

دراسة بعض الاحتياجات الإرشادية التسويقية التصديرية لزراع البطاطس في إحدى قري مركز كوم حمادة محافظة البحيرة

كمال صلاح عيسى صقر^١

الملخص العربي

يستهدف هذا البحث بصفة أساسية التعرف على بعض الاحتياجات الإرشادية التسويقية التصديرية لزراع البطاطس بإحدى قري مركز كوم حمادة بمحافظة البحيرة، وقد وقع الاختيار على مركز كوم حمادة والذي يعتبر من أهم مراكز المحافظة التي تتركز فيها زراعة محصول البطاطس حيث تبلغ المساحة المزروعة به (١٧٥٠٣) فدان، وتم إختيار قرية الحدين وهي من أكبر قري مركز كوم حمادة من حيث المساحة المزروعة بمحصول البطاطس حيث بلغت (١٧٧٥) فدان لإجراء هذا البحث ، وجمعت البيانات البحثية عن طريق الإستبيان بالمقابلة الشخصية لعينة عشوائية من زراع محصول البطاطس بلغ قوامها (٨٥) مبحوثاً وفقاً لمعادلة كريجسي ومورجان، وتمثلت الأساليب الإحصائية المستخدمة في: المتوسط الحسابي، والجداول التكرارية، والنسب المئوية، ومعامل الارتباط البسيط (لبيرسون)، ومعامل الإنحدار المتعدد.

وقد أوضحت النتائج البحثية ما يلي: أن (٨١,١٧ %) من إجمالي الزراع المبحوثين ذوي مستوى احتياجات إرشادية متوسطة ومرتفعة فيما يتعلق بالموصفات التسويقية التصديرية لمحصول البطاطس، وأشارت النتائج وجود علاقة ارتباطية معنوية طردية بين درجة الاحتياجات الإرشادية التسويقية التصديرية لزراع البطاطس ومتغير السن، والخبرة في زراعة محصول البطاطس عند المستوي الإحتمالي (٠,٠٥)، وكانت العلاقة ارتباطية معنوية عكسية بين المتغير التابع: والمستوى التعليمي، ومتوسط إنتاج الفدان من محصول البطاطس، ومتوسط صافي العائد الفداني، والمشاركة بالمنظمات الريفية، والانفتاح الاتصالي، والتجديدية، والالمام التسويقي، والاتجاه نحو زراعة البطاطس، والرضاء عن العمل الإرشادي الزراعي عند المستوي الإحتمالي (٠,٠١)، وقد إتضح معنوية تأثير كل من المتغيرات

المستقلة التالية: الخبرة في زراعة محصول البطاطس، ومتوسط صافي العائد الفداني، والانفتاح الاتصالي، والالمام التسويقي، والاتجاه نحو زراعة البطاطس، والرضاء عن العمل الإرشادي الزراعي وذلك عند مستوي معنوية (٠,٠١) إستناداً إلى قيمة (ت) المحسوبة حيث بلغت قيمتها (٣,٧٥٧) - (٤,٠٨٧) - (٥,٢٠٦) - (٤,٠٩٨) - (٣,٨٨٦) - (٤,٢٦٤) على الترتيب، هذا بالإضافة إلى أن تلك المتغيرات تساهم في تفسير حوالي (٨٠ %) من التغيرات في درجة الاحتياجات الإرشادية التسويقية التصديرية لزراع البطاطس: إستناداً إلى قيمة معامل التحديد (٢) حيث بلغت (٠,٧٩٦)، وكانت أبرز المشاكل التي تواجه الزراع المبحوثين عند تسويق محصول البطاطس: ضعف الدور التسويقي للإرشاد الزراعي في توعية الزراع بمواصفات تصدير محصول البطاطس، والوسطاء هم من يقومون بتحديد سعر المحصول مما يجعل الفرق بين السعر الحقلي والسوقي كبيراً، وعدم وجود نظام للتسويق من خلال محطات لتصدير محصول البطاطس، وعدم وجود مصدر موثوق فيه للحصول علي التقاوي الجيدة والمطلوبة في التصدير، وعدم وجود رقابة علي التقاوي المستوردة، وعدم التعرف علي منافذ تسويقية جديدة، الشركات المصدرة تعتمد علي تصدير محصولها أولاً دون النظر لمحصول الزراع.

الكلمات المفتاحية: الزراع المبحوثين، محصول البطاطس، الاحتياجات الإرشادية التسويقية، التسويق الدولي.

المقدمة

يتسم عالم اليوم بالتقدم العلمي والتكنولوجي غير المحدود في شتى مجالات اقتصاديات الدول المتقدمة بصفة عامة، وفي الأنشطة الزراعية بصفة خاصة حتى أصبحت تسمى بصناعة الزراعة، وأصبح الإنتاج الزراعي في تلك الدول

^١ قسم الإقتصاد الزراعي - كلية الزراعة (سابقاً) - جامعة الإسكندرية
استلام البحث في ٢٠ سبتمبر ٢٠١٨، الموافقة على النشر في ١٥ أكتوبر ٢٠١٨

خلالها خلق تمويل تبادل السلع بين المنتج والمستهلك، والتنمية الاقتصادية". ويتضح جليا من هذا التعريف أهمية عملية التصدير، باعتبارها جزءاً هاماً من التسويق الدولي، حيث أن هذه العملية تساهم في توسيع نطاق التجارة الخارجية، والتنمية الاقتصادية.

ويمكن توضيح أهمية التسويق الدولي في النقاط التالية:

- ١- التصدير أحد الطرق للحصول على العملة الصعبة التي تحتاجها الدول، لاستيراد المنتجات التي لا تنتجها محليا، وبالتالي فإنه يعتبر كسباً قومياً واضحاً، كما يؤدي إلى رفع مستوى المعيشة وإحداث التنمية، ورفع القدرة الشرائية للمستهلكين، ٢- التسويق الدولي يسمح ببيع فائض المؤسسة إلى الخارج، وخلق فرص للتوظيف، فهو ضرورة حيوية خاصة، ٣- استفادة الدول النامية من الاستثمارات الأجنبية المباشرة اقتصادياً واجتماعياً وسياسياً، رغم أن الدول المستثمرة في الدول النامية لا تفعل إلا بمصلحتها الخاصة، ٤- الإسهام في دعم عجلة التنمية لأن التسويق الدولي يحتاج إلى مهارات، ويخضع لعدة اعتبارات أخرى، ٥- التسويق الدولي يساهم في خلق فرص شغل من خلال التوسع في نشاط المؤسسة بغية تحقيق أكبر عائد من خلال رفع حجم الإنتاج، ٦- بناء سمعة جيدة على المستوى المحلي والدولي للشركة، ٧- زيادة رقم أعمال الشركة، ٨- يساعد في الهروب من حدة المنافسة أو انخفاض الطلب من السوق المحلي، ٩- المساهمة في تشجيع الإنتاج على نطاق واسع، مما يخلق وفرات كبيرة. (عيفي، ١٩٨١، ص ١٤)

ويعتبر محصول البطاطس واحداً من محاصيل الخضر الهامة في مصر سواء للاستهلاك المحلي أو التصديري حيث تحتل المركز الأول بين محاصيل الخضر التصديرية لقيمتها الغذائية المرتفعة إذ تحتوي على عناصر غذائية هامة يحتاجها جسم الإنسان مثل النشويات وبعض الفيتامينات الهامة بالإضافة إلى العناصر المعدنية اللازمة. (إمام وآخرون، ٢٠١٣، ص ٧) كما أن محصول البطاطس يمكن أن يلعب دوراً هاماً في حل مشكلة الغذاء في العالم بصفة

المتقدمة يعتمد على الإنتاج من أجل التصدير واختراق اسواق الدول الأقل تقدماً، مما استلزم أن يكون هذا الإنتاج وفيراً وبأسعار لا تقبل المنافسة. وأنه على الرغم من أن مصر كانت إلى وقت ليس ببعيد تحتل مكاناً معقولاً بين الدول المصدرة لبعض الحاصلات الزراعية كالقطن، والموالح، والبطاطس، والسكر، والبصل وغيرها من الحاصلات الا أنه في الآونة الأخيرة قد تراجعت كثيراً أمام المنافسات القوية من بعض الدول التي تمكنت من تطوير إنتاجها الزراعي ودخلت في منافسة مع منتجاتها الزراعية ولذا فإن الدولة قد أولت اهتماماً ملحوظاً بتنمية هذا القطاع في اطار خطط وبرامج التنمية الشاملة، ووضعت السياسات التي تحرر التركيب المحصولي للفلاح وعملت على تقدم الريف في النواحي الصحية والتعليمية والاقتصادية والبنية الأساسية، وأصبح قطاع الزراعة عنصراً مهماً لمواجهة مشكلة البطالة والذي يستوعب نحو (٤١,٩) مليون نسمة من الكتلة السكانية القاطنة للمناطق الريفية بما يوفر حوالي (٦,٨٩) مليون وحدة عمل في القطاع الزراعي. (استراتيجية التنمية الزراعية المستدامة ٢٠٣٠، ٢٠٠٩، ص ٨).

والتسويق الدولي هو مصطلح يشير إلى عمليات التبادل التي تتم عبر الحدود الدولية، بهدف إشباع الحاجات والرغبات الإنسانية ويظهر من هذا التعريف الطبيعة الأساسية للتسويق، فهي لا تتغير من التسويق المحلي إلى التسويق الدولي، إلا أن التسويق الدولي يتم عبر الحدود الدولية، وهنا وجه الخلاف بينهما، حيث يتطلب التسويق الدولي التعامل في أكثر من بيئة واحدة، وهذا ما يثير مشكلات عديدة كتأثير الأحداث الدولية على المؤسسة، وتعديل سلوكها، لكي يتلاءم مع الثقافات المختلفة، وتحديد ما يرغبه المستهلك. (خير الدين، ١٩٩٦، ص ٢٨)

ويقول كذلك (Allain Ollivier , 1990, p 4) في هذا المجال أن " التسويق الدولي هو تلك الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة لأجل إيجاد علاقة بين الربحية و الأسواق". ويعرفه (عمر سلمان، ١٩٩٦، ص ٦١): "بالعملية التي يتم من

السوق الألماني هو المستورد والمستهلك رقم واحد. يذكر أن قيمة صادرات البطاطس عام ٢٠١٦ للأسواق العالمية سجلت نحو ١٢٠ مليون دولار (جريدة الوفد، ٢٠١٨).

والإرشاد الزراعي الناجح يهتم كثيراً بإختيار المستحدثات الزراعية المرتبطة بالتغيير السلوكي المعرفي للزراع، والعمل على تبسيطها وتقديمها للزراع بأسلوب يتناسب مع مستوى إدراكهم لفهمها والتعامل معها بشكل صحيح ومن ثم التمكن من إستدائها عند الحاجة إليها، ولا يقتصر دور الإرشاد الزراعي على نقل وتوصيل المعلومة الجديدة بل على حسن إختيار المعلومة الجديدة التي تهتم الزراع وتتناسب مع بيئتهم، وحسن التعامل معها من خلال إختيار الأدوات الإرشادية الملائمة لمساعدة الزراع على فهمها وتطبيقها، وتكرار التطبيق عند الحاجة إليه مما ينعكس ذلك على تحديث الزراعة والنهوض بالإنتاج (قشطة، ٢٠١٣، ص ٤٦، ص٤٧).

والإرشاد التسويقي الزراعي هو العملية التعليمية الموجهة للمزارعين لتمكينهم من تعظيم المنافع الشكلية والزمنية والمكانية لمنتجاتهم، من أجل تحقيق الكفاءة التسويقية والاقتصادية للنشاط الزراعي، بهدف توفير المنتجات الزراعية للمستهلكين بالجودة وبالوصفات المطلوبة وفي الوقت المناسب وبأسعار مناسبة. من خلال: ١- خفض التكاليف التسويقية: فيتمثل أثرها على المنتج الزراعي في ارتفاع أسعار منتجاته، وبالتالي زيادة دخله، وعلى المستهلك في انخفاض أسعار المنتجات الزراعية وجودتها ٢- رفع كفاءة الجهاز التسويقي الزراعي فرفع كفاءة الجهاز التسويقي الزراعي دون خفض التكاليف التسويقية ينعكس بزيادة دخول المنتجين الزراعيين وأيضاً زيادة القيمة الحقيقية لدخول المستهلكين بحصولهم على منتجات جيدة، وبالتالي زيادة رفاهية المجتمع. (شافعي، ٢٠٠٧، ص١٦٦).

وإستناداً لما سبق، وما أوضحتها نتائج الدراسات والبحوث من أن معرفة زراع محصول البطاطس للمعلومات الكاملة

عامة، والعالم الثالث بصفة خاصة وذلك للأسباب التالية: (١) ارتفاع إنتاجية الوحدة المساحية من البطاطس إذا ما قورنت بمحاصيل الحبوب، (٢) يمكن زراعة البطاطس في أكثر من عروة في العام، (٣) يمكن زراعة البطاطس في ظروف جوية وأرضية متباينة، (٤) إمكانية استخدام البطاطس إما طازجة أو مصنعة، (٥) تطور تكنولوجيا تصنيع البطاطس وحفظها بدرجة كبيرة في الآونة الأخيرة، (٦) تستخدم البطاطس غير الصالحة للتسويق في تغذية الحيوان، (FAO, 2005).

وتحتل البطاطس مركز الصدارة بالنسبة لمحاصيل الخضر في مصر إذ تبلغ جملة المساحة المزروعة منها عام (٢٠١٤) حوالي (١٩٦) ألف فدان، ويبلغ إنتاج هذه المساحة حوالي (٢،٢) مليون طن، (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء ٢٠١٤)، ومن ناحية أخرى تحتل البطاطس مكانة هامة في صادرات المحاصيل الزراعية المصرية حيث بلغت جملة صادراتها (٦٨٣) ألف طن في موسم (٢٠١٤-٢٠١٥) ثم انخفضت في عام (٢٠١٦) إلى (٤٦٩) الف طن، ولكنها تراجعت بشكل ملحوظ في الفترة الأخيرة نتيجة لما تم رفضه من رسائل تصديرية نظرا لعدم مطابقتها للمواصفات التي تتفق لمتطلبات السوق الأجنبيه والعربية. (منظمة الأغذية والزراعة العالمية FAO، ٢٠١٦).

ويأتى سوق الاتحاد الأوروبي فى مقدمة الأسواق المستقبلية للصادرات المصرية حيث يستوعب ٤٢% من إجمالي الصادرات، بلغ عدد المحافظات التى تشمل هذه الأراضى والتي تمثل أجود أراضى التصدير نحو ١١ محافظة منها الإسماعيلية، البحيرة، الشرقية، الإسكندرية، أسوان، الوادى الجديد، المنوفية وجاء السوق الألماني فى مقدمة الأسواق المستوردة للبطاطس المصرية خلال موسم التصدير الحالى للبطاطس بإجمالى كمية تقدر بأكثر من ١١٠ ألف طن، يليه السوق الروسى واستورد ١٠٦ ألف طن تقريباً، علما بأن السوق الانجليزي كان يحتل المرتبة الأولى فى استيراد البطاطس المصرية منذ أكثر من ١٠ سنوات ولكن أصبح

٢- **المستوى التعليمي للمبحوث:** ويقصد به في هذا البحث عدد السنوات التي قضاها المبحوث في مراحل التعليم المختلفة معبراً عن ذلك بقيم رقمية وذلك بإعطاء درجة لكل سنة دراسية قضاها المبحوث في أي منها.

٣- **الخبرة في زراعة محصول البطاطس:** ويقصد بها عدد السنوات التي مارس فيها المبحوث زراعة محصول البطاطس معبراً عن ذلك بعدد السنوات.

٤- **متوسط المساحة المزروعة بمحصول البطاطس:** ويقصد به متوسط المساحة التي قام المبحوث بزراعتها بمحصول البطاطس خلال الموسمين الزراعيين السابقين لإجراء هذه الدراسة مقدره بالفدان.

٥- **متوسط إنتاج الفدان من محصول البطاطس:** ويقصد به متوسط إنتاج الفدان من محصول البطاطس للموسمين الزراعيين السابقين مقدره كميّاً بالطن ومقربة لأقرب رقم صحيح.

٦- **متوسط صافي العائد الفداني:** ويقصد به متوسط صافي الدخل للمبحوث من الفدان المزروع بمحصول البطاطس خلال الموسمين الزراعيين السابقين لإجراء هذه الدراسة مقدره بالألف جنيه مصري.

٧- **الحيارة الحيوانية:** ويقصد بها ما يحوزه المبحوث من حيوانات مزرعية (جاموس- أبقار -عجول - أغنام) مقدره كميّاً بالوحدات الحيوانية وذلك على النحو التالي: الجاموس = (١,٢) وحدة إنتاج حيواني، الأبقار = وحدة إنتاج حيواني واحدة، الأغنام والماعز = ٠,١ وحدة إنتاج حيواني، والدواجن (٠,٠١) وحدة إنتاج حيواني الشاغر (١٩٩٢: ص ١٠٩).

٨- **المشاركة بالمنظمات الريفية:** ويقصد بها درجة إسهام المبحوث وعضويته بالمنظمات الرسمية والأهلية الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية القائمة بالمجتمع، ونوع هذه العضوية من حيث كونه عضو إداري، أو عضو عادي، وكذا درجة إسهامه في انشطتها المختلفة

عن كميات ومواصفات طلب وعرض محصول البطاطس الحالية والمستقبلية المطلوب تصديرها، وكذلك احتياجات الأسواق الداخلية والخارجية منها، وتفسيرها لتساعد على تنظيم الإنتاج، وبالتالي إمكانية موازنة الإنتاج لاحتياجات الأسواق المتوقعة، بما يؤدي إلى زيادة دخول المزارعين، وأهمية تطبيق المعرفة في نجاح العمل الإرشادي الزراعي، وبناء على ذلك فإن الهدف الرئيسي لهذا البحث يتركز حول التعرف على الاحتياجات الإرشادية التسويقية التصديرية لزراع البطاطس وبعض العوامل المؤثرة عليها في إحدى قرى مركز كوم حمادة بمحافظة البحيرة.

الأهداف البحثية

يستهدف هذا البحث بصفة أساسية التعرف على بعض الاحتياجات الإرشادية التسويقية التصديرية لزراع البطاطس بإحدى قرى مركز كوم حمادة بمحافظة البحيرة، ويمكن تحقيق ذلك الهدف الرئيسي من خلال الأهداف الفرعية التالية:

١- التعرف على بعض الخصائص الاجتماعية الاقتصادية، والاتصالية المميزة للزراع المبحوثين.

٢- تحديد الاحتياجات الإرشادية التسويقية التصديرية لزراع البطاطس المبحوثين.

٣- تحديد العلاقة الارتباطية والانحدارية بين بعض الخصائص الاجتماعية الاقتصادية والاتصالية للزراع المبحوثين وبين درجة الاحتياجات الإرشادية التسويقية التصديرية كمتغير تابع.

٤- التعرف على أهم المشكلات التسويقية التصديرية التي تواجه زراع البطاطس المبحوثين من وجهة نظرهم.

الأسلوب البحثي

التعريفات الإجرائية للمصطلحات البحثية وطرق قياسها:

١- **السن:** ويقصد به في هذا البحث عمر المبحوث حتى وقت إجراء هذا البحث مقدرراً بالسنوات.

معلوماته الزراعية، ومدى استخدامه للزراعة الآلية، وسماعة عن بعض الأفكار المستحدثة بالمنطقة، واتصاله بمحطات تصدير محاصيل الخضر. ويقدر هذا المتغير كميًا بحصول المبحوث علي درجة في حالة الإستجابة الموجبة وصفر في حالة الإستجابة السالبة، وعليه تتراوح القيم الرقمية النظرية لهذا المتغير بين (صفر - ٢٣) درجة.

١١- **الامام التسويقي:** ويقصد به درجة التحرر الفكري والذهني للمبحوث وإدراكه لتغيرات السوق المحيطة به والتي تؤثر علي عملية تسويقه لمحصول البطاطس بالإضافة إلي درجة تحرره من الأساليب التقليدية في تصريف محصوله سواء فيما يتعلق بالتصدير أو لجوئه إلي مصانع تصنيع البطاطس، وكذا طريقة تفكيره في حل المشكلات التسويقية الطارئة. ويقدر هذا المتغير كميًا بحصول المبحوث علي درجة واحدة عن كل استجابة تدل علي وعي المبحوث، وعليه فقد بلغت القيم الرقمية النظرية التي يمكن أن يحصل عليها المبحوث لهذا المتغير بين (صفر - ٢٧) درجة.

١٢- **الاتجاه نحو زراعة محصول البطاطس:** ويقصد به درجة ميل المبحوث ورغبته في الاستمرار في زراعة البطاطس كأحد المحاصيل الأساسية في دورته الزراعية ومدى اقتناعه به كمحصول مربح من خلال تصديره. ويعبر عنه بقيمة رقمية من خلال إجابة المبحوث علي (٢١) عبارة اتجاهية، بعضها إيجابي والآخر سلبي فيحصل علي ثلاث درجات في حالة موافق ودرجتان في حالة لحد ما ودرجة واحدة في حالة لا أوافق وذلك بالنسبة للعبارات الإيجابية والعكس صحيح مع العبارات السلبية، وبذا تتراوح القيم الرقمية النظرية لهذا المتغير بين (٢١ - ٦٣) درجة.

١٣- **الرضاء عن العمل الإرشادي الزراعي بالمنطقة:** ويقصد به المشاعر التي يبديها المبحوث نحو العمل الإرشادي من حيث مدى شعوره بالفائدة الملموسة للجهود

بالإضافة إلي نوع هذه المساهمة سواء بالمال أو بالجهد أو بالرأي وأيضاً مدى الإستفادة من هذه المنظمات من حيث كونها إستفادة كبيرة أو متوسطة أو ضعيفة أو منعدمة، ويتم التعبير عنها بقيمة رقمية وذلك بإعطاء المبحوث درجتان في حالة عضو إداري أو درجة واحدة في حالة عضو عادي، كما يعطي ثلاث درجات في حالة المساهمة بشكل دائم في انشطتها، ودرجتان في حالة المساهمة أحياناً ودرجة واحدة في حالة نادراً، وصفر في حالة عدم المشاركة، بالإضافة إلي درجة عن كل نوع مساهمة يشارك بها (بالمال أو بالجهد أو بالرأي أو أخرى) ويعطي ثلاث درجات في حال شعوره بالإستفادة الكبيرة ودرجتان في حالة المتوسطة ودرجة في حالة الضعيفة وصفر في حالة انعدام الإستفادة. وبذا تتراوح الدرجة الكلية النظرية لهذا المتغير بين (١ - ٣٢) درجة.

٩- **الإنفتاح الاتصالي:** ويقصد به مدى تعرض المبحوث لوسائل الإعلام المختلفة، ودرجة مشاركته في الأنشطة الإرشادية الزراعية المختلفة من برامج تدريبية وحقول إرشادية، واتصاله بأقرانه من الزراع في المناسبات المختلفة أو لجوء الزراع إليه طلباً للمشورة ومدى إستفادته من هذه الأنشطة. ويتم التعبير عن هذا المتغير بقيم رقمية وذلك بإعطاء المبحوث ثلاث درجات في حالة الاتصال دائماً ودرجتان في حالة أحياناً ودرجة واحدة في حالة نادراً وصفر في حالة عدم الاتصال، وثلاث درجات في حالة الاستفادة الكبيرة ودرجتان في حالة الإستفادة المتوسطة ودرجة في حالة الإستفادة الصغيرة وصفر في حالة منعدمة، وبالتالي فإنه تتراوح القيم الرقمية النظرية لهذا المتغير بين (صفر - ١٨) درجة.

١٠- **التجديدية:** ويقصد بها الوقوف علي الفكر التجديدي للمبحوث ودرجة قبوله للمخاطرة وتبني الأفكار الجديدة وذلك من خلال اجابته علي بعض العبارات التي توضح مدى تجديديه من عدمه وذلك فيما يتعلق بسرعة سعية لتطبيق الجديد من التوصيات، ونوعية المصادر التي يستقي منها

زراعة محصول البطاطس، متوسط المساحة المزروعة بمحصول البطاطس، متوسط إنتاج الفدان من محصول البطاطس، متوسط صافي العائد الفداني، الحيازة الحيوانية، المشاركة بالمنظمات الريفية، الانفتاح الاتصالي، التجديدية، الامام التسويقي، الاتجاه نحو زراعة محصول البطاطس، الرضاء عن العمل الإرشادي الزراعي بالمنطقة. وبين درجة الاحتياجات الإرشادية التسويقية التصديرية لزراع البطاطس بإحدى قرى مركز كوم حمادة بمحافظة البحيرة كمتغير تابع لهذا البحث، وتم إختبار هذا الفرض في صورته الصفرية.

٢- توجد علاقة تأثيرية بين درجة الاحتياجات الإرشادية التسويقية التصديرية لزراع البطاطس بإحدى قرى مركز كوم حمادة بمحافظة البحيرة كمتغير تابع لهذا البحث وبين المتغيرات المستقلة السابق ذكرها، وتم إختبار هذا الفرض في صورته الصفرية.

منطقة البحث:

أجري هذا البحث في محافظة البحيرة، وهي من المحافظات التي تتركز فيها زراعة محصول البطاطس، حيث بلغت المساحة المزروعة (٦٧٧٢٠) فدان بما يمثل نسبة (٣٤,٥٩%) فدان من الإجمالي العام لجمهورية مصر العربية البالغ (١٩٥٧٧٣) فدان موسم ٢٠١٣ (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لإحصاءات المساحات المحصولية والإنتاج النباتي، ٢٠١٤)، ويبلغ حجم الإنتاج (٧٤٥٧٧٣) طن بنسبة (٣٤,٨١%) طن من الإجمالي العام لحجم الإنتاج في مصر ويعتبر مركز كوم حمادة من أهم مراكز المحافظة التي تتركز فيها زراعة البطاطس حيث تبلغ المساحة المزروعة به (١٧٥٠٣) فدان، وتم إختيار قرية الحدين وهي من أكبر قري مركز كوم حمادة من حيث المساحة المزروعة بمحصول البطاطس حيث بلغت (١٧٧٥) فدان (مديرية الزراعة بالبحيرة، بيانات غير منشورة، ٢٠١٧).

الإرشادية التسويقية المبذولة بالقرية وكذا مشاركته في انشطتها المختلفة والتي تعكس مدى تقبله ورضائه عما يقدمه الإرشاد الزراعي من خدمات تسويقية له ولأقرانه بالقرية، وتم التعبير عنه بقيمة رقمية من خلال اجابة المبحوث علي أربعة عشرة عبارة فيحصل علي ثلاث درجات في حالة الموافقة، ودرجتان في حالة لحد ما، ودرجة في حالة عدم الموافقة وذلك بالنسبة للعبارات الإيجابية، والعكس صحيح بالنسبة للعبارات السلبية. ولذا تتراوح القيم الرقمية النظرية التي يمكن أن يحصل عليها المبحوث بين (١٠ - ٣٧) درجة.

١٤- الاحتياجات الإرشادية الزراعية التسويقية التصديرية لزراع البطاطس المبحوثين: يقصد به درجة النقص المعرفي لدى الزراع المبحوثين فيما يتعلق بالتوصيات الفنية لإنتاج محصول البطاطس طبقاً للمواصفات التسويقية التصديرية، ويتم التعبير عنه بقيمة رقمية يمكن الحصول عليها كالتالي:

- ١- عمليات تجري قبل التقلع (٤) عبارات.
 - ٢- تحديد درجة الصلاحية للتقلع (٦) عبارات.
 - ٣- إحتياطات عملية التقلع (٥) عبارات.
 - ٤- مواصفات الدرنات المطلوب تصديرها (١٠) عبارات.
 - ٥- مواصفات عبوات التصدير (١١) عبارة.
 - ٦- العلاج التجفيفي لدرنات البطاطس (٥) عبارات.
- وعليه فقد تراوحت القيم الرقمية النظرية للاحتياجات الإرشادية التسويقية التصديرية لزراع البطاطس المبحوثين بين (صفر - ٤١) درجة.

الفروض البحثية

لتحقيق أهداف هذا البحث تم صياغة الفروض البحثية التالية:

- ١- توجد علاقة إرتباطية بين كل من المتغيرات المستقلة التالية: السن، المستوى التعليمي للمبحوث، الخبرة في

أسلوب جمع البيانات:

تم استخدام أسلوب الإستبيان بالمقابلة الشخصية لجمع بيانات هذا البحث من جميع مفردات العينة البحثية وتم مراجعتها من خلال بعض أساتذة قسم الإنتاج النباتي (شعبة الخضر) بكلية الزراعة (سابقاً) للتأكد من مطابقة محتويات الإستبيان للتوصيات الفنية المتعلقة بإنتاج محصول البطاطس طبقاً للمواصفات التسويقية التصديرية لمحصول البطاطس، وتم إجراء إختبار مبدئي لإستمرار الإستبيان على ١٥ من زراع محصول البطاطس بالقرية موضع الدراسة.

شاملة البحث وعينته:

تمثلت شاملة هذا البحث في جميع زراع البطاطس بقرية الحدين مركز كوم حمادة محافظة البحيرة البالغ عددهم (٤١٨) مزارعاً، وتم إختيار عينة عشوائية منهم تبلغ (٨٥) محبوث بنسبة حوالي (٢٠%) وفقاً لمعادلة "كريجسي ومورجان" (1970).

$$S = X NP (1 - P) \div d^2 (N - 1) + X^2 P (1 - P)$$

حيث أن:

S=حجم العينة ، N=حجم الشاملة

X=رقم ثابت = القيمة الجدولية لـ χ^2 عند درجة حرية (١)

وهي (٣,٨٤)

P = رقم ثابت = خطأ التقدير أو خطأ المعاينة = (٠,٥)

d = رقم ثابت = نسبة الخطأ أو درجة الثقة عند ٩٥%

= (٠,٠٥)

النتائج البحثية

أولاً: بعض الخصائص الإجتماعية الإقتصادية والإتصالية للزراع المبحوثين:

يتبين من النتائج في جدول (١) أن ٤٧,٠٦% من المبحوثين يقعون في الفئة العمرية (٢٩-٤٢) سنة وهي المرحلة العمرية التي تتسم بالحيوية والنشاط والمقدرة على العمل والعطاء، ومن حيث المستوى التعليمي للمبحوثين فتبين

أن (٥٦,٤٨%) منهم يقعون في فئة (٦-١٢) سنة مما يشير إلى الإرتفاع النسبي في المستوى التعليمي للمبحوثين، وفيما يتعلق بخبرة الزراع المبحوثين في زراعة محصول البطاطس فتبين إرتفاع خبرة معظم المبحوثين والذي قد ينعكس بالإيجاب على معارفهم وبالتالي يتوقع أن تنخفض احتياجاتهم الإرشادية في هذا المجال، وأن متوسط المساحة المزروعة بمحصول البطاطس بلغ (٨,٦٣) فدان وهذا يعني أن غالبية الزراع المبحوثين يقعون في فئة زراعة المساحات الاقتصادية، كما يعكس القدرة المالية للمبحوثين وذلك لإرتفاع تكاليف زراعة الفدان من محصول البطاطس، وأن (٨٠%) منهم يقعون في فئتي منخفضي ومتوسطي الانتاج وبالتالي فهناك فرصاً لزيادة إنتاجية الفدان من محصول البطاطس ليقترّب من المتوسطات العالمية من خلال إعداد برامج إرشادية تساهم في سد مالمديهم من نقص معرفي وإشباع ما لديهم من حاجات ملحة، وإتضح أن (٧٩,٨٢%) من المبحوثين من فئتي الدخل المنخفض والمتوسط وبذلك يمكن مضاعفة هذا الدخل من خلال رفع إنتاجية الفدان، وأن (٨٧,٠٦%) منهم في فئتي منخفضي ومتوسطي السعة الحيوانية وقد يرجع ذلك لإنخفاض مستويات الدخل، وأن (٧٨,٨٢%) منهم ذوي مشاركة منخفضة ومتوسطة في المنظمات الريفية وقد يرجع ذلك لعدم فعالية هذه المنظمات علي مستواهم المعرفي، وتبين أن (٦١,١٨%) منهم يقعون في فئتي منخفضي ومتوسطي الإلتصاح وهذا قد يؤثر علي ضعف المستوي المعرفي فيما يتعلق بتصدير محصول البطاطس، وأن (٥١,٧٦%) من الزراع المبحوثين يقعون في فئة التجديدية المنخفضة مما يؤثر سلباً علي مستواهم المعرفي الأمر الذي يؤدي الي زيادة احتياجاتهم الارشادية في مجال تسويق وتصدير محصول البطاطس، وفيما يتعلق بالإلمام التسويقي للزراع المبحوثين فقد إتضح أن (٧٦,٤٧%) منهم يقعون في الفئة المنخفضة والمتوسطة مم يعكس الإحتياج الشديد للزراع للمبحوثين للمعارف والمعاملات المتعلقة بتسويق وتصدير محصول البطاطس،

جدول ١. توزيع الزراع المبحوثين وفقاً لخصائصهم الإجتماعية الإقتصادية والإتصالية

الخصائص	العدد *	%	الخصائص	العدد	%
١- السن:			٥- متوسط انتاج الفدان من محصول البطاطس: منخفض (٦-١٠)	٤١	٤٨,٢٤
(٢٩-٤٢)	٤٠	٤٧,٠٦	متوسط (١٠-١٤)	٢٧	٣١,٧٦
(٥٥-٤٢)	٢٦	٣٠,٥٩	مرتفع (١٤ طن فأكثر)	١٧	٢٠
(٥٥ سنة فأكثر)	١٩	٢٢,٣٥	المتوسط الحسابي = (١٢,٨٤) طن		
المتوسط الحسابي = (٥١) سنة			الإلتحاف المعياري = (٦,٢٢) طن		
الإلتحاف المعياري = (٦,٨٢) سنة			٦- متوسط صافي العائد الفداني:		
٢- المستوى التعليمي للمبحوث:			منخفض (٢-٤)	٢٥	٢٩,٤١
أمي	١٠	١١,٧٦	متوسط (٤-٦)	٤٢	٤٩,٤١
مستوى منخفض (٦-١)	١٧	٢٠	مرتفع (٦ فأكثر)	١٨	٢١,١٨
مستوى متوسط (١٢-٦)	٤٨	٥٦,٤٨	المتوسط الحسابي = (٥,٤٧) الف جنيه		
مستوى مرتفع (١٢ سنة فأكثر)	١٠	١١,٧٦	الإلتحاف المعياري = (١,٧٠) الف جنيه		
المتوسط الحسابي = (١٠,٦٠) سنة					
الإلتحاف المعياري = (٥,٣١) سنة			٧- الحيازة الحيوانية:		
٣- الخبرة في زراعة محصول البطاطس:			منخفضة (٢-٧)	٥١	٦٠
(١٩-١٣)	٣٩	٤٥,٨٨	متوسطة (٧-١١)	٢٣	٢٧,٠٦
(٢٥-١٩)	٣٥	٤١,١٨	مرتفعة (١١ فأكثر)	١١	١٢,٩٤
(٢٥ سنة فأكثر)	١١	١٢,٩٤	المتوسط الحسابي = (٩,٠٧) وحدة حيوانية		
المتوسط الحسابي = (١٩,٦٠) سنة			الإلتحاف المعياري = (٢,٢٠) وحدة حيوانية		
الإلتحاف المعياري = (٥,٢٢) سنة					
٤- متوسط المساحة المزروعة بمحصول البطاطس:			٨- المشاركة بالمنظمات الريفية:		
منخفضة (٧-٢)	٥٠	٥٨,٨٢	مشاركة منخفضة (٥-١٤)	٤٦	٥٤,١٢
متوسطة (١٢-٧)	٢١	٢٤,٧١	مشاركة متوسطة (١٤-٢٣)	٢١	٢٤,٧٠
مرتفعة (١٢ فدان فأكثر)	١٤	١٦,٤٧	مشاركة مرتفعة (٢٣ فأكثر)	١٨	٢١,١٨
المتوسط الحسابي = (٨,٦٣) فدان			المتوسط الحسابي = (١٤,٢٠) درجة		
الإلتحاف المعياري = (٣,٤١) فدان			الإلتحاف المعياري = (١٠,١٨) درجة		
٩- الإلتفاتح الإتصالي:			١٢- الإلتفاتح نحو زراعة محصول البطاطس:		
منخفض (٦-١٠)	٢٢	٢٥,٨٨	إلتفاتح سلبي (٢١-٣٥)	٢٠	٢٣,٥٣
متوسط (١٠-١٤)	٣٠	٣٥,٣٠	إلتفاتح حيادي (٣٥-٤٩)	٢٥	٢٩,٤١
مرتفع (١٤ فأكثر)	٣٣	٣٨,٨٢	إلتفاتح إيجابي (٤٩ فأكثر)	٤٠	٤٧,٠٦
المتوسط الحسابي = (١١,٤٠) درجة			المتوسط الحسابي = (٣٧,٦٠) درجة		
الإلتحاف المعياري = (٤,٧٤) درجة			الإلتحاف المعياري = (٥,٧٨) درجة		
١٠- التجديدية:			١٣- الرضاء عن العمل الإرشادي الزراعي بالمنطقة:		
منخفضة (٥-١١)	٤٤	٥١,٧٦	منخفض (١٠-١٩)	٤٥	٥٢,٩٤
متوسطة (١١-١٧)	١٥	١٧,٦٥	متوسط (١٩-٢٨)	١١	١٢,٩٤
مرتفعة (١٧ فأكثر)	٢٦	٣٠,٥٩	مرتفع (٢٨ فأكثر)	٢٩	٣٤,١٢
المتوسط الحسابي = (١٤) درجة			المتوسط الحسابي = (٢٦,٦٠) درجة		
الإلتحاف المعياري = (٣,٧٦) درجة			الإلتحاف المعياري = (٤,٥٧) درجة		
١١- الالمام التسويقي:					
منخفض (٦-١٣)	٢٧	٣١,٧٦			
متوسط (١٣-٢٠)	٣٨	٤٤,٧١			
مرتفع (٢٠ فأكثر)	٢٠	٢٣,٥٣			
المتوسط الحسابي = (١٥,٦٠) درجة					
الإلتحاف المعياري = (٣,٥٧) درجة					

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة

* العدد = ٨٥

جدول ٢. درجة الإحتياجات الإرشادية التسويقية التصديرية لزراع محصول البطاطس المبحوثين

العدد	%	فئات الإحتياجات الإرشادية (درجة)
١٦	١٨,٨٣	إحتياجات إرشادية منخفضة (١٢ - ٢١)
٣٩	٤٥,٨٨	إحتياجات إرشادية متوسطة (٢١ - ٣٠)
٣٠	٣٥,٢٩	إحتياجات إرشادية مرتفعة (٣٠ درجة فأكثر)
٨٥	١٠٠	المجموع

المتوسط الحسابي = (٢٧,١٩) درجة

الانحراف المعياري = (٦,١٨) درجة

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة.

وبالتالي يتضح من الجدول السابق أن غالبية الزراع المبحوثين (٨١,١٧%) ذوي مستوى إحتياجات إرشادية متوسطة ومرتفعة فيما يتعلق بالموصفات التسويقية التصديرية لمحصول البطاطس مما يعني أن هناك حاجة ماسة لتخطيط المزيد من البرامج الإرشادية الزراعية من قبل جهاز الإرشاد الزراعي الموجهة للمبحوثين لتوعيتهم ورفع مستواهم المعرفي فيما يتعلق باحتياجات الأسواق الخارجية ومحطات تصدير البطاطس من مواصفات هامة لهذا المحصول ليتسنى لهم تحقيق صافي ربح عالي يمكنهم من الإستمرار في زراعة هذا المحصول الاستراتيجي ، وفيما يلي عرضاً لنسب معرفة المبحوثين لبؤود المواصفات التسويقية التصديرية لمحصول البطاطس كما يلي:

١ - معرفة الزراع المبحوثين بالعمليات التي تجري قبل التقلع:

يتضح من جدول (٣) إلي أن معرفة الزراع المبحوثين بالعمليات التي تجري قبل التقلع لمحصول البطاطس قد تراوحت النسب المئوية للنسب المذكورة بين ٨٢,٣٥%، ١٠٠% من المبحوثين والمتعلقة بكل من: منع الري بفترة كافية قبل التقلع يساعد علي تصلب القشرة، منع الري قبل التقلع يزيد من جودة الدرناات ويسهل من التسويق عن طريق خفض نسبة الرطوبة بها، ازالة العرش بفترة كافية قبل التقلع يزيد من تصلب القشرة، التخلص من العرش يقلل الاصابة

مما أدى إلي العزوف عنها من قبل الزراع مما يؤثر سلبياً كما إتضح أن (٥٢,٩٤%) منهم يقعون في فئة الإتجاه السلبي والمحايد نحو زراعة محصول البطاطس وبالتالي يقع علي عاتق الجهاز الارشادي الزراعي عبء كبير لتغيير اتجاه الزراع المبحوثين من خلال المزيد من الطرق الارشادية التي تعمل علي زيادة المعارف التسويقية التصديرية لهم، كما تبين أن ما يقرب من ثلثي المبحوثين (٦٥,٨٨%) من فئتي الرضاء المنخفض والمتوسط عن العمل الإرشادي المقدم لهم، وهذا يتطلب من المسؤولين ومنتخذي القرار بذل مزيد من الجهد للنهوض بدور الإرشاد الزراعي بصفة عامة وفي منطقة الدراسة بصفة خاصة من أجل أن يحقق الهدف المنشود منه، وهو تقديم الخدمة الإرشادية للزراع والأخذ بأيديهم من أجل النهوض بمعارفهم وإحداث التغييرات السلوكية المرغوبة لديهم بصفة عامة، الأمر الذي سوف ينعكس بالإيجاب على إنتاجيتهم.

ثانياً: درجة الإحتياجات الإرشادية التسويقية التصديرية لزراع محصول البطاطس المبحوثين:

يتضح من جدول (٢) أن نسبة المبحوثين ذوي درجة الإحتياجات الارشادية المنخفضة فيما يتعلق بالموصفات التسويقية التصديرية لمحصول البطاطس بين (١٢ - ٢١) درجة قد بلغ ٤٥,٨٨% من المجموع الكلي للمبحوثين، بينما بلغت نسبة المبحوثين ذوي درجة الإحتياجات الارشادية المتوسطة فيما يتعلق بالموصفات التسويقية التصديرية لمحصول البطاطس بين (٢١ - ٣٠) درجة نسبة ٣٥,٢٩% من المجموع الكلي للمبحوثين، في حين بلغت نسبة المبحوثين ذوي درجة الإحتياجات الارشادية المرتفعة فيما يتعلق بالموصفات التسويقية التصديرية لمحصول البطاطس (٣٠ درجة فأكثر) حوالي ١٨% من المجموع الكلي للمبحوثين.

٤- معرفة الزراع المبحوثين بمواصفات الدرنات المطلوب تصديرها:

تشير النتائج البحثية بجدول (٣) إلي أن معرفة الزراع المبحوثين بمواصفات الدرنات المطلوب تصديرها في محصول البطاطس قد تراوحت النسب المئوية للنسب المذكورة بين ٣٤,١٢%، ٩٥,٢٩% من المبحوثين والمتعلقة بكل من: يتم الحصاد في تمام النضج للدرة ليس بها اخضرار، يشترط تجانس الدرنات في الحجم، خلو الدرنات من آثار المبيدات والعفن البني، خلو الدرنات من التثبيت والنموات الثانوية، يمكن الحصاد للدرنات في مرحلة التريش، يفضل محصول الأراضي الرملية عن الأراضي الطينية، وزن الدرة المصدرة للبلاد العربية وروسيا ٢٥٠ - ٣٠٠ جم، وزن الدرة المصدرة للدول الأوروبية ٢٠٠ جم، الرتبة الأولى من الدرنات هي التي لا تزيد بها نسبة العيوب التجارية عن ٣% من وزن العبوة الواحدة، الرتبة الثانية من الدرنات هي التي تكون نسبة العيوب التجارية بها ٣-٦% من وزن العبوة الواحدة فقد ذكرها: ٩٥,٢٩%، ٨٢,٣٥%، ٧١,٧٦%، ٦٧,٠٦%، ٤٧,٠٦%، ٦١,١٨%، ٣٥,٢٩%، ٣٤,١٢%، ٣٨,٨٢%، ٤١,١٨% من إجمالي المبحوثين علي الترتيب.

٥- معرفة الزراع المبحوثين بمواصفات عبوات التصدير:

تبين من النتائج البحثية بجدول (٣) إلي أن معرفة الزراع المبحوثين بمواصفات عبوات التصدير في محصول البطاطس قد تراوحت النسب المئوية للنسب المذكورة بين ٢٥,٨٨%، ٦٢,٣٥% من المبحوثين والمتعلقة بكل من: القدرة علي التوصيل الحراري لسهولة تبريد محتواها، لها القدرة علي المحافظة علي محتوى الثمار من الرطوبة، قدرة العبوات علي نفاذية الغازات الناتجة عن تنفس الدرنات، لا تتأثر العبوات بالرطوبة الجوية أو البلل، تأخذ العبوات أصغر حجم ممكن أثناء الشحن، قدرة العبوات علي حجب الضوء، سهولة الفتح والغلق، الدرنات غير مكتملة النضج توضع في عبوات بها بيتاموس مندي بالماء بمعدل ٢,٥ كجم بيت موس لكل

بالأمراض الفطرية فقد ذكرها: ٩٤,١٢%، ١٠٠%، ٨٨,٢٤%، ٨٢,٣٥% من إجمالي المبحوثين علي الترتيب.

٢- معرفة الزراع المبحوثين بتحديد درجة الصلاحية للتقلع:

تشير النتائج الواردة بجدول (٣) إلي أن معرفة الزراع المبحوثين بتحديد درجة الصلاحية للتقلع لمحصول البطاطس قد تراوحت النسب المئوية للنسب المذكورة بين ٧٠,٥٩%، ٩٤,١٢% من المبحوثين والمتعلقة بكل من: اصفرار المجموع الخضري للنباتات من ٥٠-٦٠%، وصول الدرة لأقصى حجم ممكن حسب الصنف، اكتمال تكوين القشرة والتصاقها بالدرة، سهولة انفصال الدرنات عن النباتات، يتم التقلع في الوقت المناسب من ٩٠-١٢٠ يوم من الزراعة حسب الصنف، العروة الصيفي تحتاج وقت أطول للتقلع عن الشتوي والنيلي فقد ذكرها: ٧٤,١٢%، ٨٢,٣٥%، ٧٠,٥٩%، ٨٣,٥٣%، ٩٠,٥٩%، ٩٤,١٢% من إجمالي المبحوثين علي الترتيب.

٣- معرفة الزراع المبحوثين باحتياجات عملية التقلع:

توضح النتائج البحثية بجدول (٣) إلي أن معرفة الزراع المبحوثين باحتياجات عملية التقلع في محصول البطاطس قد تراوحت النسب المئوية للنسب المذكورة بين ٥٢,٩٤%، ٨٢,٧٨% من المبحوثين والمتعلقة بكل من: يتم الحصاد في اوقات النهار منخفضة الحرارة، استعمال المحراث البلدي يزيد نسبة الفاقد من الدرنات المجروحة، استعمال سلاح عريض في التقلع يقلل الفاقد من المحصول، زيادة عمق السلاح يقلل الفاقد من المحصول، التعبئة المباشرة للدرنات بعد الحصاد يعمل علي تسليخ الدرنات فقد ذكرها: ٥٨,٨٢%، ٦٤,٧١%، ٧٠,٥٩%، ٧٨,٨٢%، ٥٢,٩٤% من إجمالي المبحوثين علي الترتيب.

(٠,٠٥) وهذا يعني أن المتغيرين متلازمان ويتحركان معا في نفس الاتجاه وأن زيادة أحدهما يصاحبها زيادة في المتغير الآخر وقد يرجع ذلك إلى أن كبار السن من الزراع أكثر تمسكا بالتقاليد والمعارف والخبرات التي توارثوها عن آبائهم في الزراعة، وكانت العلاقة إرتباطية معنوية عكسية بين المتغير التابع:

والمستوى التعليمي، ومتوسط انتاج الفدان من محصول البطاطس، ومتوسط صافي العائد الفداني، والمشاركة بالمنظمات الريفية، والانفتاح الاتصالي، والتجديدية، والالمام التسويقي، والاتجاه نحو زراعة البطاطس، والرضاء عن العمل الإرشادي الزراعي عند المستوي الإحتمالي (٠,٠١)، ويشير ذلك إلى أن هذه المتغيرات متلازمة مع المتغير التابع وتتحرك معه في اتجاهين متضادين وأن زيادة احدهما يصاحبه انخفاض في المتغير الآخر والعكس بالعكس، وهذا يعني أنه كلما انخفضت وضعفت هذه المتغيرات زادت درجة الاحتياجات الإرشادية التسويقية التصديرية لزراع البطاطس، وبناء علي ذلك فإنه يرفض الفرض الإحصائي ويقبل الفرض البحثي بالنسبة للمتغيرات التي ثبتت علاقتها الإرتباطية مع المتغير التابع، ورفضه بالنسبة لباقي المتغيرات.

٢- علاقة المتغيرات التفسيرية بدرجة الاحتياجات الإرشادية التسويقية التصديرية لزراع البطاطس كمتغير تابع:

تم تقدير تأثير كل من المتغيرات ذات العلاقة الإرتباطية المعنوية مع المتغير التابع للدراسة وإتضح من النتائج معنوية النموذج ككل إستناداً إلى قيمة (ف) حيث بلغت (١٤,٢٣) هذا بالإضافة إلى أن تلك المتغيرات تساهم في تفسير حوالي (٨٠%) من التغيرات في درجة الاحتياجات الإرشادية التسويقية التصديرية لزراع البطاطس: إستناداً إلى قيمة معامل التحديد (ر^٢) حيث بلغت (٠,٧٩٦)، وقد إتضح معنوية تأثير كل من المتغيرات المستقلة التالية: الخبرة في زراعة محصول البطاطس، ومتوسط صافي العائد الفداني، والانفتاح الاتصالي، والالمام التسويقي،

٢٥ كجم بطاطس، تبعاً الدرناات غير مكتملة النضج في أجولة من البولي ايثيلين الأسود المثقب لمنع الاخضرار، عبوات التصدير للدول العربية وروسيا كبيرة الحجم ٢٥كجم، عبوات التدير للدول الأوروبية صغيرة الحجم ٥ - ١٠ كجم فقد ذكرها: ٣١,٧٦%، ٢٩,٤١%، ٤٣,٥٣%، ٤٧,٠٦%، ٣٠,٥٩%، ٤٥,٨٨%، ٦٢,٣٥%، ٢٥,٨٨%، ٣٠,٥٩%، ٣٥,٢٩%، ٣٧,٦٥% من إجمالي المبحوثين علي الترتيب

٦- معرفة الزراع المبحوثين بالعلاج التجفيفي لدرناات البطاطس:

توضح النتائج البحثية بجدول (٣) إلي أن معرفة الزراع المبحوثين بالعلاج التجفيفي لدرناات البطاطس قد تراوحت النسب المئوية للنسب المذكورة بين ٢٣,٥٣%، ٥٧,٦٥% من المبحوثين والمتعلقة بكل من: تكوين طبقة فليزية بقشرة الدرنة يقلل من نسبة رطوبة الدرناات والاصابة بالفطريات، تستخدم المقاومة البيولوجية باستخدام فيروس (GV) بمعدل ٦٠ يرقة للطن أو بيكتيريا (BT) بمعدل ١٥٠ جم للطن، تستغرق العلاج التجفيفي من (١-٢) أسبوع، لا تغطي الدرناات ببقايا النباتات أو الحشائش، يتكون البريدرم عن درجة ١٥-٢٠ درجة مئوية ورطوبة ٩٠-٩٥% فقد ذكرها: ٤٣,٥٣%، ٢٣,٥٣%، ٤٤,٧١%، ٥٧,٦٥%، ٣٢,٩٤% من إجمالي المبحوثين علي الترتيب، ثالثاً: العلاقات الإرتباطية والإنحدارية بين بعض الخصائص الإجتماعية الإقتصادية والإتصالية للزراع المبحوثين وبين درجة الاحتياجات الإرشادية التسويقية التصديرية لزراع البطاطس:

١- العلاقات الإرتباطية بين خصائص الزراع المبحوثين ودرجة الاحتياجات الإرشادية التسويقية التصديرية لزراع البطاطس:

تشير النتائج البحثية الواردة في جدول (٤) إلى وجود عاقة إرتباطية معنوية طردية بين درجة الاحتياجات الإرشادية التسويقية التصديرية لزراع البطاطس ومتغير السن، والخبرة في زراعة محصول البطاطس عند المستوي الإحتمالي

جدول ٣. توزيع الزراع المبحوثين وفقاً لإحتياجاتهم الإرشادية التسويقية التصديرية لمحصول البطاطس

م	البنود المعرفية*		لا يعرف	
	يعرف	عدد** %	لا يعرف	عدد** %
١-	عمليات تجري قبل التقلع:-			
	١- منع الري بفترة كافية قبل التقلع يساعد على تصلب القشرة	٨٠	١٢,٩٤	٥,٨٨
	٢- منع الري قبل التقلع يزيد من جودة الدرنات ويسهل من التسويق عن طريق خفض نسبة الرطوبة بها	٨٥	١٠٠	٠
	٣- ازالة العرش بفترة كافية قبل التقلع يزيد من تصلب القشرة	٧٥	٢٤,٨٨	٧٦,١١
	٤- التخلص من العرش يقلل الاصابة بالأمراض الفطرية	٧٠	٣٥,٨٢	٦٥,١٧
٢-	تحديد درجة الصلاحية للتقلع:-			
	١- اصرار المجموع الخضري للنباتات من ٥٠-٦٠%	٦٣	١٢,٧٤	٨٨,٢٥
	٢- وصول الدرنه لأقصى حجم ممكن حسب الصنف	٧٠	٣٥,٨٢	٦٥,١٧
	٣- اكتمال تكوين القشرة والتصاقها بالدرنه	٦٠	٥٩,٧٠	٤١,٢٩
	٤- سهولة انفصال الدرنات عن النباتات	٧١	٥٣,٨٣	٤٧,١٦
	٥- يتم التقلع في الوقت المناسب من ٩٠-١٢٠ يوم من الزراعة حسب الصنف	٧٧	٥٩,٩٠	٤١,٩
	٦- العروة الصيفي تحتاج وقت أطول للتقلع عن الشتوي والنيلي	٨٠	١٢,٩٤	٨٨,٥
٣-	احتياطات عملية التقلع:-			
	١- يتم الحصاد في اوقات النهار منخفضة الحرارة	٥٠	٨٢,٥٨	١٧,٤١
	٢- استعمال المحراث البلدي يزيد نسبة الفاقد من الدرنات المجروحة	٥٥	٧١,٦٤	٢٩,٣٥
	٣- استعمال سلاح عريض في التقلع يقلل الفاقد من المحصول	٦٠	٥٩,٧٠	٤١,٢٩
	٤- زيادة عمق السلاح يقلل الفاقد من المحصول	٦٧	٨٢,٧٨	١٨,٢١
	٥- التعبئة المباشرة للدرنات بعد الحصاد يعمل على تسليخ الدرنات	٤٥	٩٤,٥٢	٠٦,٤٧
٤-	مواصفات الدرنات المطلوب تصديرها:-			
	١- يتم الحصاد في تمام النضج للدرنه ليس بها اخضرار	٨١	٢٩,٩٥	٧١,٤
	٢- يشترط تجانس الدرنات في الحجم	٧٠	٣٥,٨٢	٦٥,١٧
	٣- خلو الدرنات من آثار المبيدات والعفن البني	٦١	٧٦,٧١	٢٤,٢٨
	٤- خلو الدرنات من التثبيت والنموات الثانوية	٥٧	٠٦,٦٧	٩٤,٣٢
	٥- يمكن الحصاد للدرنات في مرحلة الترييش	٤٠	٠٦,٤٧	٩٤,٥٢
	٦- يفضل محصول الأراضي الرملية عن الأراضي الطينية	٥٢	١٨,٦١	٨٢,٣٨
	٧- وزن الدرنه المصدرة للبلاد العربية وروسيا ٢٥٠ - ٣٠٠ جم	٣٠	٢٩,٣٥	٧١,٦٤
	٨- وزن الدرنه المصدرة للدول الأوروبية ٢٠٠ جم	٢٩	١٢,٣٤	٨٨,٦٥
	٩- الرتبة الأولى من الدرنات هي التي لا تزيد بها نسبة العيوب التجارية عن ٣% من وزن العبوة الواحدة	٣٣	٨٢,٣٨	١٨,٦١
	١٠- الرتبة الثانية من الدرنات هي التي تكون نسبة العيوب التجارية بها ٣-٦% من وزن العبوة الواحدة	٣٥	١٨,٤١	٨٢,٥٨
٥-	مواصفات عبوات التصدير:-			
	١- القدرة على التوصيل الحراري لسهولة تبريد محتواها	٢٧	٧٦,٣١	٢٤,٦٨
	٢- لها القدرة على المحافظة على محتوى الثمار من الرطوبة	٢٥	٤١,٢٩	٥٩,٧٠
	٣- قدرة العبوات على نفاذية الغازات الناتجة عن تنفس الدرنات	٣٧	٥٣,٤٣	٤٧,٥٦
	٤- لا تتأثر العبوات بالرطوبة الجوية أو اللبل	٤٠	٠٦,٤٧	٩٤,٥٢
	٥- تأخذ العبوات أصغر حجم ممكن أثناء الشحن	٢٦	٥٩,٣٠	٤١,٦٩
	٦- قدرة العبوات على حجب الضوء	٣٩	٨٨,٤٥	١٢,٥٤
	٧- سهولة الفتح والغلق	٥٣	٣٥,٦٢	٦٥,٣٧
	٨- الدرنات غير مكتملة النضج توضع في عبوات بها بيت موس مندي	٢٢	٨٨,٢٥	١٢,٧٤
	٩- تعبأ الدرنات غير مكتملة النضج في أجولة من البولي ايثيلين الأسود المثقب لمنع الاخضرار	٢٦	٥٩,٣٠	٤١,٦٩
	١٠- عبوات التصدير للدول العربية وروسيا كبيرة الحجم ٢٥كجم	٣٠	٢٩,٣٥	٧١,٦٤
	١١- عبوات التدبير للدول الأوروبية صغيرة الحجم ٥ - ١٠ كجم	٣٢	٦٥,٣٧	٣٥,٦٢

تابع جدول ٣. توزيع الزراع المبحوثين وفقاً لإحتياجاتهم الإرشادية التسويقية التصديرية لمحصول البطاطس

٦- العلاج التجفيفي لدرنات البطاطس:-				
٤٧,٥٦	٤٨	٥٣,٤٣	٣٧	١-تكوين طبقة فلينية بقشرة الدرنه يقلل من نسبة رطوبة الدرنات والاصابة بالفطريات
٤٧,٧٦	٦٥	٥٣,٢٣	٢٠	بمعدل ٦٠ يرقة (GV)٢- تستخدم المقاومة البيولوجية باستخدام فيروس بمعدل ١٥٠ جم للطن(BT)للطن أو بيكتيريا
٢٩,٥٥	٤٧	٧١,٤٤	٣٨	٣- تستغرق العلاج التجفيفي من (١-٢) أسبوع
٣٥,٤٢	٣٦	٦٥,٥٧	٤٩	٤- لا تغطي الدرنات ببقايا النباتات أو الحشائش
٠٦,٦٧	٥٧	٩٤,٣٢	٢٨	٥- يتكون البريدرم عند درجة ١٥-٢٠ درجة مئوية ورطوبة ٩٠-٩٥%

*وزارة التجارة، قرار وزاري رقم ٦٥١ لسنة ١٩٧٨ بالرقابة علي تصدير البطاطس

** المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة، ن = ٨٥

جدول ٤. قيم معامل الارتباط البسيط بين درجة الاحتياج الإرشادية التسويقية التصديرية لزراع البطاطس وبعض المتغيرات المستقلة

م	خصائص المبحوثين	معامل الارتباط البسيط
١	السن	*٠,٢٣٣
٢	المستوى التعليمي	**٠,٤٢٢-
٣	الخبرة في زراعة محصول البطاطس	*٠,٢٤٣
٤	متوسط المساحة المنزرعة بمحصول البطاطس	٠,١١٧-
٥	متوسط انتاج الفدان من محصول البطاطس	**٠,٤١٢-
٦	متوسط صافي العائد الفداني	**٠,٣٥٦-
٧	الحيازة الحيوانية	٠,١٢٠
٨	المشاركة بالمنظمات الريفية	**٠,٣٧١-
٩	الانفتاح الاتصالي	**٠,٤٨٤-
١٠	التجديدية	**٠,٥٩٠-
١١	الالمام التسويقي	**٠,٦٣٢-
١٢	الاتجاه نحو زراعة البطاطس	**٠,٥٤٩-
١٣	الرضاء عن العمل الإرشادي الزراعي	**٠,٥٨٠-

* معنوية عند مستوى (٠,٠٥)

** معنوية عند مستوى (٠,٠١)

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة

جدول ٥. العلاقات الإنحدارية بين خصائص الزراع المبحوثين ودرجة الاحتياج الإرشادية التسويقية التصديرية لزراع البطاطس

م	خصائص المبحوثين	معامل الإنحدار الجزئي	قيمة (ت)
١	السن	٠,١٠٦-	١,٩٢٨-
٢	المستوى التعليمي	٠,١٦١-	١,١٦٧-
٣	الخبرة في زراعة محصول البطاطس	٢,٠٤٣	**٣,٧٥٧
٤	متوسط انتاج الفدان من محصول البطاطس	٠,١٧٢-	١,٤٢٤-
٥	متوسط صافي العائد الفداني	٢,٥٩٩-	**٤,٠٨٧-
٦	المشاركة بالمنظمات الريفية	٠,٨٢٠	٠,٢٢٤
٧	الانفتاح الاتصالي	٢,٠٠٢-	**٥,٢٠٦-
٨	التجديدية	٠,٠٣٣-	٠,١٠٧-
٩	الالمام التسويقي	٤,١٧-	**٤,٠٩٨-
١٠	الاتجاه نحو زراعة البطاطس	٢,١٨٠	**٣,٨٨٦
١١	الرضاء عن العمل الإرشادي الزراعي	٤,٨٢٠	**٤,٢٦٤

ف = ١٤,٢٣

٢ = ٠,٧٩٦

جدول ٦. المشاكل التي تواجه عملية تسويق محصول البطاطس من وجهة نظر المبحوثين

م	المشاكل	التكرار	%
١	ضعف الدور التسويقي للإرشاد الزراعي في توعية الزراع بمواصفات تصدير محصول البطاطس	٨١	٩٥,٢٩
٢	إحتكار بعض التجار والوسطاء لعملية تسويق المحصول	٧٩	٩٤,٩٢
٣	الوسطاء هم من يقومون بتحديد سعر المحصول مما يجعل الفرق بين السعر الحقلى والسوقى كبير	٧٦	٨٩,٤١
٤	عدم وجود نظام للتسويق من خلال محطات لتصدير محصول البطاطس	٧٠	٣٥,٨٢
٥	عدم وجود مصدر موثوق فية للحصول على التقاوي الجيدة والمطلوبة فى التصدير	٦٩	١٨,٨١
٦	عدم وجود رقابة على التقاوي المستوردة	٦٨	٨٠
٧	عدم التعرف على منافذ تسويقية جديدة	٦٥	٤٧,٧٦
٨	الشركات المصدرة تعتمد على تصدير محصولها أولاً دون النظر لمحصول الزراع	٦١	٧٦,٧١
٩	عدم وجود نظام مكافحة متكاملة لأفات محصول البطاطس وارتفاع أسعار المبيدات	٦٠	٥٩,٧٠
١٠	ارتفاع تكاليف إنتاج محصول البطاطس خصوصاً بعد تعويم الجنية المصرى	٥٨	٦٨,٢٤

* حسب النسبة المئوية من إجمالي عدد الزراع المبحوثين البالغ عددهم (٨٥) مزارعاً

٦٨,٢٤%، ٩٥,٢٩% من إجمالي العينة البحثية، ويمكن ترتيب هذه المشاكل وفقاً لنسب ذكرها تنازلياً كما يلي:

التوصيات

فى ضوء ما أسفرت عنه نتائج هذا البحث أمكن الخروج بالتوصيات الأتية:

- ١- أن تعمل الدولة علي فتح المزيد من المنافذ التسويقية لمحصول البطاطس خاصة لدول الاتحاد الأوروبي وروسيا.
- ٢- تحديد سعر التصدير من قبل الدولة وفقاً للسعر العالمي لمنع تلاعب الوسطاء ومحطات التصدير.
- ٣- تنشيط الدور التنقيفي لجهاز الارشاد الزراعي لتوعية الزراع بالمواصفات المطلوبة لتصدير محصول البطاطس.
- ٤- تدعيم مزارع البطاطس بمستلزمات الانتاج لمواجهة التغيرات المتزايدة في أسعارها ليحصل علي هامش ربح مناسب.
- ٥- تعزيز العلاقات مع الغرف التجارية والمصدرين لفتح أسواق جديدة لمحصول البطاطس.
- ٦- وجود مصادر موثوق بها للحصول علي تقاوي الاصناف المطلوب تصديرها.

والاتجاه نحو زراعة البطاطس، والرضاء عن العمل الإرشادي الزراعي وذلك عند مستوي معنوية (٠,٠١) إستناداً إلى قيمة (ت) المحسوبة حيث بلغت قيمتها (٣,٧٥٧، -٤,٠٨٧، -٥,٢٠٦، -٤,٠٩٨، ٣,٨٨٦، ٤,٢٦٤) على الترتيب، وبناء علي ذلك فإنه يمكن قبول الفرض البحثي بالنسبة للمتغيرات التي ثبتت معنوية تأثيرها على المتغير التابع، ورفضه بالنسبة لباقي المتغيرات.

رابعاً: المشاكل التي تواجه عملية تسويق محصول البطاطس من وجهة نظر الزراع المبحوثين:-

ترجع أهمية دراسة المشاكل التي تواجه زراع محصول البطاطس المبحوثين عند تسويق محصولهم بهذا البحث إلى أنها تضع أمام متخذي القرار صورة مكتملة عن أهم المعوقات التي تحول دون إكمال الخدمات الإرشادية التي توجه إليهم فيما يختص بتوعية الزراع بمتطلبات ومواصفات تسويق وتصدير محصول البطاطس، وتنعكس آثارها سلباً على إنتاجية هذا المحصول الهام، وبالتالي تؤثر على العوائد الإقتصادية الإجتماعية التي يمكن أن تعود على زراع محصول البطاطس لو تم إزالة أو التوصل إلى حلول لهذه المشاكل.

ويتضح من البيانات الواردة في الجدول (٦) أن هناك عشرة مشاكل تواجه زراع محصول البطاطس عند انتاج وتسويق المحصول في منطقة البحث بنسبة تراوحت بين

المراجع

سلمان، عمر، ١٩٩٦، التسويق الدولي من منظور بلد نامى،
الدار المصرية اللبنانية، غير مبين مكان النشر.

عفيفي، صديق محمد، ١٩٨١، نظم الاستيراد و التصدير، وكالة
المطبوعات الجامعية، الكويت.

قشطة، عبد الحليم عباس، ٢٠١٣، الإرشاد الزراعي رؤية جديدة،
كلية الزراعة، جامعة القاهرة.

مديرية الزراعة بالبحيرة بيانات غير منشورة، ٢٠١٧.

منظمة الأغذية والزراعة العالمية FAO ، ٢٠٠٥.

منظمة الأغذية والزراعة العالمية FAO ، ٢٠١٦.

شافعي، محمود عبد الهادي، ٢٠٠٧، وسائل تحسين الكفاءة
التسويقية والتصنيعية والتوزيعية للمحاصيل الزراعية ، مشروع
بحثي بالمشاركة بين كلية الزراعة جامعة الإسكندرية وأكاديمية
البحث العلمي والتكنولوجي، التقرير الثالث - الباب الرابع-
الإرشاد التسويقي وتقليل الفاقد للمنتجات الزراعية.

وزارة التجارة، قرار وزاري رقم ٦٥١ لسنة ١٩٧٨ بالرقابة علي
تصدير البطاطس.

Allain, O, 1990 "Marketing Internationale" puf, que sait-je,
press universitaire de

France, Paris. <http://www.faostat.fao.org>

Kregcie, R.V. and Morgan, R.W. 1970, Educational and
psychological measurement, college station, durham,
North Carolina, M.S.A. volume 30.

إمام، مصطفى صالح، سنية محمد دسوقي، وجيه يسري رياض،
توفيق محمد الشيخ، سعيد زكريا عبد الرحمن، محسن عبد
المقصود عزت، صفية محمد السيد، راوية البسيوني ابراهيم،
٢٠١٣، التداول الأمثل لمحاصيل الخضر، وزارة الزراعة
واستصلاح الأراضي، الادارة المركزية للتدريب، معهد بحوث
البيساتين، أقسام بحوث الخضر والنباتات الطبية والعطرية.

الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية
لإحصاءات المساحات المحصولية والإنتاج النباتي،

٢٠١٤

استراتيجية التنمية الزراعية المستدامة ٢٠٣٠، ٢٠٠٩، مجلس
البحوث الزراعية والتنمية، وزارة الزراعة واستصلاح
الأراضي، جمهورية مصر العربية.

الشاعر، دينا محمد أحمد، ١٩٩٢، دراسة تحليلية لإقتصاديات
إنتاج وإستهلاك اللحوم الحمراء من حيوانات الماشية كمصدر
من مصادر البروتين الحيواني في جمهورية مصر العربية،
رسالة ماجستير، كلية الزراعة - سابا باشا، جامعة
الإسكندرية.

جريدة الوفد، ٢٤ ابريل ٢٠١٨.

<https://www.masress.com/alwafd/1861818>

خير الدين، عمرو، ١٩٩٦، التسويق الدولي، غير مبين دار النشر
ومكان النشر.

ABSTRACT**Studying Some of the Export Marketing Extension Needs for Potato Farmers in One Village in Kom Hamada Province of in Beheira Governorate**

Kamal Salah Issa Saker

This research aimed to identify some of the marketing needs of potato farmers in one of villages in Kom Hamada province of in Beheira Governorate. This area was selected as one of the most important centers of the province where potato cultivation is concentrated, which calculated as 17503 feddan, and El Haden village was selected as of the largest villages in kom Hamada province in terms of area cultivated with potatoes, reaching 1775 feddan for the conduct of this research. The statistical data used in the arithmetic mean, the frequency tables, the percentages, the simple correlation coefficient (Pearson), and the multiple regression coefficient were collected by means of the questionnaire by a random sample of the potato crop farmer 85.

The results showed that 81.17% of the total number of investigated farmers had medium and high indicative requirements for export marketing of potato crop. The results indicated a significant correlation between the degree of export marketing extension requirements for potato growing and the variable age, experience in potato crop cultivation at the potential level 0,05, The correlation between the dependent variable: the educational level, the average yield per feddan of the potato crop, the average of feddan return per yield, the participation of rural organizations, the communicative openness, novelty, marketing knowledge, the trend towards potato cultivation and satisfaction with

agricultural extension work at the probabilistic level 0.01. The effect of each of the following independent variables was significant: the experience in potato crop cultivation, the average of potato feddan return per t yield, the communicative openness, the marketing knowledge, the trend toward potato cultivation, satisfaction with agricultural extension work, Based on the calculated value of 3,757 - 4,087, - 5,206, - 4,098, 3,886, and 4,264 respectively. Moreover, these variables contribute to the interpretation of about 80% of changes in the degree of marketing extension requirements on R^2 value, that is, 0.796. The most important problems faced by the farmers concerned when marketing the potato crop: The weakness of the marketing role of the agricultural extension in raising the awareness of the farmers about the export specifications of the potato crop, and the intermediaries are the ones who determine the price of the crop. Making the difference between the field and logistic price is significant, The absence of a marketing system through export terminals for the potato crop, the absence of a reliable source to obtain the good seeds required for export, the absence of control over the imported seeds, and the lack of identification of new marketing outlets. Exporting companies depend on exporting their crops first without considering the crop of farmers.