                       | 46,7  | 50,0 | 51,1  | 7                  | 3,3 | 33,3 | 63,3 | 1,7            | 35,0 | 63,3 | 46,1  |
| عدم توفر المعلومات التسويقية لدعم قرارات المزارع التسويقية.                                | 3,3                                       | 48,3  | 48,3 | 51,6  | 3                  | 3,3 | 30,0 | 66,7 | 9              | 45,5 | 30,0 | 50,0  |
| تلف بعض المنتجات الزراعية خلال عملية النقل لعدم مناسبة وسائل النقل المناسبة.               | 1,7                                       | 41,7  | 56,7 | 48,3  | 10                 | 1,7 | 31,7 | 66,7 | 10             | 45   | 66,7 | 31,7  |
| عدم زراعة المزارعين لأصناف عالية الإنتاج.                                                  | 3,3                                       | 45,0  | 51,7 | 50,5  | 9                  | 3,3 | 35,0 | 61,7 | 3              | 33,3 | 61,7 | 47,2  |
| عدم دراسة احتياجات السوق قبل الإنتاج.                                                      | 3,3                                       | 48,3  | 48,3 | 51,6  | 3                  | 3,3 | 38,3 | 60,0 | 3              | 38,3 | 60,0 | 47,2  |
| قلة المشاريع الصغيرة التي تقوم على المحاصيل الزراعية المحلية.                              | 3,3                                       | 46,7  | 50,0 | 51,1  | 7                  | 3,3 | 33,3 | 63,3 | 6              | 33,3 | 61,7 | 47,2  |
| المتوسط                                                                                    |                                           | 51,34 |      | 46,79 |                    |     | 55,9 |      |                | 46,9 |      | الخمس |
| الترتيب                                                                                    |                                           | لرابع |      | السلس |                    |     |      |      |                |      |      |       |
| المتوسط العام                                                                              |                                           |       |      |       |                    |     |      |      |                |      |      |       |

المصدر : جمع وحسبت من استمارات الاستبيان ون — الوزن النسبي

أظهرت النتائج أن الدور الخدمي قد احتل المرتبة الأولى بالنسبة للمصادر غير الرسمية بمتوسط عام بلغ (50,56%)، وأن الدور التعليمي قد احتل المرتبة الأولى بالنسبة للمصادر البشرية بمتوسط عام بلغ (60,82%)، كما احتل الدور البحثي المرتبة الأولى بالنسبة للجمعيات والمنظمات بمتوسط عام بلغ (51,6%)، وأن

رابعا: نوعية الأدوات التي تقوم بها مصادر المعلومات الست المدروسة في حل المشكلات التسويقية من وجهة نظر المبحوثين ( المزارعين والمزارعات يوضح جدول (7) توزيع مصادر المعلومات الست المدروسة وفقاً لنوعية دورها في حل المشكلات التسويقية من وجهة نظر المبحوثين. حيث

بلغ (33,8%)، كما احتل الدور البحثي واتخاذ القرار المراتب الأخيرة بمتوسطات بلغت (11,3%)، و(0,66%) على الترتيب، مما يستلزم ضرورة الاهتمام بتعريف الزراع بمصادر المعلومات المتعددة ومن ثم التعرف على كافة أدوارها الممكنة حتى يتسنى استخدامها الاستخدام الأمثل .

الدور الخدمي قد احتل المرتبة الأولى بالنسبة للمصادر التجارية بمتوسط عام بلغ (50,0%)، بينما احتل الدور التعليمي المرتبة الأولى بالنسبة للكتب والوسائط التعليمية بمتوسط عام بلغ (48,8%)، وأخيراً احتل الدور التعريفي المرتبة الأولى للمصادر الإلكترونية بمتوسط عام بلغ (60,0%).

علامة يتضح من الجدول أن الدور التعريفي قد احتل المرتبة الأولى من حيث أكثر الأدوار التي تقوم بها مصادر المعلومات الست المدروسة بمتوسط عام

**جدول 7. توزيع مصادر المعلومات الست المدروسة وفقاً لنوعية دورها في حل المشكلات التسويقية من وجه نظر المبحوثين ( المزارعين والمزارعات)**

| المصادر المدروسة                      | نوعية الأدوار المدروسة |      |       |        |       |      |       |      |      |      |     |     |
|---------------------------------------|------------------------|------|-------|--------|-------|------|-------|------|------|------|-----|-----|
|                                       | تعريفي                 |      |       | تعليمي |       |      | خدمي  |      |      | بحثي |     |     |
|                                       | عدد                    | %    | عدد   | %      | عدد   | %    | عدد   | %    | عدد  | %    | عدد | %   |
| مصادر غير رسمية                       | 9                      | 15,0 | 16    | 26,7   | 34    | 56,7 | -     | -    | -    | -    | 1   | 1,7 |
| مزارعين ومزارعات ذوى خبرة.            | 25                     | 41,7 | 3     | 5,0    | 31    | 51,7 | 1     | 1,7  | -    | -    | -   | -   |
| الأهل والجيران                        | 25                     | 41,7 | 9     | 15     | 26    | 43,3 | -     | -    | -    | -    | -   | -   |
| الأصدقاء                              | 32,8                   |      | 15,56 |        | 50,56 |      | 56    |      | 56   |      | 4   |     |
| الترتيب                               | 2                      |      | 3     |        | 1     |      | 4     |      | 4    |      | 4   |     |
| مصادر بشرية                           | 15                     | 25,0 | 38    | 63,3   | 7     | 11,7 | -     | -    | -    | -    | -   | -   |
| المُرشد الزراعي/ الرائدة الريفية.     | 12                     | 20,0 | 41    | 68,3   | 7     | 11,7 | -     | -    | -    | -    | -   | -   |
| الإخصائي الإرشادي.                    | 14                     | 23,3 | 40    | 66,7   | 5     | 8,3  | 1     | 1,7  | -    | -    | -   | -   |
| القادة الريفيين                       | 5                      | 8,3  | 27    | 45,0   | 6     | 10,0 | 22    | 36,7 | -    | -    | -   | -   |
| خبراء وباحثين بمجال الزراعة والتسويق. | 19,15                  |      | 60,82 |        | 10,42 |      | 9,6   |      | 0,00 |      | 5   |     |
| الترتيب                               | 2                      |      | 1     |        | 3     |      | 4     |      | 5    |      | 5   |     |
| مجموعات ومنظمات                       | 19                     | 31,7 | 27    | 45,0   | 11    | 18,3 | 3     | 5,0  | -    | -    | -   | -   |
| مركز إرشادي.                          | 1                      | 1,7  | 12    | 20,0   | 9     | 15,0 | 33    | 55,0 | 5    | 8,3  | -   | -   |
| جمعية زراعية.                         | 1                      | 1,7  | 8     | 13,3   | 7     | 11,7 | 44    | 73,3 | -    | -    | -   | -   |
| محطة بحوث زراعية.                     | 1                      | 1,7  | 8     | 13,3   | 7     | 11,7 | 44    | 73,3 | -    | -    | -   | -   |
| كلية الزراعة                          | 9,2                    |      | 22,9  |        | 14,17 |      | 51,65 |      | 2,07 |      | 5   |     |
| الترتيب                               | 4                      |      | 2     |        | 3     |      | 1     |      | 5    |      | 5   |     |
| المصادر التجارية                      | 18                     | 30,0 | 5     | 8,3    | 33    | 55,0 | 4     | 6,7  | -    | -    | -   | -   |
| تجار مستلزمات (المبيدات-اسمدة).       | 23                     | 38,3 | 7     | 11,7   | 27    | 45,0 | 2     | 3,3  | 1    | 1,7  | -   | -   |
| الشركات الزراعية                      | 34,15                  |      | 10,0  |        | 50,0  |      | 5,0   |      | 0,85 |      | 4   |     |
| الترتيب                               | 2                      |      | 3     |        | 1     |      | 5     |      | 4    |      | 4   |     |
| كتيبات ووسائط تعليمية                 | 27                     | 45,0 | 29    | 48,3   | 4     | 6,7  | -     | -    | -    | -    | -   | -   |
| زيارات حقليّة ومنزليّة.               | 26                     | 43,3 | 31    | 51,7   | 2     | 3,3  | 1     | 1,7  | -    | -    | -   | -   |
| الحقول إرشادية.                       | 29                     | 48,3 | 29    | 48,3   | 2     | 3,3  | -     | -    | -    | -    | -   | -   |
| حملات إرشادية.                        | 24                     | 40,0 | 34    | 56,7   | 2     | 3,3  | -     | -    | -    | -    | -   | -   |
| برامج إذاعيّة                         | 21                     | 35,0 | 36    | 60     | 2     | 3,3  | -     | -    | -    | -    | -   | -   |
| برامج تليفزيونيّة.                    | 34                     | 56,7 | 23    | 38,3   | 2     | 3,3  | -     | -    | -    | -    | -   | -   |
| مطبوعات                               | 33                     | 55,0 | 23    | 38,3   | 4     | 6,7  | -     | -    | -    | -    | -   | -   |
| نشرات ومطبوعات.                       | 46,18                  |      | 48,8  |        | 4,27  |      | 24    |      | 48   |      | 4   |     |
| الترتيب                               | 2                      |      | 1     |        | 3     |      | 5     |      | 4    |      | 4   |     |
| مصادر الكترونية                       | 29                     | 48,3 | 27    | 45     | 2     | 3,3  | 2     | 3,3  | -    | -    | -   | -   |
| مواقع التواصل الاجتماعي.              | 30                     | 50   | 28    | 46,7   | 2     | 3,3  | -     | -    | -    | -    | -   | -   |
| تقنية الواتس اب.                      | 39                     | 65   | 19    | 31,7   | 2     | 3,3  | -     | -    | -    | -    | -   | -   |
| مواقع زراعية إلكترونية .              | 46                     | 76,7 | 13    | 21,7   | 1     | 1,7  | -     | -    | -    | -    | -   | -   |
| شبكة المعلومات الدولية (النت)         | 60,0                   |      | 36,27 |        | 2,9   |      | 82    |      | 0,00 |      | 5   |     |
| الترتيب                               | 1                      |      | 2     |        | 3     |      | 4     |      | 5    |      | 5   |     |
| المتوسط العام                         | 33,58                  |      | 32,39 |        | 22,05 |      | 11,31 |      | 66   |      | 66  |     |

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الاستبيان

ويتضح من الجدول أن مصادر المعلومات المدروسة قد تنقلت في درجة أسهامها في إنتاج وتسويق المنتجات الزراعية وحل المشكلات الإنتاجية والتسويقية.

واستخلاصاً يوضح جدول (8) نتائج دور مصادر المعلومات المدروسة في إنتاج وتسويق المنتجات الزراعية وحل المشكلات الإنتاجية والتسويقية.

**جدول 8. دور مصادر المعلومات المدروسة في إنتاج وتسويق المنتجات الزراعية وحل المشكلات الإنتاجية والتسويقية**

| المصادر المدروسة         | الأدوار المدروسة        |             |      |                    |             |      |                                 |             |      |               |             |      |
|--------------------------|-------------------------|-------------|------|--------------------|-------------|------|---------------------------------|-------------|------|---------------|-------------|------|
|                          | عمليات الزراعة والإنتاج |             |      | العمليات التسويقية |             |      | حل المشكلات الزراعية والتسويقية |             |      | تصنيف الأدوار |             |      |
|                          | المتوسط                 | تصنيف الدور | عالي | المتوسط            | تصنيف الدور | عالي | المتوسط                         | تصنيف الدور | عالي | المتوسط       | تصنيف الدور | عالي |
| مصادر غير رسمية          | 70,0                    | ●           | 68,0 | ●                  | 68,4        | ●    | 68,8                            | ●           | 68,8 | 2             | 68,8        | ●    |
| مصادر بشرية زراعية       | 56,4                    | ●           | 54,0 | ●                  | 56,8        | ●    | 55,7                            | ●           | 55,7 | 3             | 55,7        | ●    |
| المجموعات والمنظمات      | 74,4                    | ●           | 73,0 | ●                  | 65,5        | ●    | 70,9                            | ●           | 70,9 | 1             | 70,9        | ●    |
| المصادر التجارية         | 47,4                    | ●           | 46,3 | ●                  | 51,3        | ●    | 48,3                            | ●           | 48,3 | 4             | 48,3        | ●    |
| الكتب والوسائط التعليمية | 43,08                   | ●           | 42,1 | ●                  | 46,7        | ●    | 43,9                            | ●           | 43,9 | 5             | 43,9        | ●    |
| المصادر الإلكترونية      | 40,6                    | ●           | 42,5 | ●                  | 46,9        | ●    | 43,3                            | ●           | 43,3 | 6             | 43,3        | ●    |

المصدر : جمعت وحسبت من استمارات الاستبيان التصنيف من 33,3-55,5 دور ضعيف و 55,6-77,7 دور متوسط و 77,8-100 دور عالي خامساً: الفروق بين مصادر المعلومات المدروسة وفقاً لمستوى تفضيل المبحوثين ومستوى الاستفادة منها وإسهامها في العمليات الإنتاجية والتسويقية، ودورها في حل المشكلات.

حيث جاءت المجموعات والمنظمات الزراعية في المرتبة الأولى بمتوسط بلغ (70,9%) ويشير هذا إلى أهميتها بالنسبة للمبحوثين في تزويدهم بالمعلومات الدقيقة والمعتمدة وبالتالي يجعلها المصدر الأكثر موثوقية في دعم عمليات الزراعة والإنتاج والعمليات التسويقية وحل المشكلات الزراعية والتسويقية ، وجاءت بالمرتبة الرابعة المصادر التجارية بمتوسط بلغ (48,3%) وهذا يشير إلى اعتماد المزارعين ضعيف على هذا المصدر مما يشير إلى ضعف دورها كمصدر للمعلومات ، بينما احتلت المرتبة الخامسة الكتب والوسائط التعليمية بمتوسط بلغ (43,9%) وهذا يوضح

حيث جاءت المجموعات والمنظمات الزراعية في المرتبة الأولى بمتوسط بلغ (70,9%) ويشير هذا إلى أهميتها بالنسبة للمبحوثين في تزويدهم بالمعلومات الدقيقة والمعتمدة وبالتالي يجعلها المصدر الأكثر موثوقية في دعم عمليات الزراعة والإنتاج والعمليات التسويقية وحل المشكلات الزراعية والتسويقية ، وجاءت بالمرتبة الثانية المصادر غير الرسمية بمتوسط بلغ (68,8%) ويشير هذا إلى اعتماد المبحوثين على الخبرات والتجارب السابقة كمصدر للمعلومات الزراعية رغم محدودية دقة هذا النوع من المصادر في عمليات



المصادر البشرية، والجمعيات والمنظمات الزراعية، المصادر التجارية، الكتب والوسائط التعليمية، المصادر الإلكترونية وفقاً لمستوى تفضيل المبحوثين لتلك المصادر عند البحث عن معلومات لتسويق المحاصيل والمنتجات الزراعية، حيث جاءت قيمة (f) (22,352) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.01)، وبناء على ذلك تم رفض الفرض الإحصائي وقبول الفرض النظري.

ولبيان اتجاهات الفروق بين مصادر المعلومات المدروسة وفقاً لمستوى تفضيل المبحوثين لتلك المصادر عند البحث عن معلومات لتسويق المحاصيل والمنتجات الزراعية تم استخدام اختبار أقل فرق معنوي (LSD). يتضح من نتائج جدول (10) أن المصادر غير الرسمية، والمصادر البشرية الزراعية، والجمعيات والمنظمات الزراعية، والمصادر الإلكترونية لا يوجد فروق بينهما بالنسبة لمستوى تفضيل المبحوثين لها عند البحث عن معلومات لتسويق المحاصيل والمنتجات الزراعية، بينما حازت المصادر غير الرسمية على استفادة المبحوثين مقارنة بالمصادر التجارية بمتوسط (3,05) درجة، بينما حازت المصادر البشرية الزراعية على مستوى استفادة المبحوثين مقارنة بالكتب والوسائط التعليمية بمتوسط (3,98) درجة، وتوقفت الكتب والوسائط التعليمية عن المصادر التجارية بالنسبة لمستوى استفادة المبحوثين منها بمتوسط بلغ (6,2) درجة،

مما سبق يتبين من هذا الجدول أن أكثر المصادر التي يفضلها المبحوثين عند البحث عن معلومات لتسويق المحاصيل والمنتجات الزراعية كانت على النحو التالي: المصادر غير الرسمية يليها المصادر التجارية يليها الجمعيات والمنظمات يليها المصادر البشرية ثم المصادر الإلكترونية وأخيراً الكتب والوسائط.

#### جدول 9. نتائج اختبار (f) للفروق بين مصادر المعلومات المدروسة ومستوى تفضيل المبحوثين لها عند البحث عن معلومات لتسويق المحاصيل والمنتجات الزراعية

| مستوى تفضيل المبحوثين لمصادر المعلومات المدروسة | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة (f) |
|-------------------------------------------------|----------------|--------------|----------------|----------|
| بين المجموعات                                   | 1235,922       | 5            | 247,184        |          |
| داخل المجموعات                                  | 3914,700       | 354          | 11,058         | **22,352 |
| الإجمالي                                        | 5150,622       | 359          |                |          |

المصدر: استمارات الاستبيان. (\*\*) معنوي عند (0.01)

#### جدول 10. اتجاهات الفروق بين مصادر المعلومات المدروسة ومستوى تفضيل المبحوثين لها عند البحث عن معلومات لتسويق المحاصيل والمنتجات الزراعية

| مصادر المعلومات المدروسة    | متوسط الاختلافات | الخطأ المعياري | مستوى المعنوية | الحد الأدنى | الحد الأعلى |
|-----------------------------|------------------|----------------|----------------|-------------|-------------|
| - المصادر البشرية الزراعية. | 0,80000          | 0,60714        | 0,188          | 0,3940-     | 1,9940      |
| - جمعيات ومنظمات زراعية.    | 0,45000          | 0,60714        | 0,459          | 0,7440-     | 1,6440      |
| - المصادر التجارية.         | **3,05000        | 0,60714        | 0,00           | 1,8560      | 4,2440      |
| - كتب ووسائط تعليمية.       | **3,18333-       | 0,60714        | 0,00           | 4,3774-     | 1,9893-     |
| - مصادر الكترونية.          | 1,05000          | 0,60714        | 0,085          | 0,1440-     | 2,2440      |
| - مصادر غير رسمية.          | 0,80000-         | 0,60714        | 0,188          | 1,9940-     | 0,3940      |
| - جمعيات ومنظمات زراعية.    | 0,35000-         | 0,60714        | 0,565          | 1,5440-     | 0,8440      |
| - المصادر التجارية.         | **2,25000        | 0,60714        | 0,000          | 1,0560      | 3,4440      |
| - كتب ووسائط تعليمية.       | **3,98333-       | 0,60714        | 0,00           | 5,1774-     | 2,7893-     |
| - مصادر الكترونية.          | 0,25000          | 0,60714        | 0,681          | 0,9440-     | 1,4440      |
| - مصادر غير رسمية.          | 0,45000-         | 0,60714        | 0,459          | 1,6440-     | 0,7440      |
| - المصادر البشرية الزراعية. | 0,35000          | 0,60714        | 0,565          | 0,8440-     | 1,5440      |
| - المصادر التجارية.         | **2,60000        | 0,60714        | 0,00           | 1,4060      | 3,7940      |
| - كتب ووسائط تعليمية.       | **3,63333-       | 0,60714        | 0,00           | 4,8274-     | 2,4393-     |
| - مصادر الكترونية.          | 0,60000          | 0,60714        | 0,324          | 0,5940-     | 1,7940      |
| - مصادر غير رسمية.          | **3,05000-       | 0,60714        | 0,00           | 4,2440-     | 1,8560-     |
| - المصادر البشرية الزراعية. | **2,25000-       | 0,60714        | 0,00           | 3,4440-     | 1,0560-     |
| - جمعيات ومنظمات زراعية.    | **2,60000-       | 0,60714        | 0,00           | 3,7940-     | 1,4060-     |
| - كتب ووسائط تعليمية.       | **6,23333-       | 0,60714        | 0,00           | 7,4274-     | 5,0393-     |
| - مصادر الكترونية.          | **2,00000-       | 0,60714        | 0,001          | 3,1940-     | 0,8060-     |
| - مصادر غير رسمية.          | **3,18333        | 0,60714        | 0,00           | 1,9893      | 4,3774      |
| - المصادر البشرية الزراعية. | **3,98333        | 0,60714        | 0,00           | 2,7893      | 5,1774      |
| - جمعيات ومنظمات زراعية.    | **3,63333        | 0,60714        | 0,00           | 2,4393      | 4,8274      |
| - المصادر التجارية.         | **6,23333        | 0,60714        | 0,00           | 5,0393      | 7,4274      |
| - مصادر الكترونية.          | *4,23333         | 0,60714        | 0,00           | 3,0393      | 5,4274      |
| - مصادر غير رسمية.          | 1,05000-         | 0,60714        | 0,085          | 2,2440-     | 0,1440      |
| - المصادر البشرية الزراعية. | 0,25000-         | 0,60714        | 0,681          | 1,4440-     | 0,9440      |
| - جمعيات ومنظمات زراعية.    | 0,60000-         | 0,60714        | 0,324          | 1,7940-     | 0,5940      |
| - المصادر التجارية.         | **2,00000        | 0,60714        | 0,001          | 0,8060      | 3,1940      |
| - كتب ووسائط تعليمية.       | **4,23333-       | 0,60714        | 0,00           | 5,4274-     | 3,0393      |

المصدر: استمارات الاستبيان. (\*) = معنوي عند مستوى (0.05).

ب- الفروق بين مصادر المعلومات الست المدروسة وفقاً لمستوى استفادة المبحوثين لتلك المصادر عند البحث عن معلومات لتسويق المحاصيل والمنتجات الزراعية بمنطقة الدراسة.

لتحديد الفروق بين مصادر المعلومات الست المدروسة وفقاً لمستوى استفادة المبحوثين لتلك المصادر، تم استخدام اختبار (f) لاختبار صحة الفرض النظري الذي ينص على " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مصادر المعلومات الست المدروسة وهي مصادر غير رسمية، المصادر البشرية الزراعية، جمعيات ومنظمات زراعية، المصادر التجارية، كتب ووسائط تعليمية، مصادر الكترونية وفقاً لمستوى استفادة المبحوثين من تلك المصادر بمنطقة الدراسة، ويتبين من نتائج جدول (11) وجود فروق

جدول (12) أن المصادر البشرية الزراعية ، والجمعيات والمنظمات الزراعية ، والمصادر الالكترونية لا يوجد فروق بينهما بالنسبة لمستوي تفضيل المبحوثين لها عند البحث عن معلومات لتسويق المحاصيل والمنتجات الزراعية ، بينما حازت المصادر غير الرسمية علي استفادة المبحوثين مقارنة بالمصادر التجارية بمتوسط (3,3) درجة، بينما حازت المصادر البشرية الزراعية علي مستوي استفادة المبحوثين مقارنة بالكتب والجمعيات والمصادر البشرية بمتوسط (4,4) درجة، وتفوقت الكتب والوسائط التعليمية عن المصادر التجارية بالنسبة لمستوي استفادة المبحوثين منها بمتوسط بلغ (6,3) درجة مما سبق يتبين من هذا الجدول أن أكثر المصادر التي يفضلها المبحوثين عند البحث عن معلومات لتسويق المحاصيل والمنتجات الزراعية كانت علي النحو التالي: المصادر غير الرسمية يليها المصادر التجارية يليها المصادر الالكترونية ثم الجمعيات والمصادر البشرية بمتوسط (4,4) درجة، وتفوقت الكتب والوسائط التعليمية عن المصادر التجارية بالنسبة لمستوي استفادة المبحوثين منها بمتوسط بلغ (6,3) درجة.

**جدول 11. نتائج اختبار (f) للفروق بين مصادر المعلومات المدروسة ومستوي استفادة المبحوثين منها عند البحث علي معلومات لتسويق المحاصيل والمنتجات الزراعية**

| مستوي استفادة المبحوثين لمصادر المعلومات المدروسة | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة (f) |
|---------------------------------------------------|----------------|--------------|----------------|----------|
| بين المجموعات                                     | 1311,389       | 5            | 262,278        |          |
| داخل المجموعات                                    | 3829,100       | 354          | 10,817         | **24,248 |
| الإجمالي                                          | 5140,489       | 359          |                |          |

المصدر: استمارات الاستبيان. (\*\* معنوي عند 0.01)

**جدول 12. اتجاهات الفروق بين مصادر المعلومات المدروسة ومستوي استفادة المبحوثين منها عند البحث علي معلومات لتسويق المحاصيل والمنتجات الزراعية**

| مصادر المعلومات المدروسة    | متوسط الاختلافات | الخطأ المعياري | مستوي المعنوية | الحد الأدنى | الحد الأعلى |
|-----------------------------|------------------|----------------|----------------|-------------|-------------|
| مصادر غير رسمية             |                  |                |                |             |             |
| - المصادر البشرية الزراعية. | 1,46667*         | 6,0046         | 0,015          | 2,857       | 2,6476      |
| - جمعيات ومنظمات زراعية.    | 88333            | 6,0046         | 0,142          | 2,976       | 2,0643      |
| - المصادر التجارية.         | 3,31667*         | 6,0046         | 0,000          | 2,1357      | 2,0643      |
| - كتب ووسائط تعليمية        | 2,9833           | 6,0046         | 0,000          | 4,1643      | 4,4976      |
| - مصادر الكترونية.          | 1,28333*         | 6,0046         | 0,033          | 1,024       | 2,4643      |
| المصادر البشرية الزراعية.   |                  |                |                |             |             |
| - مصادر غير رسمية           | 1,46667*         | 6,0046         | 0,015          | 2,6476      | 2,857       |
| - جمعيات ومنظمات زراعية.    | 58333            | 6,0046         | 0,332          | 1,7643      | 5,976       |
| - المصادر التجارية.         | 1,85000*         | 6,0046         | 0,002          | 6,691       | 3,0309*     |
| - كتب ووسائط تعليمية        | 4,45000*         | 6,0046         | 0,000          | 5,6309      | 3,2691*     |
| - مصادر الكترونية.          | 1,8333           | 6,0046         | 0,760          | 1,3643      | 9,976       |
| الجمعيات ومنظمات زراعية.    |                  |                |                |             |             |
| - مصادر غير رسمية           | 88333            | 6,0046         | 0,142          | 2,0643      | 2,976       |
| - المصادر البشرية الزراعية. | 58333            | 6,0046         | 0,332          | 5,976       | 1,7643      |
| - المصادر التجارية.         | 2,43333*         | 6,0046         | 0,000          | 1,2524      | 3,6143*     |
| - كتب ووسائط تعليمية        | 3,86667*         | 6,0046         | 0,000          | 5,0476      | 2,6857*     |
| - مصادر الكترونية.          | 4,000            | 6,0046         | 0,506          | 7,809       | 1,5809      |
| المصادر التجارية.           |                  |                |                |             |             |
| - مصادر غير رسمية           | 3,31667*         | 6,0046         | 0,000          | 4,4976      | 2,1357*     |
| - المصادر البشرية الزراعية. | 1,85000*         | 6,0046         | 0,002          | 3,0309      | 6,691*      |
| - جمعيات ومنظمات زراعية.    | 2,43333*         | 6,0046         | 0,000          | 3,6143      | 1,2524*     |
| - كتب ووسائط تعليمية        | 6,30000*         | 6,0046         | 0,000          | 7,4809      | 5,1191*     |
| - مصادر الكترونية.          | 2,03333*         | 6,0046         | 0,001          | 3,2143      | 8,524*      |
| كتب ووسائط تعليمية          |                  |                |                |             |             |
| - مصادر غير رسمية           | 2,98333*         | 6,0046         | 0,000          | 1,8024      | 4,1643*     |
| - المصادر البشرية الزراعية. | 4,45000*         | 6,0046         | 0,000          | 3,2691      | 5,6309*     |
| - جمعيات ومنظمات زراعية.    | 3,86667*         | 6,0046         | 0,000          | 2,6857      | 5,0476*     |
| - المصادر التجارية.         | 6,30000*         | 6,0046         | 0,000          | 5,1191      | 7,4809*     |
| - مصادر الكترونية.          | 4,26667*         | 6,0046         | 0,000          | 3,0857      | 5,4476*     |
| مصادر الكترونية.            |                  |                |                |             |             |
| - مصادر غير رسمية           | 1,2831*          | 6,0046         | 0,033          | 2,4643      | 1,024       |
| - المصادر البشرية الزراعية. | 1,8333           | 6,0046         | 0,760          | 9,976       | 1,3643      |
| - جمعيات ومنظمات زراعية.    | 4,000            | 6,0046         | 0,506          | 1,5809      | 7,809       |
| - المصادر التجارية.         | 2,03333*         | 6,0046         | 0,001          | 8,524       | 3,2143*     |
| - كتب ووسائط تعليمية        | 4,26667*         | 6,0046         | 0,000          | 5,4476      | 3,0857*     |

المصدر: استمارات الاستبيان. (\*) = معنوي عند مستوى (0.05).

**ج- الفروق بين مصادر المعلومات الست المدروسة وفقاً لمستوي اسهامها بالمعلومات للمبحوثين خلال عمليات الزراعة والإنتاج بمنطقة الدراسة.**  
لتحديد الفروق بين مصادر المعلومات الست المدروسة وفقاً لمستوي اسهامها بالمعلومات للمبحوثين لتلك المصادر ، تم استخدام اختبار (f) لاختبار صحة الفرض النظري الذي ينص علي " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مصادر المعلومات الست المدروسة وهي مصادر غير رسمية ، المصادر البشرية الزراعية ، جمعيات ومنظمات زراعية ، المصادر التجارية ، كتب ووسائط تعليمية ، مصادر الكترونية وفقاً لمستوي اسهامها بالمعلومات للمبحوثين من تلك المصادر بمنطقة الدراسة، ويتبين من نتائج جدول (13) وجود فروق معنوية بين مصادر المعلومات الست المدروسة وهي المصادر غير الرسمية، المصادر البشرية، والجمعيات والمنظمات الزراعية ، المصادر التجارية، الكتب التعليمية، المصادر الالكترونية وفقاً لمستوي اسهامها بالمعلومات للمبحوثين منها عند البحث عن معلومات لتسويق المحاصيل والمنتجات الزراعية، حيث جاءت قيمة (f) (45,233) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.01) ، وبناء علي ذلك تم رفض الفرض الإحصائي وقبول الفرض النظري .

**جدول 13. نتائج اختبار (f) للفروق بين مصادر المعلومات المدروسة ومستوي اسهام تلك المصادر بالمعلومات للمبحوثين خلال عمليات الزراعة والإنتاج**

| مستوي اسهام مصادر المعلومات المدروسة ومستوي اسهام تلك المصادر بالمعلومات للمبحوثين خلال عمليات الزراعة والإنتاج | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة (f) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------|----------------|----------|
| بين المجموعات                                                                                                   | 12402,689      | 5            | 2480,538       |          |
| داخل المجموعات                                                                                                  | 19412,867      | 354          | 54,839         | **45,233 |
| الإجمالي                                                                                                        | 31815,556      | 359          |                |          |

المصدر: استمارات الاستبيان. (\*\* معنوي عند 0.01)

ولبيان اتجاهات الفروق بين مصادر المعلومات المدروسة وفقاً لمستوي اسهام تلك المصادر بالمعلومات للمبحوثين خلال عمليات الزراعة والإنتاج والعمليات التسويقية، تم استخدام اختبار أقل فرق معنوي (LSD) يتضح من نتائج جدول (14) أن المصادر غير الرسمية، والجمعيات والمنظمات الزراعية لا يوجد فروق بينهما بالنسبة لمستوي تفضيل المبحوثين لها عند البحث عن معلومات لتسويق المحاصيل والمنتجات الزراعية ، كما لا يوجد فروق بين المصادر الالكترونية والكتب والوسائط والمصادر التجارية ، بينما حازت المصادر غير الرسمية علي اسهام المبحوثين بالمعلومات خلال عملية الزراعة والإنتاج والعمليات التسويقية مقارنة

## جدول 14. اتجاهات الفروق بين مصادر المعلومات المدروسة ومستوي اسهام تلك المصادر بالمعلومات للمبجوثين خلال عمليات الزراعة والإنتاج.

| مصادر المعلومات المدروسة | متوسط الاختلافات                                            | الخطا المعياري                                      | مستوي المعنوية                       | الحد الأدنى                                        | الحد الأعلى                                        |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| مصادر غير رسمية          | -6,35000<br>*2,51667<br>*10,33333<br>*12,38333<br>*12,31667 | 1,35202<br>1,35202<br>1,35202<br>1,35202<br>1,35202 | ,000<br>,064<br>,000<br>,000<br>,000 | 3,6910<br>-5,1757<br>7,6743<br>9,7243<br>9,6577    | 9,0090<br>1,423<br>*12,9923<br>*15,0423<br>14,9757 |
| المصادر البشرية الزراعية | -6,35000<br>*8,86667<br>*3,98333<br>*6,03333<br>*5,96667    | 1,35202<br>1,35202<br>1,35202<br>1,35202<br>1,35202 | ,000<br>,000<br>,003<br>,000<br>,000 | 9,0090<br>-11,5257<br>1,3243<br>3,3743<br>3,3077   | 3,6910<br>6,2077<br>8,6257<br>8,6923<br>8,6257     |
| جميعيات ومنظمات زراعية   | 2,51667<br>*8,86667<br>*12,85000<br>*14,90000<br>*14,83333  | 1,35202<br>1,35202<br>1,35202<br>1,35202<br>1,35202 | ,064<br>,000<br>,000<br>,000<br>,000 | -1,423<br>6,2077<br>10,1910<br>12,2410<br>12,1743  | 5,1757<br>11,5257<br>15,5090<br>17,5590<br>17,4923 |
| المصادر التجارية         | -10,3333<br>*3,98333<br>*12,85000<br>2,05000<br>1,98333     | 1,35202<br>1,35202<br>1,35202<br>1,35202<br>1,35202 | ,000<br>,003<br>,000<br>,130<br>,143 | -12,9923<br>-6,6423<br>-15,5090<br>4,7090<br>,6757 | 7,6743<br>1,3243<br>10,1910<br>4,7090<br>4,6423    |
| كتب ووسائط تعليمية       | -12,38333<br>*6,03333<br>*14,90000<br>-2,05000<br>-0,6667   | 1,35202<br>1,35202<br>1,35202<br>1,35202<br>1,35202 | ,000<br>,000<br>,000<br>,130<br>,961 | -15,0423<br>8,6923<br>-17,5590<br>4,7090<br>2,7257 | *9,7243<br>*3,3743<br>12,2410<br>,6090<br>*2,5923  |
| مصادر الكترونية          | -12,31667<br>*5,96667<br>*14,83333<br>-1,98333<br>,06667    | 1,35202<br>1,35202<br>1,35202<br>1,35202<br>1,35202 | ,000<br>,000<br>,000<br>,143<br>,961 | -14,9757<br>8,6257<br>17,4923<br>4,6423<br>2,5923  | 9,6577<br>3,3077<br>12,1743<br>*6,757<br>*2,7257   |

المصدر: استمارات الاستبيان. (\* = معنوي عند مستوى (0.05).

## د- الفروق بين مصادر المعلومات الست المدروسة وفقاً لمستوي اسهامها في حل المشكلات التسويقية

لتحديد الفروق بين مصادر المعلومات الست المدروسة وفقاً لمستوي اسهامها في حل المشكلات التسويقية ، تم استخدام اختبار (f) لاختبار صحة الفرض النظري الذي ينص علي "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مصادر المعلومات الست المدروسة وهي مصادر غير رسمية ،المصادر البشرية الزراعية ،جميعيات ومنظمات زراعية ،المصادر التجارية ،كتب ووسائط تعليمية ،مصادر الكترونية وفقاً لدور تلك المصادر في حل المشكلات التسويقية .، وبنيين من نتائج جدول (15) وجود فروق معنوية بين مصادر المعلومات الست المدروسة وهي

## جدول 15. نتائج اختبار (f) للفروق بين مصادر المعلومات المدروسة ومستوي اسهام تلك المصادر في حل المشكلات التسويقية .

| مستوي اسهام مصادر المعلومات خلال العمليات الإنتاجية والتسويقية | مجموع المبيعات | درجات الحرية | متوسط المبيعات | قيمة (f) |
|----------------------------------------------------------------|----------------|--------------|----------------|----------|
| بين المجموعات                                                  | 2223,356       | 5            | 444,671        |          |
| داخل المجموعات                                                 | 8133,133       | 354          | 22,975         | **19,355 |
| الإجمالي                                                       | 10356,489      | 359          |                |          |

المصدر: استمارات الاستبيان. (\*\* = معنوي عند (0.01)

## جدول 16. اتجاهات الفروق بين مصادر المعلومات المدروسة ومستوي اسهام تلك المصادر في حل المشكلات التسويقية .

| مصادر المعلومات المدروسة | متوسط الاختلافات                                        | الخطا المعياري                                 | مستوي المعنوية                       | الحد الأدنى                                      | الحد الأعلى                                          |
|--------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| مصادر غير رسمية          | *3,20000<br>,61667<br>*4,85000<br>*6,21667<br>*6,18333  | ,87512<br>,87512<br>,87512<br>,87512<br>,87512 | ,000<br>,481<br>,000<br>,000<br>,000 | 1,4789<br>-1,1044<br>3,1289<br>4,4956<br>4,4622  | 4,9211<br>2,3378<br>*6,5711<br>*7,9378<br>7,9044     |
| المصادر البشرية الزراعية | -3,20000<br>*2,58333<br>1,65000<br>*3,01667<br>*2,98333 | ,87512<br>,87512<br>,87512<br>,87512<br>,87512 | ,000<br>,003<br>,060<br>,001<br>,001 | -4,6211<br>-4,3044<br>-,0711<br>1,2622<br>1,2622 | -1,4789<br>-,8622<br>*3,3711<br>*4,7378<br>4,7044    |
| جميعيات ومنظمات زراعية   | -6,1667<br>*2,58333<br>*4,23333<br>*5,60000<br>*5,56667 | ,87512<br>,87512<br>,87512<br>,87512<br>,87512 | ,481<br>,003<br>,000<br>,000<br>,000 | -2,3378<br>,8622<br>2,5122<br>3,8789<br>3,8456   | 1,1044<br>4,3044<br>*5,9544<br>*7,3211<br>7,2878     |
| المصادر التجارية         | *4,85000<br>-1,65000<br>*4,2333<br>1,36667<br>1,33333   | ,87512<br>,87512<br>,87512<br>,87512<br>,87512 | ,000<br>,060<br>,000<br>,119<br>,129 | -6,5711<br>-3,3711<br>-5,9544<br>-,3544<br>,3878 | *-3,1289<br>*,0771<br>*-2,5122<br>*3,0544<br>*3,0878 |
| كتب ووسائط تعليمية       | *4,85000<br>-1,65000<br>*4,2333<br>1,36667<br>1,33333   | ,87512<br>,87512<br>,87512<br>,87512<br>,87512 | ,000<br>,060<br>,000<br>,119<br>,970 | -6,5711<br>-3,3711<br>-5,9544<br>-,3544<br>,3878 | *-3,1289<br>*,0771<br>*-2,5122<br>*3,0544<br>*3,0878 |
| مصادر الكترونية          | *4,85000<br>-1,65000<br>*4,2333<br>1,36667<br>1,33333   | ,87512<br>,87512<br>,87512<br>,87512<br>,87512 | ,000<br>,060<br>,000<br>,119<br>,970 | -6,5711<br>-3,3711<br>-5,9544<br>-,3544<br>,3878 | *-3,1289<br>*,0771<br>*-2,5122<br>*3,0544<br>*3,0878 |

المصدر: استمارات الاستبيان. (\* = معنوي عند مستوى (0.05)

المصادر غير الرسمية علي اسهامها بالمعلومات في حل المشكلات التسويقية مقارنة بالكتب والوسائط بمتوسط (6,2) درجة، بينما حازت المصادر البشرية الزراعية علي

كما لا يوجد فروق بين المصادر البشرية والمصادر التجارية ، بينما حازت

الطنوبي، محمد محمد عمر (2021): الإرشاد التسويقي الزراعي، الطبعة الأولى، دار النصر للنشر، كلية الزراعة، جامعه الاسكندرية.

ابراهيم، ساميه عبدالعظيم محروس (2003) دور الإرشاد التسويقي في تكنولوجيا مابعد الحصاد لمحصول العنب بالاراضي الجديده المستصلحة في مصر، رساله ماجستير، قسم المجتمع الريفي والإرشاد الزراعي، كلية الزراعة جامعه عين شمس.

أبو الزين، آمنه عبدالله (2010). مصادر المعلومات مجلة الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات دراسة بيبليومترية رسالة دكتوراه السودان جامعة أم درمان الإسلامية كلية اداب .

سلام، محمود عبدالحميد (2002): دور التعاونيات الزراعية في ظل سياسة التحرير الاقتصادي بجمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراه، كلية زراعة، جامعة الازهر، القاهرة، مصر.

سيد، أسماء حمد السيد (2021): واقع استخدام مصادر المعلومات لدى طلاب الدراسات العليا الوافدين، بجامعة جنوب الوادي، دراسة ميدانية، مصر.

شعبان، محمود طلحة؛ عامر، جمال حسين؛ الصفي، الحسين عبد اللطيف؛ غنيم؛ ابراهيم محمد؛ حبيبة، هاني محمد عبد العال (2015): دور الإرشاد الزراعي في تعظيم القدرات التسويقية التصديرية لأصحاب محطات تجهيز وتعبئة محاصيل الخضر بمركز كفر الدوار محافظة البحيرة، مجلة الإسكندرية للتبادل العلمي، مجلد (36)، العدد (1).

صالح، صبري مصطفى (2004): الإرشاد الزراعي أساسيات هو تطبيقاته، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية.

على، احمد (2011): مفهوم المعلومات واداره المعرفة، عمان: دار اليازوردي.

عواشوريه، غلاف (2016): مصادر المعلومات المتاحة في المكتبات الجامعيه تبسيه، جامعه العربي التبسي.

كوكب، عبدالمنعم محمد عبدالرحمن (2004): الإرشاد التسويقي، اللجنة العلمية الدائمة للاقتصاد والإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي، بحث مرجعي، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة بسوهاج، جامعة جنوب الوادي.

مزيش، مصطفى (2009): مصادر المعلومات ودورها في تكوين الطالب الجامعي وتنمية ميوله القرائيه، شهاده الدكتوراه، علم المكتبات والعلوم.

وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي (2009): استراتيجية التنمية الزراعية لمستهدف 2030 وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، جمهورية مصر العربية.

FAO (2001): Understanding and Using Market Information, Food and Agricultural Organization of the United Nations, Marketing extension guide, No. 2, Rome.

Ganesh, A., T. & Dendukuri, S., S. (2018): An analytical approach for identification of uncertainties and prioritizing the factors causing uncertainties in construction industry using relative importance index (RII), International journal on Civil Engineering and Technology, P.771-783.

Reitz, Joan .M. ODLIS (2019): Online Dictionary for Library and Information Science.. Available at: [http://www.abc-clio.com/ODLIS/odlis\\_E.aspx](http://www.abc-clio.com/ODLIS/odlis_E.aspx).

مستوي وفقاً لمستوي اسهام تلك المصادر في حل المشكلات التسويقية مقارنة بالكتب والوسائط التعليمية بمتوسط (3,0) درجة، وتوقت الجمعيات والمنظمات مقارنة بالكتب والوسائط التعليمية بمتوسط بلغ (5,6) درجة، وتوقت المصادر غير الرسمية عن المصادر التجارية بمتوسط (4,8) درجة، مما سبق يتبين من هذا الجدول أن أكثر المصادر التي تساهم في حل المشكلات التسويقية كانت على النحو التالي: الجمعيات والمنظمات يليها المصادر غير الرسمية يليها المصادر البشرية الزراعية ثم المصادر التجارية يليها المصادر الالكترونية واخيراً الكتب والوسائط.

#### الاستنتاجات الرئيسية

- في سياق النتائج التي توصلت إليها الدراسة أمكن التوصل لعدد من الاستنتاجات الخاصة بدور مصادر المعلومات في عمليات إنتاج وتسويق المحاصيل الزراعية، وذلك على النحو التالي:
- توصي الدراسة بضرورة الاهتمام بالمصادر الكترونية في نشر المعلومات الإنتاجية والتسويقية، وذلك من خلال نشر الوعي بها والدعاية عنها عن طريق الاجتماعات الإرشادية وكافة الطرق الإرشادية الممكنة، لما لها من آثار ايجابية وقدرة واسعة على الانتشار السريع للمعلومات وقدرة الزراعة على استخدام تلك المصادر وذلك لما أظهرته نتائج الدراسة من أن أغلبية المبحوثين لديهم وصلات نت بنسبة (65,0%).
- ضرورة عقد دورات تدريبية للقيادات المحلية وتجار المبيدات في القرى لتوعيتهم بالنور الهام لمصادر المعلومات المتنوعة واستخداماتها المختلفة وعدم الاعتماد على مصدر واحد للمعلومات ومن ثم قيمهم بنشر الوعي بين الزراع، وذلك لما أظهرته نتائج الدراسة من تفضيل الزراع للمصادر غير الرسمية، والمصادر التجارية بمتوسط عام بلغ (74,8%، 74,15%) على الترتيب.
- نظراً لما أظهرته نتائج الدراسة من أن دور مصادر المعلومات المدروسة جاء متوسطاً بمتوسط عام بلغ (55,9%) في حل المشكلات الإنتاجية والتسويقية، لذا توصي الدراسة بضرورة زيادة وعي المزارعين بأهمية مصادر المعلومات المختلفة ودورها في حل المشكلات الإنتاجية والتسويقية حتى يتسنى تعظيم دور تلك المصادر واستخدامها الاستخدام الأمثل.
- توصي الدراسة بأهمية تعظيم أدوار مصادر المعلومات المتعددة في حل المشكلات الإنتاجية والتسويقية، وذلك من خلال وضع نتائج الأبحاث الحديثة ونشرها على مصادر المعلومات المختلفة، وكذلك مساعدة الزراع على اتخاذ القرارات الهامة والسريعة التي تضمن تحقيق إنتاجية أعلى وتسويق أسرع، وذلك لما أظهرته نتائج الدراسة من أن الدور التعريفي، والدور التعليمي قد احتل المراتب الأولى من حيث نوعية الدور التي تقوم به مصادر المعلومات في حل المشكلات الإنتاجية والتسويقية بمتوسطات بلغت (33,58%)، و (32,39%) على الترتيب، وإغفال الدور البحثي واتخاذ القرار لتلك المصادر.
- الاهتمام بإجراء المزيد من الدراسات والبحوث المستقبلية حول موضوع دور مصادر المعلومات المتعددة بشكل عام ومصادر المعلومات الكترونية بشكل خاص في حل المشكلات الإنتاجية والتسويقية، لما له من أهمية حيوية في مجال الإرشاد الزراعي.

#### المراجع

الشافعي، عماد مختار (2016): استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في برامج ومشروعات الإرشاد الزراعي والتنمية الريفية، كلية الزراعة، جامعة القاهرة.

## The Role of Information Sources in the Production and Marketing of Agricultural Crops in Dakahlia Governorate

Kholod A. A. A. Younis ; Amira M. A. Ramadan and Raghdha H. M. Salem

Faculty of Agriculture, Agricultural Extension Department, Mansoura University

### ABSTRACT

This research primarily aimed to identify the role of information sources in the production and marketing of agricultural crops in Dakahlia Governorate. The research was conducted in Belqas Center, Dakahlia Governorate. Data was collected using a questionnaire and personal interviews from a simple random sample of small business owners, comprising 60 male and female farmers (40.0%) of the total, during the period from January to May 2025. Frequencies, percentages, the f-test, and the least significant difference (LSD) test were used as tools for statistical analysis. The most important results are summarized as follows: 1. The overall average level of preference and benefit of the six information sources studied by the respondents was 57.7% and 55.8%, respectively. 2. The overall average contribution of the six studied information sources to the agricultural, production, and marketing stages was (55.3% and 54.3%), respectively. 3. While the overall average contribution of the six studied information sources to solving agricultural and marketing problems was (55.9%). 4. The informational role was the most significant role played by the six studied information sources in solving production and marketing problems, with an overall average of (33.5%). 5. Finally, significant differences were found among the six studied information sources according to the respondents' level of preference, level of benefit, contribution to production and marketing processes, and role in solving problems, at a significance level of (0.01).