

## إدراك المهندسين الزراعيين لدور الإرشاد الزراعي التسويقي في ظل العولمة بمحافظة القليوبية

سعيد عباس محمد رشاد<sup>١</sup>، مصباح سالم الهوش<sup>٢</sup>، رضا طحاوي طاهر طحاوي<sup>١</sup>

### الملخص العربي

استهدف البحث بصفة رئيسية تحديد مستوى الإدراك للدور الحالي والمستقبلي للإرشاد الزراعي في مجال الإرشاد التسويقي في ظل سياسة التحرر الاقتصادي (العولمة) من وجهة نظر المهندسين الزراعيين في محافظة القليوبية، من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

١. تحديد مدى إدراك المهندسين الزراعيين لدور الإرشاد الزراعي الحالي والمستقبلي في مجال الإرشاد التسويقي.  
٢. التعرف على آراء المهندسين الزراعيين الخاصة بالنهوض بمهامهم في مجال الإرشاد التسويقي فيما يتعلق بكل من: أفضل المواعيد الملائمة لهم للتدريب، ومكان إقامة الدورات التدريبية، والطرق المفضلة لهم في التدريب، والمدربين القائمين بالتدريب.

٣. اقتراح خطة عمل لبرنامج تدريبي لتنمية الإرشاد التسويقي في ظل العولمة أو التحرر الاقتصادي من وجهة نظر المهندسين الزراعيين وفقا لصفاتهم الشخصية، والاتصالية، والاجتماعية، ومستوى إدراكهم للدور الإرشادي التسويقي. ولتحقيق هذه الأهداف تم تصميم استمارة استبيان تم تجميع بياناتها بالمقابلة الشخصية مع عينة من المبحوثين بلغ قوامها ١٢١ مبحوثاً من المهندسين الزراعيين (الإحصائيين، الفنيين) بمحافظة القليوبية، وقد تم استخدام التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات لعرض البيانات وترتيب المهام المحددة للدور الذي يقوم بها المهندسين الزراعيين في مجال الإرشاد التسويقي.

وتمثلت اهم النتائج فيما يلي:

١- أن أكثر من ثلثي المبحوثين، كانت رؤيتهم للدور الإرشادي الحالي أما منخفضة أو متوسطة، مما يشير إلى الانخفاض

النسبي الكبير في الأداء من جانب العاملين بالأجهزة الإرشادية.

٢- أن ترتيب الأنشطة الإرشادية وفقاً للمتوسط المرجح للدور الحالي للإرشاد الزراعي في مجال استهلاك وتسويق الحاصلات الزراعية من وجهة نظر المهندسين الزراعيين، قد جاء مرتباً كما يلي: "تطبيق الزراع للممارسات الصحيحة عند نقل المحصول حسب طبيعته" في الترتيب الأول بمتوسط مرجح بلغ (٥٠.٣) درجة، "استعمال الزراع للمعينات الإرشادية (الداتا شو)، والنشرات الإرشادية الخاصة بالإرشاد والتسويقي" في الترتيب الأخير بمتوسط مرجح قدره (٣٣.٣) درجة، واحتلت باقي الأنشطة الإرشادية الترتيب من الثاني إلى الخامس.

٣- أن تقسيم الدور الحالي لمجال تسويق واستهلاك الحاصلات الزراعية إلى ثلاث فئات وفقاً لدرجة أداء المبحوثين لهذا الدور، قد أشارت النتائج إلى أن الأداء المنخفض انحصر بين (٣٣.٣ - ٤٠.٣) درجة، والأداء المتوسط انحصر بين (٤٠.٣ - ٤٧.٣) درجة، والأداء المرتفع بلغ (٤٧.٣) درجة فأكثر.

٤- تم وضع مقترح خطة عمل إرشادية لبرنامج تدريبي يوجه للمهندسين الزراعيين العاملين في مجال الإرشاد الزراعي عامة، والإرشاد التسويقي خاصة، وقد روعي فيه أن يكون مستنداً على دراسة الموقف، والنتائج الميدانية التي توصل إليها هذا البحث.

٥- كانت أهم المشكلات التي واجهت المهندسين الزراعيين المبحوثين، والتي تعوق أداءهم في العمل الإرشادي بمنطقة الدراسة في ظل سياسة التحرر الاقتصادي كما يلي: مشكلات مرتبطة بالعمل الزراعي، مشكلات تواجه العمل الإرشادي، مشكلات تتعلق بالموارد البشرية الإرشادية، مشكلات تتعلق

<sup>١</sup> قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة بنها.

<sup>٢</sup> قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة طرابلس.

المجتمع كل ذلك يحدث في ضوء الاندماج العالمي، ومتابعة التغيرات العالمية خاصة في ظل التوجهات العالمية إلي التكتلات الاقتصادية وحرية التجارة. (٧: ص ١٢).

والعولمة من منظور إدارة الأنشطة التسويقية التصديرية هي عولمة النشاط المالي، والتسويقي، والإنتاجي، والتكنولوجي، والمعلوماتي، وهي أيضًا عولمة أسواق السلع، والخدمات، والمال، والتكنولوجيا، والعمالة، حيث يتعامل المدير مع عالم يتلاشى فيه تأثير الحدود الجغرافية، والسياسية، عالم سقطت الحواجز التجارية بين أسواقه بعد العمل باتفاقية "الجات" وما أفرزته من قيام منظمة التجارة العالمية، وتلاشت أيضًا الحواجز الفكرية، والثقافية بفعل ثورة تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات. ربحان (٦: ص ١٢٣).

والعولمة محاور متعددة، فأنت بحسك الإداري، والاستثماري، وبمعايير موضوعية، مدعو لأن تحلل متغيرات سوقية عالمية، فتشتري بعض مستلزماتك من دولة أو دول أخرى فليس شرطاً أن تكون مجاورة إقليمياً، وقد تقترض أو تحصل على تمويل خارجي من بنك عالمي، أو صندوق تمويل، أو من شركة أخرى خارج بلدك، وقد تمي محفظتك المالية بشراء أسهم، أو سندات في أسواق عالمية، أو تشتري حصصاً في شركة أجنبية، بل قد تقيم مصنعاً، أو أكثر في دول أخرى، كما فعل كثير من المستثمرين والمديرين اليابانيين عندما استثمروا مليارات الدولارات في شراء أو إنشاء مصانع في أوروبا، وأمريكا علي سبيل المثال، وقد تستقدم عمالاً أو مديرين من جنسيات مختلفة، وثقافات متعددة، والأهم من ذلك أن تتطلع للخروج من سوقك المحلية أو الإقليمية للسوق العالمية الأوسع، حيث يتطلب الأمر أن تدرس ثقافات، وقيماً، واتجاهات، ودوافع، ورغبات، وسلوكيات، وتقسيمات متعددة لعملاء على نطاق عالمي. مصطفى (٩: ص ١٧٨) Swanson (١١: بدون رقم صفحة).

ليس هذا فقط بل يتطلب الأمر أن تدرس، وتحلل سلوكيات منافسين تعكسها قراراتهم التي تصاغ في مقار

بالموارد المادية، مشكلات تتعلق بالرضا الوظيفي للمهندسين الزراعيين.

الكلمات المفتاحية: التحرر الاقتصادي\_ ادراك الدور \_ الارشاد التسويقي

### المقدمة والمشكلة البحثية

تعرف الجودة للمنتج الزراعي بشكل عام على أنها عبارة عن مزيج من المميزات والخصائص التي تعطي للمنتج الزراعي قيمة، وأهمية لاستخدامه كغذاء للإنسان، والحيوان، أو لاستخدامه في الترويج والتجميل، أو في الصناعة، وقد ركزت غالبية الجهود البحثية والإنتاجية علي تطوير الإنتاج وزيادته، من حيث الكم دون الاهتمام بالكيف وبالتالي لم تعط للجودة - أي: النوعية - الاهتمام الواجب، مما أدى إلى حدوث فجوة كبيرة بين الإنتاج والتسويق، وتسببت تلك السياسات في عدم ربط الإنتاج باحتياجات السوق ومتطلباته، ومما ساعد على شيوع الأمور سالفة الذكر، الفهم الخاطئ لدى الكثيرين لمفهوم اقتصاديات السوق والتي تعني عندهم غياب دور الدولة والتحرك بحرية والانطلاق بلا ضوابط أو روابط أو تحكم مركزي من الدولة لضبط الإيقاع وضمان الالتزام بمعايير الجودة وحماية البيئة وحماية الاقتصاد القومي، وتقرض التطورات الجارية الحاجة إلى صياغة جديدة لدور العاملين بالخدمة الإرشادية الزراعية لتحقيق الكفاءة، والجودة في تسويق الحاصلات الزراعية بالاهتمام بالمجالات الإرشادية المستحدثة أو ما يعرف بالإرشاد التسويقي، بما يتلاءم مع تحقيق الأهداف القومية في ظل العولمة وتعاضم التحديات أمام القطاع الزراعي المصري والفرص المتاحة لإدماجه في الاقتصاد العالمي. رشاد (٥: ص: ١).

ولقد ارتكزت سياسة التحرر الاقتصادي علي عدد من المبادئ كالشمولية سواء شمولية الاجراءات أو الحلول، كذلك شمولية كل القطاعات والمناشط الاقتصادية منها تحديث أو تجديد في قطاع أو نشاط ونترك آخر، ثم مبدأ المشاركة الشعبية والديموقراطية وكلاهما من أهم مقومات النجاح في

وانعكست ظاهرة العولمة على إدارة المشروعات الزراعية، شأنها شأن غيرها من المشروعات وأصبح مديرو هذه المشروعات مطالبين بالأيعاش متغيرات بيئتهم المحلية أو الإقليمية فقط، بل كل المتغيرات العالمية كمنطلق أساسي لبلوغ كفاءة فاعلية الأداء الإداري.

## ٢. ثقافة تكنولوجيا المعلومات الزراعية في ظل العولمة:

تكنولوجيا المعلومات (IT) هي أحدث مفرزات التطور التكنولوجي، وقد أدى تطور تكنولوجيا النقل والاتصال لإلغاء حواجز الوقت والمسافة بين البلاد، لقد تنامي نقل السلع جواً وبسرعة بين أسواق متجاورة في دول الاتحاد الأوروبي مثلاً، وحتى بين الدول العربية وأسواق دول مجاورة، كما تطورت وبسرعة وسائل الاتصال الإلكترونية لنقل الصوت والبيانات متضمنة البريد الإلكتروني (EM)، والفاكس، والإنترنت، وشبكات الاتصال التليفزيوني العالمية السريعة، وهو ما أتاح لمصانع ومنظمات خدمية أن تخدم أسواقاً أوسع، وأكثر، وسمح لشركات أن تركز بعض عملياتها في منطقة معينة مع تقديم منتجاتها وخدماتها عبر فروع تختار مواقعها قرب عملائها. كما أتاح هذا التطور التكنولوجي للمديرين أن يتصلوا بسرعة حول العالم مما زاد من فرص التعاون وحتى التحالف بين الشركات في صوره المختلفة (فني- تسويقي - مالي).

وكانت شبكة الإنترنت (شبكة المعلومات العالمية) من أهم ما أفرزته ثورة تكنولوجيا المعلومات والإنترنت، وهي وسيلة اتصال إلكترونية مستحدثة حيث إنك تربط تليفونك وحاسبك بوصلة تسمى "MODEM" "موديم" وحتى تتصل بمصدر معلومات آخر أيًا كانت طبيعته وأيًا كان موقعه، فإنك تطلب الرقم فتكون مع مصدر المعلومة في ثوان معدودة، وبتكلفة مكاملة تليفونية محلية.

وبإيجاز فقد أدت ثورة التكنولوجيا وتطور وسائل الإعلام، والإعلام عبر القارات بالأقمار الاصطناعية والحاسبات الآلية، إلى جعل العالم كله سوقاً واحدة تقريباً وأصبحت

شركاتهم أو في الأسواق العالمية التي يتنافسون فيها، فمثلاً توظف الشركات خبراء لتحليل السوق الخارجي لجمع معلومات عن المنتجات الزراعية المنافسة من دول أخرى وتوظيفها كأساس للتخطيط التسويقي، والإنتاجي، وقد ترى من منظور استراتيجي عالمي أن تتكامل أو تتحالف مع شركة تصدير أخرى أو أكثر بالخارج ماليًا، أو إنتاجيًا، أو تسويقيًا، أو في صيغة مركبة تشمل أكثر من محور من هذه المحاور، وقد ترى من هذا المنظور أن تتكامل مع شركة أو أكثر بالخارج لإنشاء مشروع في بلدك أو في الخارج. John (١٠: ص ٨٥).

ويتفق كل من أبو حطب (١: ص ٢٣٤) ورشاد، واخرون (٦: ص ٧٨) على أن ركائز الثقافة المعاصرة للخدمة الإرشادية لدعم الصادرات الزراعية في ظل العولمة ترتكز على أربع ثقافات هي:

## ١. ثقافة إدارة الأعمال المزرعية في ظل العولمة:

تتسع ظاهرة العولمة وتفرض نفسها على قطاعات النشاط الاقتصادي المختلفة والتي يأتي في مقدمتها القطاع الزراعي، والعولمة هي انفتاح على العالم وهي حركة متدفقة ثقافيًا واقتصاديًا وسياسيًا وتكنولوجيًا، حيث يتعامل مدير المزرعة اليوم مع عالم تلاشى فيه تأثير الحدود الجغرافية والسياسية. فأمامنا رأسمال يتحرك بغير قيود وبشر ينتقلون بغير حدود ومعلومات تتدفق بغير عوائق حتى تفيض أحياناً عن طاقة استيعاب المديرين وهذه ثقافات تداخلت وأسواق تقاربت أو اندمجت وهذه دول تكتلت فأزالت حدودها الاقتصادية والجغرافية وشركات تحالفت فتبادلت الأسواق والمعلومات والاستثمارات عبر الحدود وهذه منظمات مؤثرة عالمياً مثل البنك الدولي وصندوق النقد الدولي ووكالات متخصصة للأمم المتحدة، تؤثر بدرجة أو بأخرى في اقتصاديات وعمليات الدول ومستوى وظروف معيشة الناس عبر العالم؛ إنها بيئة جديدة ومثيرة غير مسبقة يتعامل معها المنتجون والمصدرون.

التكلفة، ليبيع بأقل سعر في السوق وهدفه ترويج منتجاته وإزاحة المنافسين للاستحواذ على حصة سوقية أكبر ويسمى الفارق بين السعيرين بحد الإغراق.

**إلا أن هذه الاتفاقيات شكلت بعض التحديات وأهمها:**

- ١) زيادة حدة المنافسة في الأسواق المحلية، وكذا الخارجية.
- ٢) ارتفاع فاتورة التكنولوجيا المستوردة بعد تطبيق اتفاقية حماية الملكية الفنية والفكرية التي حظرت تقليد أي سلعة أو عملية إنتاجية، وعلى ذلك سيمتنع على المستثمر في دولة نامية أن يخطط للاحتيال، كما فعل اليابانيون للحصول على التكنولوجيا اللازمة بنقل براءات الاختراع وتطويرها (الهندسة العكسية) وسيكون هذا صعباً، بل ومعتزراً بعد العمل باتفاقيات "الجات" التي ستحرم التقليد، وتحمي الملكية الفكرية الفنية التي تشمل براءات الاختراع، والأدبية التي تشمل حقوق المؤلفين.
- ٣) إلغاء الأفضليات العربية - العربية ما لم تكن الدول المتمتعة بالأفضليات داخلية في سوق مشتركة أو اتحاد جمركي.
- ٤) إلغاء الدعم الحكومي العربي لبعض الصناعات وانتهاء ما كان يتم منه تشجيع للمنتجات الوطنية لتتوقها على مثيلاتها المستوردة، مما يؤثر سلباً على المركز السوقي والتنافسي للشركات العربية.

**٤. ثقافة إدارة الجودة الشاملة ومعايير الجودة العالمية ISO 9000**

يعتبر مفهوم إدارة الجودة الشاملة من المفاهيم الحديثة في الإدارة، والهدف منها هو تحسين الأداء وتطويره بصورة دائمة من خلال استجابة المنظمة لمتطلبات العميل، وتهتم أساساً بالخامة الأصلية أو النوعية الجيدة وترتكز على الكيف - أي: كيفية صنع المنتج - وليس الكم. والذي يعني أن الجودة متعلقة بتوقعات العميل ومنظوره عن المنتج، وذلك من خلال مقارنة بين الأداء الفعلي للمنتجات (السلع والخدمات)

الأسواق العالمية أسرع، وأقوى تأثيراً بالأحداث والمتغيرات السياسية، والاقتصادية، والفنية، والثقافية، فأصبح أي تطور في سوق مالية رئيسية مثل بورصة نيويورك أو طوكيو ينعكس في الحال على أسواق مالية أخرى، وأصبح تدهور سعر عملة عالمية رئيسية مدعاة لتدهور فوري لعملة أخرى مرتبطة بها، وأصبح ممكناً عقد صفقات ضخمة بين طرفين أو أكثر في دولتين أو أكثر دون أن يغادر أي منهم بلده، وذلك بفضل مؤتمرات واجتماعات الفيديو كونفرانس وأجهزة الفاكس، وتبادل ونقل المعلومات على شاشات الحاسبات الآلية.

**٣. ثقافة الاتفاقية العامة للتعرفة والتجارة G. A. T. T.**

في أبريل ١٩٩٤م أعلن بمدينة مراكش عن قيام النظام التجاري العالمي الجديد ببدء تنفيذ الاتفاقية العامة للتعرفة والتجارة "الجات" اعتباراً من بداية ١٩٩٥م وتقضي الاتفاقية بتحرير تدريجي زمنياً ونوعياً للتجارة العالمية في السلع والخدمات والملكية الفكرية. وقد أدى إبرام الاتفاقية وما تضمنته من خفض تدريجي للتعرفة الجمركية، ولحصص الاستيراد إلى الإسهام في عمولة التجارة والاستثمارات، وجعلها أيسر على نطاق أسواق الدول الأعضاء في هذه الاتفاقية، والتي تمثل حوالي ٩٣٪ من دول العالم.

وقد هيأت اتفاقيات الجات عدة مزايا أو فرص للدول النامية ومنها العربية أهمها:

١. إفادة الصادرات من تخفيضات جمركية في الدول التي تصدر إليها يبلغ متوسطها ٣٣٪.
٢. إلغاء تدريجي على مدى عشر سنوات لنظام الحصص الذي كانت تفرضه الدول المتقدمة على وارداتها من الملابس والمنسوجات.
٣. حماية إزالة ممارسات الإغراق في الأسواق العربية وتتوافر حالة الإغراق Dumping، عندما يخفض المنتج أو المصدر أو التاجر - بشكل عام - سعر بيع المنتج في السوق المستهدفة عن سعر السوق أو حتى عن

٥- توعية الزراع بأهمية العناية بجودة المنتج، وكذلك الاهتمام بعمليات التداول مثل الجمع أو الجني، والتعبئة، والتغليف، والتخزين، وتأثير ذلك على تسعير هذا المنتج سواء في السوق المحلي أو الخارجي، مما ينعكس ويؤثر تأثيراً مباشراً في رفع مستوى معيشة المزارع.

٦- العمل على تكوين قاعدة معلومات وبيانات وإحصاءات تساعد على توجيه هذا العمل بالمستويين المركزي والمحلي للوصول إلى الأهداف المطلوبة.

٧- إصدار نشرات إرشادية تسويقية على فترات تتزامن مع مواسم نضج المحاصيل المختلفة والعروات الموسمية.

٨- دراسة التوقعات السعرية وتعريف الزراع بها، فالمزارع يقوم عادة بزراعة المحصول الذي يرتفع سعره في موسم معين، وتزداد المساحة المزروعة بهذا المحصول في الموسم التالي، مما يؤدي إلى زيادة العرض وانخفاض السعر، وتحقيق خسارة مؤكدة، وفي هذا المجال تكون دراسة التوقعات السعرية للمحاصيل من الأهمية بمكان لتعظيم قيمة المنتج الزراعي، وتجنب الخسارة. هذا وقد تم اختيار مسئول للإرشاد الزراعي على مستوى مديريات الزراعة، وجاري إعداد برنامج تدريبي لهم يشترك فيه الباحثون من معهد بحوث البساتين، ومعهد بحوث الإرشاد الزراعي، بالاشتراك مع معهد بحوث الاقتصاد الزراعي في تصميم وإعداد نشرة شهرية عن أخبار السوق تحوي بيانات ومعلومات تساعد منتجي الخضر والفاكهة على وضع سياستهم التسويقية بما يحقق لهم عائداً مجزياً، كما تحوي تحركات أسعار أغلب المحاصيل المتواجدة في الأسواق، ومقارنة أسعار كل محصول في الأسواق من خلال رسوم بيانية خاصة، وتحوي أيضاً المواصفات القياسية للنوعيات الممتازة على معرفة السعر الذي يجب الحصول عليه إذا قام بعمليات الفرز والتدريج.

٩- إبلاغ المحافظات بنشرة يومية عن أسعار الجملة في أسواق العبور، والمنصورة، والإسكندرية، يتم توزيعها

والتوقعات المرجوة من المنتج فإذا كانت المواصفات النهائية للمنتج مطابقة لتوقعات العملاء أو المستهلكين نستطيع القول بأن المنتج قد حقق هدف الجودة.

ولتحقيق ذلك فقد وضعت المنظمة الدولية للمواصفات القياسية (ISO) ومقرها "جنيف" بسويسرا عام ١٩٨٧م مواصفات قياسية عالمية اتفقت دول المجموعة الأوروبية بشكل خاص والدول الصناعية الكبرى بشكل عام على توحيدها لكافة المنتجات فيما عدا المنتجات الكهربائية والغذائية، ووضعت المنظمة الدولية الكهربائية الفنية (IEC) مواصفات فنية للسلع والمنتجات الكهربائية، ووضعت المنظمة الدولية لدستور الأغذية (CAC) مواصفات فنية للسلع والمنتجات الغذائية، والحبوب، والمضافات، والملونات الغذائية، وحدود المواد الضارة بالصحة العامة، وكذلك حدود بقايا المبيدات الحشرية والأفات في الحاصلات الزراعية والمنتجات الغذائية.

ومن أجل مسايرة تلك التغيرات العالمية فقد حدثت تطورات في هيكل الإدارات الإرشادية بالإدارة المركزية للإرشاد الزراعي (٢: وزارة الزراعة) نوجزها فيما يلي:

فقد تم إنشاء إدارة الإرشاد التسويقي عام ١٩٩٩م داخل الهيكل التنظيمي وتحدد لها المهام التالية:

١- تدريب جهاز قادر على أن يكون حلقة وصل فعالة بين المسترشدين ومراحل العمل التسويقي.

٢- تحديد الاحتياجات التسويقية بناء على دراسات ميدانية تُجرى في عدد من المحافظات التي تعاني من المشاكل التسويقية كهدف عاجل على أن يتم التوسع بعد ذلك في باقي المحافظات كهدف آجل.

٣- تخطيط نظام متكامل لتوزيع السلع والخدمات وتسعيرها بالتنسيق مع الأجهزة الأخرى في هذا المجال، وكذلك تعريف المستهلك بأماكن تواجدها.

٤- تخطيط وتنفيذ برامج إرشادية في مجال العمل التسويقي والتنبؤ بالأسعار.

المعرفة في القرية المصرية، حيث إن نجاحه يكمن في توسيع نطاق مهمته ودوره الإرشادي وفي قدرته على التعامل مع القضايا القومية كقضايا السكان، والبيئة، والتخلف، والجهل، والمرض، بالإضافة إلى مهامه الأساسية في قضايا الإنتاج، والتسويق، وترشيد الاستهلاك، والتوزيع، وكذلك المشكلات التي تواجه الزراعة والزراع والمجتمع الريفي المحلي بصفة عامة باعتباره محور التنمية، ومن هذا المنطلق تعددت وتباينت أدوار الإرشاد الزراعي، ولم تعد مقتصرة على عمليات إنتاج المحاصيل بل امتدت لتشمل الإنسان نفسه المحرك الرئيسي لعمليات الإنتاج وباعتباره أساس التنمية. لذا يجب أن يكون هناك تركيز في المرحلة الراهنة على المجالات الفرعية التخصصية الإرشادية نظرًا لأهميتها وهي الإرشاد التسويقي، والإرشاد البيئي، والإرشاد الإروائي. رشاد (٤): ص (٤٥).

### أهداف البحث

استهدف البحث بصفة رئيسية دراسة الدور الحالي والمستقبلي للإرشاد الزراعي التسويقي في ظل سياسة التحرر الاقتصادي (العولمة) من وجهة نظر المهندسين الزراعيين في محافظة القليوبية من خلال الأهداف الفرعية الآتية: وجهة نظر المهندسين الزراعيين.

١. تحديد مدى إدراك المهندسين الزراعيين لدور الإرشاد الزراعي الحالي والمستقبلي في مجال الإرشاد التسويقي في ظل سياسة التحرر الاقتصادي (العولمة) من وجهة نظر المهندسين الزراعيين في محافظة القليوبية.
٢. التعرف على آراء المهندسين الزراعيين الخاصة بالنهوض بمهامهم في مجال الإرشاد التسويقي فيما يتعلق بكل من: أفضل المواعيد الملائمة لهم للتدريب، ومكان إقامة الدورات التدريبية، والطرق المفضلة لهم في التدريب، والمدرسين القائمين بالتدريب.
٣. اقتراح خطة عمل لبرنامج تدريبي لتنمية الإرشاد التسويقي في ظل العولمة أو التحرر الاقتصادي من

على المراكز الإدارية ويتم تعليقها على لوحة مخصصة لذلك بالإدارة الزراعية ليطلع عليها الزراع والمنتجون، كما يتم نشرها بأسواق الجملة بعواصم المحافظات لاطلاع التجار عليها.

١٠- التنسيق مع وسائل الإعلام المختلفة لبث النشرة اليومية لأسعار الخضر والفاكهة.

وفي ظل التوجهات الاقتصادية للدولة في القطاع الزراعي، والتي تستهدف تحقيق مزيد من التحرر الاقتصادي فيما يتعلق بالإنتاج الزراعي ومستلزماته، وتسويق تلك المنتجات، وفي ضوء الاتفاقيات الدولية الخاصة بحماية المستهلك وحرية المنافسة، ومنع الاحتكار، ووضع مواصفات قياسية للسلع والمنتجات، ووضع التشريعات الخاصة بالحد من التلوث، وحماية البيئة وصيانتها، كان من الضروري على جهاز الإرشاد الزراعي أن يطور من نفسه ومن نوعية الخدمة التي يقدمها لجمهور المسترشدين، وأن يقتحم مجالات أخرى غير تقليدية استلزمها ظروف الواقع المعاصر الذي يمر به العالم الآن. محروس (٨: ص ٥٧).

وقد ذكر جمعه (٣: ص ٣-٥) نقلاً عن هاشم والسلمي، أن السلوك الإنساني يتحدد إلى درجة كبيرة تبعاً لنوعية ومدى إدراك العالم المحيط، ومن ثم فإن تدعيم السلوك الإنساني أو تغييره يتطلب معرفة كيفية إدراك الفرد ما يدور حوله، ولا يستطيع الفرد تكوين اتجاه نحو أي شيء أو شخص، إلا إذا كان هذا الشيء أو الشخص موجوداً في محيط إدراكه. ويختلف إدراك الأفراد اختلافاً ملحوظاً من فرد إلى آخر نحو نفس الموقف، وقد يكون مرجع ذلك أن الناس تدرك الحقائق في ضوء ظروفها ومشكلاتها، واهتماماتها، وخلفيتها المعرفية (BACK GROUND) كما أنها تميل إلى إهمال التفاصيل التي لا تتلاءم مع حاجاتها الشخصية.

ويضيف جمعه (٣: ص ٧) نقلاً عن شرشر، أن إدراك مستقبل العمل الإرشادي الزراعي يعتمد على دوره الفاعل في توسيع نطاق ومجال العملية الإرشادية لتقييم معظم مجالات

**الدور الحالي للإرشاد الزراعي في مجال الإرشاد التسويقي:**  
ويقصد به في هذا البحث ما يتم أدائه أو تطبيقه حاليًا من أنشطة إرشادية في مجال الإرشاد التسويقي.

**مجالات البحث (المكاني، والبشري، والزمني):**

قد أُجري هذا البحث على جميع المراكز السبع بمحافظة القليوبية بهدف ربط الأبحاث التي تجري في كلية الزراعة جامعة بنها بالبيئة المحيطة بها، وتم استيفاء البيانات الميدانية من خلال مديرية الزراعة بالقليوبية، والمركز الإرشادي بالسفائنه، والمركز الإرشادي بدملو، والإدارات الزراعية المتواجدة بالمراكز الإدارية السبعة التابعة للمحافظة والجدول (١) يوضح أعداد القرى، وإجمالي الزمام، وعدد الحائزين، والجهاز العامل بالمجال الزراعي حتى ٢٠٢٠/١٢/٣١.

وقد أُجري البحث على عينة بلغ قوامها ١٢١ مهندسًا زراعيًا، من إجمالي ١٢١١ مهندسًا زراعيًا يعملون بمراكز محافظة القليوبية، وتم تحديد حجم العينة باستخدام نسبة مئوية بلغت ١٠٪ من إجمالي الشاملة وتم توزيعهم على المراكز المختارة بنفس النسبة كما هو موضح بالجدول (٢).

وقد استخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة لتحقيق أهداف البحث عن طريق المقابلة الشخصية للمبحوثين، وقد تم اختبار الاستبيان على مجموعة من المهندسين الزراعيين، ثم أُجريت بعض التعديلات اللازمة في استمارة الاستبيان بحيث أصبحت صالحة للقيام بجمع البيانات الميدانية،

وجهة نظر المهندسين الزراعيين وفقا لصفاتهم الشخصية، والاتصالية، والاجتماعية، ومستوى إدراكهم للدور الإرشادي التسويقي.

٤. التعرف على أهم المشكلات التي تواجه المهندسين الزراعيين في مجال الإرشاد التسويقي للحاصلات الزراعية في ظل سياسة التحرر الاقتصادي بمنطقة الدراسة.

### الطريقة البحثية

#### نوع البحث والمنهج المستخدم:

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية Descriptive Studies والذي يعتمد على منهج دراسة الحالة باستخدام استمارة الاستبيان.

**ثانيًا: التعريفات الإجرائية لبعض المصطلحات المستخدمة في الدراسة:**

**المجالات الإرشادية المستحدثة في ظل سياسة التحرر الاقتصادي:** ويقصد بها في هذا البحث مجالات العمل الإرشادي الزراعي والتي تحتوي كل منها على بعض الأنشطة الإرشادية التي ينشأ عن تنفيذها تحقيق الأهداف الإرشادية المنشودة ومنها مجال الإرشاد التسويقي.

**الأنشطة الإرشادية:** ويقصد بها في هذا البحث الخدمات الإرشادية التي يتم تقديمها من خلال جهاز الإرشاد الزراعي بهدف تنمية معارف ومهارات واتجاهات الريفيين في مجال الإرشاد التسويقي.

جدول ١. بيان بأعداد القرى وإجمالي الزمام وعدد الحائزين والجهاز العامل بالمجال الزراعي حتى ٢٠٢٠م.

المركز	جملة الزمام المزروع		عدد الحائزين	عدد القرى	أخصائي الزراعي	فني زراعي	الإجمالي
	قيراط	فدان					
بنها	١٤	٣٢٦١٨	٥٠١٥٩	٤٣	٧٢	٢٢٦	٢٩٨
كفر شكر	٩	١٢١٥٤	٢٤٧٥٧	٢٢	١٩	٦٩	٨٨
طوخ	٢٢	٤٤٠١٩	٧٢١١٢	٤٥	٥٢	١٥٦	٢٠٨
قليوب	١٢	٢٣٥٤٨	٢٥٧٥١	٢٣	١٨	١١٥	١٣٣
القناطر	١١	١٨٧٦٧	١٧٧٣٠	١٩	١٢	٨٧	٩٩
شبين القناطر	١	٢٥٤٦٨	٣٩٤١٤	٣٥	٤٥	١١١	١٥٦
الخانكة	---	١٥٠٠٢	١٣٤٥٠	١٢	٢١	٢٠٨	٢٢٩
الإجمالي	٦٩	١٧١٥٧٨	٢٤٣٣٧٣	١٩٩	٢٣٩	٩٧٢	١٢١١

المصدر: مديرية الزراعة ببناها، محافظة القليوبية، بيانات غير منشورة.

جدول ٢. التوزيع العددي والنسبي للمهندسين الزراعيين المبحوثين على مستوى مراكز المحافظة.

المحافظة	المركز	عدد المهندسين	حجم العينة المطلوبة
القليوبية	بنها	٢٩٨	٣٠
	طوخ	٨٨	٩
	قليوب	٢٠٨	٢١
	كفر شكر	١٣٣	١٣
	شبين القناطر	٩٩	١٠
	القناطر الخيرية	١٥٦	١٥
	الخانكة	٢٢٩	٢٣
الإجمالي		١٢١١	١٢١

المصدر: مديرية الزراعة ببناها، محافظة القليوبية، بيانات غير منشورة.

وثانيهما: يتصل بالأسئلة المتعلقة بالأداء أو التطبيق الحالي والمستقبلي للأنشطة الإرشادية المتعلقة بمجال الإرشاد التسويقي. أما ثالثهما: فيتعلق بالأسئلة الخاصة بالتعرف علي آراء المهندسين الزراعيين فيما يتعلق بالمواعيد الملائمة لإقامة الدورات التدريبية، ومكان إقامتها، وأفضل الطرق المناسبة لتلقي التدريب. أما رابعها فيتعلق بأهم المشكلات التي تواجه المهندسين الزراعيين المبحوثين والتي تقف حجرة عثرة في سبيل تحقيق الأهداف المتعلقة بأنشطة الإرشاد التسويقي.

وفيما يتعلق بقياس الدور الحالي للإرشاد الزراعي في مجال الإرشاد التسويقي فقد تم من خلال توجيه عدة أسئلة فيما يتعلق بتسويق واستهلاك المنتجات الزراعية، وذلك في

وقد تم جمع البيانات خلال الثلاثة أشهر الأخيرة من عام ٢٠٢٠م أثناء اجتماع المبحوثين الأسبوعي، حيث تم توزيع الاستمارة عليهم بعد تعريفهم بغرض البحث وإعطائهم التوجيهات اللازمة لضمان استيفاء الاستمارة وتحقيقها لأهداف البحث، وقد اشتملت صحيفة الاستبيان على ثلاثة أجزاء تضمن أولها: سؤال المبحوثين عن عدد من الصفات الشخصية والاتصالية والتنظيمية وهي: السن، والتعليم، والعمل في المجال الزراعي، والإرشادي، والتدريب، وعدد مراته، والمصادر التي يستقي منها معلوماته في تسويق الحاصلات في المجال الزراعي.



التوصل إليها، وكذا الأدلة والشواهد التي يمكن اقتراحها عند تقييم الخطة التدريبية من وجهة نظر البحث.

**ثالثاً: أهم المشكلات التي تواجه المهندسين المبحوثين والتي تقف حجر عثرة في سبيل تحقيق الأهداف المتعلقة بأنشطة مجال الدراسة:**

تم حصر المشكلات الواردة في استجابات المهندسين الزراعيين المبحوثين وترتيبها من حيث الأهمية على ضوء التكرارات، والنسب المئوية وأهم هذه المشكلات هي:

**أولاً: مشكلات تواجه العمل الزراعي وهي:**

ضعف دور الجمعيات التعاونية الزراعية في توفير مستلزمات الانتاج، الاعتماد على الأساليب التقليدية في الزراعة، ارتفاع تكلفة الانتاج الزراعي، غياب دور الجمعيات الزراعية في عملية التسويق التعاوني، عدم الالتزام بالتوصيات الفنية.

**ثانياً: مشكلات تواجه العمل الإرشادي وهي:**

عدم وجود نشرات سعرية دورية، عدم كفاية النشرات والملصقات الإرشادية، ضعف الاهتمام بمشاركة القيادات الريفية في عملية التنمية، عدم مناسبة البرامج الإرشادية لتلبية احتياجات الشباب الريفي، ضعف التعاون بين الجهاز الإرشادي والمؤسسات الخدمية الأخرى.

**ثالثاً: مشكلات خاصة بالموارد البشرية الإرشادية وهي:**

عدم وجود أعداد كافية من المهندسين المتخصصين، انخفاض كفاءة بعض المهندسين وقلة خبرتهم، إقحام المهندسين في الأعمال الإدارية.

**رابعاً: مشكلات خاصة بالموارد المادية الإرشادية وهي:**

عدم توافر وسائل مواصلات لازمة للعمل، عدم توافر المعينات والأجهزة اللازمة للاتصال الإرشادي، قلة الاعتمادات المالية اللازمة للعمل.

صورة أنشطة إرشادية تم صياغتها على هيئة أهداف إرشادية يقوم بأدائها المهندسون الزراعيون، حيث بلغ عددها ستة نشاطات إرشادية في مجال الإرشاد التسويقي المدروس، حيث سئل المهندسون هل يتم تطبيق الأنشطة من جانبهم في الوقت الحالي؟، وما حجم الدور الإرشادي في الوقت الحالي من وجهة نظرهم؟.

وعند استجابة المهندس الدالة على التطبيق أُعطي (درجتان)، وفي حالة عدم التطبيق أُعطي (درجة واحدة)، كما أُعطي عند استجابته فيما يتعلق بحجم الدور الإرشادي فإذا كان يتم بشكل عالٍ أُعطي (ثلاث درجات)، وبشكل متوسط أُعطي (درجتان)، وبشكل منخفض أُعطي (درجة واحدة)، وللحصول على الدرجة الكلية المعبرة عن الدور الحالي للإرشاد الزراعي، فقد أُضيفت الدرجة المعبرة عن تطبيق النشاط من عدمه إلى الدرجة الدالة على حجم الدور الإرشادي لتعبر عن الدور الإرشادي في هذا النشاط، ثم أُضيفت الدرجات الدالة على كل نشاط إلى بعضها البعض ليتم الحصول على درجة كلية تعبر عن الدور الإرشادي الحالي.

أما فيما يتعلق بالحصول على الدرجة المعبرة عن الدور المستقبلي للإرشاد الزراعي، فتم قياس ذلك بسؤال المهندسين الزراعيين عن درجة رؤيتهم المستقبلية لدور الإرشاد الزراعي التسويقي، ففي حالة استجابته الدالة على أنه يجب زيادة الدور بشكل عالٍ أُعطي (ثلاث درجات)، وفي حالة زيادته بشكل متوسط أُعطي (درجتان)، وفي حالة زيادته بشكل منخفض أُعطي (درجة واحدة)، وبجمع الدرجات التي حصل عليها المبحوثون في كل استجابة والتي تعبر عن نشاط معين إلى بقية الأنشطة المدروسة أمكن الحصول على درجة كلية تعبر عن الدور المستقبلي للإرشاد الزراعي في مجال الإرشاد التسويقي.

هذا وقد تم اقتراح خطة عمل للبرنامج التدريبي في الإرشاد التسويقي من خلال المؤشرات الواقعية التي تم

الإرشاد التسويقي وهو المتعلق باستهلاك وتسويق الحاصلات الزراعية، وفيما يلي عرض لأهم النتائج المتعلقة بحجم الدور الإرشادي المتصل بالأنشطة المتعلقة بهذا المجال بشكل تفصيلي.

#### - مجال تسويق واستهلاك الحاصلات الزراعية:

لتحديد حجم الدور الحالي للإرشاد الزراعي في مجال تسويق واستهلاك الحاصلات الزراعية، فقد تم سؤال المهندسين الزراعيين المبحوثين عن عدد من العبارات بلغ عددها ست عبارات كما هو وارد بالطريقة البحثية، وباستخدام مجموع قيم العبارات التي تم الحصول عليها من استجابات المبحوثين علي هذه البنود أو العبارات البالغ عددها ست عبارات، فقد تم الحصول على درجة كلية تعبر عن حجم الدور الحالي الإرشادي، وقد انحصرت درجات الدور الإرشادي بين ١٢ درجة كحد أدنى، و ٢٥ درجة كحد أقصى بمتوسط حسابي قدره ٢٠.٤ درجة، وانحراف معياري قدره ٢,٣، وقد تم تقسيم المبحوثين من حيث درجة الدور الحالي للإرشاد الزراعي إلى ثلاث فئات كما هو مبين بالجدول (٣). وتشير النتائج الواردة بالجدول (٣) إلى أن ١٦ مبحوثاً يمثلون ١٣.٢٪ من إجمالي المبحوثين يدركون أن حجم الدور الإرشادي كان منخفضاً، وأن ٨٣ مبحوثاً ويمثلون ٦٨.٦٪ يرون أن حجم الدور الإرشادي كان متوسطاً،

#### خامساً: مشكلات تتعلق بالرضا الوظيفي وهي:

ضآلة المرتبات وعدم مناسبتها لطبيعة العمل، وقلة الحوافز والأجور الإضافية.

#### ولتحديد أولويات مشكلات المهندسين المبحوثين والتي

تقف حجر عثرة في سبيل تحقيق الأهداف المتعلقة بأنشطة مجال الدراسة، فقد تم ذلك من خلال حساب التكرار والنسب المئوية ومن ثم معرفة الترتيب الداخلي، والترتيب العام لتلك المشكلات التي تواجه المهندسين المبحوثين، وبذلك أمكن ترتيب المشكلات تنازلياً من حيث درجة الأهمية.

#### سادساً: أدوات التحليل الإحصائي:

تم جمع البيانات وتبويبها وجدولتها ثم استخدام بعض المقاييس الإحصائية المناسبة لتحليلها مثل المتوسط المرجح، واستخدام التكرارات، والعرض الجدولي، والنسب المئوية لعرض المتغيرات البحثية، وذلك بما يحقق الأهداف البحثية المدروسة وقد تم تحليل البيانات بواسطة الحاسب الآلي باستخدام حزمة البرامج الإحصائية (Sps11) Statistical Package for social sciences.

#### النتائج ومناقشتها

الدور الحالي للإرشاد الزراعي في مجال الإرشاد التسويقي: يتناول هذا الجزء عرضاً لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يتعلق بدور الإرشاد الزراعي الحالي في مجال

جدول ٣. توزيع المبحوثين وفقاً لحجم الدور الحالي للإرشاد الزراعي في مجال تسويق واستهلاك الحاصلات الزراعية

النسبة المئوية %	العدد	البيان	حجم الدور الإرشادي
١٣.٢	١٦		منخفض (أقل من ١٧ درجة)
٦٨.٦	٨٣		متوسط (من ١٧ - أقل من ٢١ درجة)
١٨.٢	٢٢		مرتفع (٢١ درجة فأكثر)
١٠٠	١٢١		المجموع

المصدر: جُمعت وحُسبت من استمارة الاستبيان.

٢. أنشطة إرشادية ذات دور متوسط في أدائها وهي: تطبيق الزراع للطرق الصحيحة لعمليات التسويق فيما بعد الحصاد، وتوعية الزراع بأهمية المعلومات التسويقية للمحصول ومصادر الحصول عليها، وإدراك الزراع لأهمية التسويق الجماعي من خلال التعاونيات التسويقية، بمتوسط مرجح (٤١.٥، ٤٠.٧، ٣٧.٣) درجة على الترتيب.

٣. أنشطة إرشادية ذات دور منخفض في أدائها وهي: استعمال الزراع للمعينات الإرشادية (الداتا شو)، والنشرات الإرشادية الخاصة بالإرشاد التسويقي بمتوسط مرجح (٣٠.٣) درجة على الترتيب.

وعند تقسيم الدور الحالي لمجال تسويق واستهلاك الحاصلات الزراعية إلى ثلاث فئات وفقا لدرجة أداء المبحوثين لهذا الدور، تشير النتائج إلى أن الأداء المنخفض انحصر بين (٣٠.٢ - ٣٥.٦) درجة، والأداء المتوسط انحصر بين (٣٥.٧ - ٤١.١) درجة، والأداء المرتفع بلغ (٤١.٢) درجة فأكثر.

- الدور المستقبلي للإرشاد الزراعي في مجال الإرشاد التسويقي المتعلق بالأنشطة المدروسة

لتحديد الدور المستقبلي للإرشاد الزراعي في مجال الإرشاد التسويقي من وجهة نظر المهندسين الزراعيين، فقد تم سؤال المهندسين الزراعيين المبحوثين عن عدد من العبارات بلغ عددها ست عبارات فيما يتصل بمجال الإرشاد التسويقي، كما هو وارد بالطريقة البحثية، وباستخدام مجموع قيم العبارات التي تم الحصول عليها من استجابات المبحوثين على هذه البنود أو العبارات، فقد تم الحصول على درجة كلية تعبر عن حجم الدور المستقبلي للإرشاد الزراعي في المجال موضع الدراسة،

وأن ٢٢ مبحوثاً يمثلون ١٨.٢٪ يرون أن حجم الدور الإرشادي كان مرتفعاً؛ أي أن الغالبية العظمى من المبحوثين أو ما يزيد على ثلثي المبحوثين، كان إدراكهم للدور الإرشادي الحالي إما منخفضة أو متوسطة، مما يشير إلى الانخفاض النسبي الكبير في الأداء من جانب العاملين بالأجهزة الإرشادية، مما يستلزم ضرورة العمل على تخطيط البرامج الإرشادية الهادفة إلى تغيير معارف ومهارات واتجاهات المهندسين الزراعيين نحو العمل في تنفيذ أنشطة الإرشاد التسويقي وتقديمها من خلال الدورات التدريبية التي تعقد لهم في هذا المجال.

ولتحديد الأنشطة الواجب التركيز عليها وفقاً لحجم الدور الإرشادي في الأداء فإن نتائج البيانات الواردة بجدول (٤) تشير إلى أنه لترتيب الأنشطة الإرشادية الخاصة بهذا المجال، فقد تم استخدام المتوسط المرجح للدور الحالي للإرشاد الزراعي في مجال استهلاك وتسويق الحاصلات الزراعية من وجهة نظر المهندسين الزراعيين، وقد جاء النشاط الخاص "بتطبيق الزراع للممارسات الصحيحة عند نقل المحصول حسب طبيعته" في الترتيب الأول بمتوسط مرجح (٤٦.٧) درجة، بينما جاء في الترتيب السادس والأخير النشاط الإرشادي الخاص "باستعمال الزراع للمعينات الإرشادية (الداتا شو)، والنشرات الإرشادية الخاصة بالإرشاد والتسويقي" بمتوسط مرجح قدره (٣٠.٣) درجة، واحتلت باقي الأنشطة الإرشادية الترتيب من الثاني إلى الخامس، كما هو وارد بالجدول (٤)، وهذا الأمر يشير إلى وجود اختلاف في حجم الدور الذي يؤديه الإرشاد الزراعي في تنفيذ أنشطة هذا المجال، ويتضح ذلك فيما يلي:

١. أنشطة إرشادية ذات دور كبير في أدائها وهي: تطبيق الزراع للممارسات الصحيحة عند نقل المحصول حسب طبيعته، وتعلم الزراع للممارسات الصحيحة في التخزين بمتوسط مرجح (٤٦.٧، ٤٥.٣) درجة على الترتيب.

جدول ٤. ترتيب الأنشطة المتعلقة بمجال تسويق وإستهلاك الحاصلات الزراعية وفقا لحجم الدور الإرشادى من وجهة نظر المهندسين الزراعيين.

الترتيب	النسبة المئوية	إجمالى تطبيق النشاط		ما هى دور الارشاد الزراعى فى تطبيقها حاليا؟						هل يطبقها المرشد حاليا؟				أنشطة المجال		
		العدد	%	دور منخفض		دور متوسط		دور عالي		الإجمالى		لا			نعم	
				العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%		العدد	%
٤	٤٠.٧	١٠٠	١٢١	١٤.٩	١٧	٦٨.٦	٨٣	١٦.٥	٢٠	١٠٠	١٢١	٧.٤	٩	٩٢.٦	١١٢	١- توعية الزراع بأهمية المعلومات التسويقية للمحصول ومصادر الحصول عليها
٥	٣٧.٣	١٠٠	١٢١	٢٣.١	٢٨	٦٨.٦	٨٣	٣.٨	١٠	١٠٠	١٢١	٩.١	١١	٩٠.٩	١١٠	٢- إدراك الزراع لأهمية التسويق الجماعى من خلال التعاونيات التسويقية
٣	٤١.٥	١٠٠	١٢١	١٣.٢	١٦	٨.٦٧	٨٢	١٩.٠	٢٣	١٠٠	١٢١	٥.٨	٧	٩٤.٢	١١٤	٣- تطبيق الزراع للطرق الصحيحة لعمليات التسويق فيما بعد الحصاد
٦	٣٠.٣	١٠٠	١٢١	٥٦.٢	٦٨	٣٧.٢	٤٥	٦.٦	٨	١٠٠	١٢١	٢٥.٦	٣١	٧٤.٤	٩٠	٤- إستعمال الزراع للمعينات الإرشادية (الداتاشو)، والنشرات الإرشادية الخاصة بالإرشاد التسويقى
٢	٤٥.٣	١٠٠	١٢١	٧.٤	٩	٦٠.٣	٧٣	٣٢.٢	٣٩	١٠٠	١٢١	٤.١	٥	٩٥.٩	١١٦	٥- تعلم الزراع للممارسات الصحيحة فى التخزين
١	٤٦.٧	١٠٠	١٢١	٧.٤	٩	٥٣.٧	٦٥	٣٨.٨	٤٧	١٠٠	١٢١	٤.١	٥	٩٥.٩	١١٦	٦- تطبيق الزراع للممارسات الصحيحة عند نقل المحصول حسب طبيعته

المصدر: جمعت وحسبت من إستمارة الإستبيان.

التخزين" بمتوسط مرجح قدره (٥٨.٠٠) درجة، وجاء في الترتيب الثالث "تطبيق الزراع للممارسات الصحيحة عند نقل المحصول حسب طبيعته" بمتوسط مرجح قدره ٦١.٨ درجة، ثم في الترتيب الرابع " تطبيق الزراع للطرق الصحيحة لعمليات التسويق فيما بعد الحصاد" بمتوسط مرجح قدره ٦١.٧ درجة، وجاء في الترتيب الخامس "تقهم الزراع لأهمية التسويق الجماعي من خلال التعاونيات التسويقية" بمتوسط مرجح قدره ٦٠.٣ درجة، بينما جاء في الترتيب السادس والأخير النشاط الإرشادي الخاص "باستعمال الزراع للمعينات الإرشادية (الداتا شو)، والنشرات الإرشادية الخاصة بالإرشاد التسويقي" بمتوسط مرجح قدره (٥٧.٧) درجة.

وقد تم ترتيب الأنشطة داخل المجال وفقاً للمتوسط المرجح المتحصل عليه من الدرجات الفعلية لحجم الدور المستقبلي من وجهة نظر المهندسين الزراعيين لكل نشاط كما يلي:

#### مجال الإرشاد التسويقي (تسويق واستهلاك المنتجات الزراعية):

تشير نتائج البيانات الواردة بالجدول (٥) إلى ترتيب الأنشطة الإرشادية الخاصة بهذا المجال وفقاً لمستوى الزيادة في حجم الدور المستقبلي للإرشاد الزراعي، وقد جاء النشاط الخاص "بتقهم الزراع للمعلومات التسويقية للمحصول ومصادر الحصول عليها" في الترتيب الأول بمتوسط مرجح قدره (٥٨.٣) درجة، وجاء في الترتيب الثاني النشاط الإرشادي الخاص "بتعلم الزراع للممارسات الصحيحة في

#### جدول ٥. الترتيب والمتوسط المرجح وفقاً لحجم الزيادة في الدور المستقبلي لأنشطة مجال الإرشاد التسويقي من وجهة نظر المهندسين الزراعيين المبحوثين

الترتيب	المرجع المتوسط	إجمالي تطبيق النشاط		هل ترى مستقبلياً زيادة في هذا الدور الإرشادي؟								
		العدد	%	زيادة بشكل عالٍ		زيادة بشكل متوسط		زيادة بشكل منخفض				
				العدد	%	العدد	%	العدد	%			
١	٥٨.٣	١٢١	١٠٠	١١٢	٩٢.٦	٥	٤.١	٤	٣.٣	١٢١	١٠٠	١- تقهم الزراع للمعلومات التسويقية للمحصول ومصادر الحصول عليها
٥	٥٦.٠	١٢١	١٠٠	٩٧	٨٠.٢	٢١	١٧.٤	٣	٢.٥	١٢١	١٠٠	٢- تقهم الزراع لأهمية التسويق الجماعي من خلال التعاونيات التسويقية
٤	٥٧.٠	١٢١	١٠٠	١٠٣	٨٥.١	١٥	١٢.٤	٣	٢.٥	١٢١	١٠٠	٣- تطبيق الزراع للطرق الصحيحة لعمليات التسويق فيما بعد الحصاد
٦	٥٣.٠	١٢١	١٠٠	٨٤	٦٩.٤	٢٩	٢٤.٠	٨	٦.٦	١٢١	١٠٠	٤- استعمال الزراع للمعينات الإرشادية (الداتا شو)، والنشرات الإرشادية الخاصة بالإرشاد التسويقي
٢	٥٨.٠	١٢١	١٠٠	١٠٨	٨٩.٣	١١	٩.١	٢	١.٧	١٢١	١٠٠	٥- تعلم الزراع للممارسات الصحيحة في التخزين
٣	٥٧.٣	١٢١	١٠٠	١٠٥	٨٦.٨	١٣	١٠.٧	٣	٢.٥	١٢١	١٠٠	٦- تطبيق الزراع للممارسات الصحيحة عند نقل المحصول حسب طبيعته

المصدر: جُمعت وحُسبت من استمارة الاستبيان.

و. ما يقرب من ثلث المهندسين الزراعيين المبحوثين (٧٦.٧%) كان مستوى التدريب لهم منخفضاً أو متوسطاً في العمل الزراعي، وكذا في الإرشاد الزراعي ٧٧.٦%.

ز. انخفاض مستوى تعرض المهندسين الزراعيين المبحوثين لمصادر المعلومات الخاصة بالتسويق؛ حيث وجد أن (٤٢.٢%) منهم لديهم أقل من أربعة مصادر لمعلوماتهم في هذا المجال.

ح. أن المهندسين الزراعيين يرون أن الدور الحالي للإرشاد الزراعي يتم أدائه بشكل كبير ومتوسط وقليل للأنشطة المتعلقة بمجال الدراسة الإرشاد التسويقي.

ط. أن المهندسين الزراعيين يرون أن الدور المستقبلي للإرشاد الزراعي يجب زيادته لكل الأنشطة الإرشادية المتعلقة بالإرشاد الزراعي التسويقي.

ومن هنا فإن الدراسة ترى ضرورة وضع الخطة المقترحة للبرنامج التدريبي في ضوء ما أظهرته نتائج البحث من أدوار متوسطة ومنخفضة لتكون أساساً في وضع الأهداف التعليمية الإرشادية.

## ٢. تحديد وتشخيص المشكلة:

بناء على المؤشرات سالفة الذكر للمهندسين الزراعيين فإن هناك قصور واضح في الأنشطة الإرشادية الخاصة بالإرشاد التسويقي والتي أظهرت نتائج الدراسة انخفاض الدور الإرشادي في أداء غالبية الأنشطة والتي سيتم عمل البرنامج التدريبي المقترح من أجلها ويرجع ذلك إلى:

أ. وجود قصور في درجة التعرض لمصادر المعلومات الزراعية الخاصة بالإرشاد التسويقي.

ب. قلة عدد الدورات التدريبية الخاصة بالإرشاد التسويقي.

ج. انخفاض شديد في الخدمات الإرشادية التي يقدمها المهندسون الزراعيون لمزارعي منطقة الدراسة.

خطة عمل البرنامج التدريبي لتعديل البنيان المعرفي والمهاري والاتجاهي للمهندسين الزراعيين المبحوثين في مجال الإرشاد التسويقي.

تم وضع مقترح لخطة عمل إرشادية لبرنامج تدريبي يوجه للمهندسين الزراعيين العاملين في مجال الإرشاد الزراعي عامة، والإرشاد التسويقي خاصة، وقد روعي فيه أن يكون مستنداً على دراسة الموقف، والنتائج الميدانية التي توصل إليها هذا البحث.

ويمكن تحديد خطوات إعداد البرنامج التدريبي المقترح في الخطوات التالية:

### ١. تحديد مؤشرات الاحتياجات التدريبية:

استناداً لنتائج البحث الميداني الذي تم على المهندسين الزراعيين العاملين في المجال الزراعي على المستويات المحلية بالقرى، وقد تم تحديد المؤشرات التالية للاحتياجات التدريبية والتي تتلخص فيما يلي:

أ. انخفاض متوسط أعمار غالبية المهندسين الزراعيين المبحوثين حيث كان (٨١%) منهم ذوو أعمار صغيرة إلى متوسطة.

ب. ما يزيد عن نصف المهندسين الزراعيين المبحوثين (٥٣.٤%) نشأتهم ريفية، و(٤٦.٦%) ذوو نشأة حضرية.

ج. ارتفاع المستوى التعليمي لغالبية المهندسين الزراعيين المبحوثين حيث كان (٨٩.٢%) منهم ذوو مؤهلات عليا ومؤهلات متوسطة.

د. انخفاض عدد سنوات عمل المهندسين الزراعيين المبحوثين في الإرشاد الزراعي (حوالي ٩٢%) منهم لم تزد خبرتهم فيه عن سبع سنوات.

هـ. انخفاض خبرة المهندسين الزراعيين الزراعية ٧٥.٦% منهم مدة عملهم في الزراعة وخبرتهم متوسطة.

الإطار الزمني للبرنامج: يقترح تحديد أسبوع لكل مستوى تدريبي ويزيد وفقاً للحاجة.

ثالثاً: أهم المشكلات التي تواجه المهندسين الزراعيين المبحوثين والتي تقف حجر عثرة في سبيل تحقيق الأهداف المتعلقة بأنشطة مجال الدراسة:

تعد المشكلات مرآة حقيقية تنتبأ بالعديد من الحقائق التي تعوق العملية التنموية من ضعف وسوء في التخطيط والتنفيذ، وغالباً ما يُواجه القائمون بالأنشطة التنموية بصفة عامة والقائمون بالعمل الإرشادي بصفة خاصة العديد من المشكلات المتعلقة بنوعية الأعمال التي يقومون بها، وكانت أهم المشكلات التي واجهت العمل الإرشادي الزراعي في تلك الدراسة من وجهة نظر المهندسين الزراعيين المبحوثين، والتي تعوق أداءهم في العمل الإرشادي بمنطقة الدراسة في ظل سياسة التحرر الاقتصادي كما يلي:

١. مشكلات مرتبطة بالعمل الزراعي.

٢. مشكلات تواجه العمل الإرشادي.

٣. مشكلات تتعلق بالموارد البشرية الإرشادية.

٤. مشكلات تتعلق بالموارد المادية.

٥. مشكلات تتعلق بالرضا الوظيفي للمهندسين الزراعيين.

يوضح الجدول (٧) توزيع المهندسين المبحوثين وفقاً لأهم المشكلات التي تعترضهم للنهوض ببعض المجالات الإرشادية المستحدثة في ظل سياسة التحرر الاقتصادي من وجهة نظر المهندسين المبحوثين كما يلي:

أولاً: مشكلات تواجه العمل الزراعي:

تشير النتائج بالجدول (٧) إلى ترتيب المشكلات التي تواجه المهندسين المبحوثين والمرتبة تنازلياً وفقاً لعدد الذين ذكروها وهي:

- ارتفاع تكلفة الانتاج الزراعي ٢٧.٩٪.

- الاعتماد عاي الأساليب التقليدية في الزراعة ٢١٪.

د. ندرة المتخصصين في الإرشاد التسويقي من بين المهندسين الزراعيين المبحوثين العاملين في مجال الإرشاد الزراعي.

٣. الأهداف التعليمية للبرنامج التدريبي:

تم صياغة الأهداف التعليمية لهذا البرنامج التدريبي في شكل ما سوف يتم إضافته من معارف للمتدرب بعد الانتهاء من التدريب، وقد رُوعي في صياغتها ما أورده رشاد (٥ ص: ٩٨) ما يلي:

أ. التغيير السلوكي المراد إحداثه (تغيير معرفي).

ب. الفئة أو الجمهور المراد تدريبه (المهندسون الزراعيون العاملون في مجال الإرشاد وخاصة الإرشاد التسويقي).

ج. المادة الفنية المراد تزويد المهندسين الزراعيين بها (المجالات الخاصة بالتسويق، وخاصة تلك الأنشطة التي لا يؤديها المهندسون الزراعيون أو يؤديها بدرجة ضعيفة أو متوسطة).

د. المنطقة المراد إحداث التغيير بها (منطقة الدراسة).

٤- تصميم مقترح لخطة عمل البرنامج.

استناداً على الأهداف السابق تحديدها فقد تم تصميم خطة العمل لهذا البرنامج التدريبي وقد رُوعي فيه الإجابة على كل الأسئلة المتعلقة بنوعية أو ماهية النشاط التعليمي التدريبي، والقائمين بهذا النشاط، وأماكن تنفيذ النشاط، ومواعيده، والطرق التعليمية، أيضاً كيفية تنفيذ النشاط، وأخيراً أسلوب تقويم النشاط كما هو موضح بالجدول (٦).

يقترح لقياس التقدم الحادث لدى المهندسين الزراعيين في بنيانهم المعرفي والمهاري والاتجاهي ما يلي:

١. عمل استقصاء للمهندسين قبل وبعد انتهاء البرنامج التدريبي.

٢. سؤال الرؤساء عن مدى التقدم للمهندسين المشاركين في البرنامج.

٣. عمل دراسة بعد انتهاء البرنامج للتعرف على آثاره.

جدول ٦. خطة عمل لبرنامج تدريبي لتطوير البنيان المعرفي والمهاري والوجداني في مجال الإرشاد التسويقي لدى المرشدين الزراعيين

الآهاف الإرشادية	الرسائل الإرشادية	الطرق والمعينات	أماكن التنفيذ	مواعيد التنفيذ	الجمهور المستهدف	القائمون بالنشاط
١- توعية الزراع بأهمية المعلومات التسويقية للمحصول ومصااار الحصول عليها	- فلسفة الإرشاد الزراعي في تسويق الحاصلات الزراعية. - أهمية المعلومات التسويقية ومصااار الحصول عليها. - المواصفات الواجب توافرها في عمليات إعداد وتجهيز الحاصلات الزراعية. - أهمية التدريب على عمليات الفرز والتدريج والتعبئة.	محاضرات وندوات في أماكن العمل، والنشرات والكتابات الإرشادية وأجهزة العرض المصورة	الإطار النظري يتم في مراكز التدريب بالمنطقة وداخل الوحدات الزراعية، أما التدريب العملي فيكون في مواقع التنفيذ بالحقول	يفضل قبل بداية حصاد المحاصيل، الحقلية، وفي أوقات العمل الرسمية	المرشدون الزراعيون في الإرشاد الزراعي وإدارات الإرشاد التسويقي	الباحثون المتخصصون في التسويق في مراكز البحوث بالمنطقة، وأساتذة الجامعات، وذوو الخبرات من المرشدين الزراعيين
٢- تطبيق الزراع للطرق الصحيحة لعمليات التسويق فيما بعد الحصاد	- التدريب على الطرق الحديثة في الفرز والتدريج والتعبئة. - كيفية استخدام العبوات الحديثة في التعبئة للحاصلات المختلفة. - كيفية إجراء التخزين والنقل للحاصلات المختلفة.	محاضرات وندوات في أماكن العمل، والنشرات والكتابات الإرشادية وأجهزة العرض المصورة	الإطار النظري يتم في مراكز التدريب بالمنطقة وداخل الوحدات الزراعية، أما التدريب العملي فيكون في مواقع التنفيذ بالحقول	يفضل قبل بداية حصاد المحاصيل، الحقلية، وفي أوقات العمل الرسمية	المرشدون الزراعيون في الإرشاد التسويقي	الباحثون المتخصصون في التسويق في مراكز البحوث بالمنطقة، وأساتذة الجامعات، وذوو الخبرات من المرشدين الزراعيين
٣- إدراك الزراع لأهمية التسويق الجماعي من خلال التعاونيات التسويقية	- أهمية التسويق الجماعي والتعاوني. - كيفية تكوين الاتحادات التعاونية وجمعيات التسويق للحاصلات الزراعية.	محاضرات وندوات في أماكن العمل، والنشرات والكتابات الإرشادية وأجهزة العرض المصورة	الإطار النظري يتم في مراكز التدريب بالمنطقة وداخل الوحدات الزراعية، أما التدريب العملي فيكون في مواقع التنفيذ بالحقول	يفضل قبل بداية حصاد المحاصيل، الحقلية، وفي أوقات العمل الرسمية	المرشدون الزراعيون في الإرشاد التسويقي	الباحثون المتخصصون في التسويق في مراكز البحوث بالمنطقة، وأساتذة الجامعات، وذوو الخبرات من المرشدين الزراعيين
٤- استعمال الزراع للمعينات الإرشادية (الداتا شو)، والنشرات الإرشادية الخاصة بالإرشاد التسويقي	- أهمية استخدام أجهزة العرض والأشكال التوضيحية في العمليات التسويقية والتجزئية وعمليات الفرز والتدريج والتعبئة.	محاضرات وندوات في أماكن العمل، والنشرات والكتابات الإرشادية وأجهزة العرض المصورة	الإطار النظري يتم في مراكز التدريب بالمنطقة وداخل الوحدات الزراعية، أما التدريب العملي فيكون في مواقع التنفيذ بالحقول	يفضل قبل بداية حصاد المحاصيل، الحقلية، وفي أوقات العمل الرسمية	المرشدون الزراعيون في الإرشاد التسويقي	الباحثون المتخصصون في التسويق في مراكز البحوث بالمنطقة، وأساتذة الجامعات، وذوو الخبرات من المرشدين الزراعيين



## جدول ٧. توزيع المبحوثين وفقاً لأهم المشكلات التي تواجههم في الإرشاد التسويقي في ظل العولمة

الترتيب العام	الترتيب الداخلي	%	التكرار	المشكلات مرتبة تنازلياً
<b>أولاً: مشكلات تواجه العمل الزراعي</b>				
٧	٣	٢٠.٢	٧٥	ضعف دور الجمعيات الزراعية في توفير مستلزمات الإنتاج
٦	٢	٢١.٠	٧٨	الاعتماد على الأساليب التقليدية في الزراعة
٢	١	٢٧.٩	١٠٤	ارتفاع تكلفة الإنتاج الزراعي
٨	٤	١٧.٧	٦٦	غياب دور الجمعيات الزراعية في عملية التسويق
١٠	٥	١٣.٢	٤٩	عدم الالتزام بالتوصيات الفنية
		١٠٠	٣٧٢	مجموع التكرارات
<b>ثانياً: مشكلات تواجه العمل الإرشادي</b>				
١٦	٥	١٥.١	٢٧	عدم وجود نشرات سعرية دورية
١٣	٣	٢١.٨	٣٩	عدم كفاية النشرات والملصقات الإرشادية
١٢	٢	٢٢.٣	٤٠	ضعف الاهتمام بمشاركة القيادات الريفية في عملية التنمية
١١	١	٢٤.٠	٤٣	عدم مناسبة البرامج الإرشادية لتلبية احتياجات الشباب الريفي
١٥	٤	١٦.٨	٣٠	ضعف التعاون بين الجهاز الإرشادي والمؤسسات الخدمية الأخرى
		١٠٠	١٧٩	مجموع التكرارات
<b>ثالثاً: مشكلات خاصة بالموارد البشرية الإرشادية</b>				
٩	١	٥٢.٢	٦٣	عدم وجود أعداد كافية من المهندسين المتخصصين
١٧	٣	١٩.٢	٢٣	انخفاض كفاءة بعض المهندسين وقلة خبرتهم
١٤	٢	٢٨.٣	٣٤	إقحام المهندسين في الأعمال الإدارية
		١٠٠	١٢٠	مجموع التكرارات
<b>رابعاً: مشكلات خاصة بالموارد المادية الإرشادية</b>				
٥	٢	٣٧.٨	٨٧	عدم توافر وسائل المواصلات اللازمة للعمل
١٠	٣	٢١.٣	٤٩	عدم توافر المعينات والأجهزة اللازمة للتدريب ولاتصال الإرشادي
٤	١	٤٠.٩	٩٤	قلة الاعتمادات المالية اللازمة للعمل
		١٠٠	٢٣٠	مجموع التكرارات
<b>خامساً: مشكلات خاصة بالرضا الوظيفي</b>				
١	١	٥١.٧	١٠٦	ضآلة المرتبات وعدم مناسبتها لطبيعة العمل
٣	٢	٤٨.٣	٩٩	قلة الحوافز والأجور الإضافية
		١٠٠	٢٠٥	مجموع التكرارات
			١١٠٦	المجموع العام للتكرارات

المصدر: جُمعت وحُسبت من استمارة الاستبيان.

- ضعف دور الجمعيات الزراعية في توفير مستلزمات الإنتاج ٢٠.٢٪.
- غياب دور الجمعيات الزراعية في توفير مستلزمات الإنتاج ١٧.٧٪.
- عدم الالتزام بالتوصيات الفنية لزراعة المحاصيل ١٣.٢٪.

أشارت النتائج بالجدول إلى ترتيب المشكلات التي تواجه المهندسين المبحوثين والمرتبة تنازلياً وفقاً لعدد الذين ذكروهم وهي:

- ضالة المرتبات وعدم مناسبتها لطبيعة العمل ٥١.٧٪.
- قلة الحوافز والأجور والإضافية ٤٨.٣٪.

### المراجع

أبو حطب، رضا عبد الخالق، وآخرون (دكتور)، " دراسة تحليلية لبعض متغيرات الإرشاد التسويقي الزراعي بمحاصيل الفاكهة الرئيسية بمحافظة شمال سيناء"، مجلة جامعة المنصورة للعلوم الزراعية، مجلد ٢٣، العدد ٢، كلية الزراعة، جامعة المنصورة، ١٩٩٨م.

الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي بوزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، بيانات غير منشورة، قسم الإحصاء الإرشادي، الإدارة المركزية للإرشاد الزراعي، وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، ٢٠١٦م.

جمعه، يوسف أحمد، إدراك المرشدين الزراعيين لدور الإرشاد الزراعي في ظل سياسة التحرر الاقتصادي بمحافظة القليوبية، رسالة ماجستير، كلية الزراعة، جامعة بنها، ٢٠١٥م.

رشاد، سعيد عباس محمد (دكتور)، محاضرات غير منشورة في الإرشاد التسويقي لطلبة الدراسات العليا، قسم الاقتصاد والإرشاد الزراعي، كلية الزراعة بمشهر، جامعة بنها، ٢٠١٦م.

رشاد، سعيد عباس، الهوش، مصباح سالم (دكتوران)، نحو رؤية جديدة للخدمة الإرشادية في مجال تحقيق الجودة التسويقية للحاصلات الزراعية المصرية، ورقة عمل بمؤتمر الأمن الغذائي والزراعة المستدامة في ظل التغيرات المناخية - كلية الزراعة، جامعة جرش، الأردن، ٢٠١٩م.

ريحان، محمد كامل (دكتور)، "مدخل لدراسات التسويق للمنتجات الزراعية، نحو تطوير التسويق التعاوني الزراعي، حصاد أربع ندوات"، سلسلة التنقيف التعاوني، العدد السابع، مركز عمر لطفي للتدريب التعاوني الزراعي بالإسماعيلية، الاتحاد التعاوني، وزارة الزراعة، ١٩٨٦م.

ثانياً: مشكلات تواجه العمل الإرشادي الداعم للإرشاد التصديري:

أوضحت النتائج بالجدول إلى ترتيب المشكلات التي تواجه المبحوثين والمرتبة تنازلياً وفقاً لعدد الذين ذكروهم وهي:

- عدم مناسبة البرامج الإرشادية لتلبية احتياجات الشباب الريفي ٢٤٪.

- ضعف الاهتمام بمشاركة القيادات الريفية في عملية التنمية ٢٢.٣٪.
- عدم كفاية النشرات والملصقات الإرشادية ٢١.٨٪.
- ضعف التعاون بين الجهاز الإرشادي والمؤسسات الخدمية الأخرى ١٦.٨٪.

- عدم وجود نشرات سعرية دورية ١٥.١٪.

ثالثاً: مشكلات خاصة بالموارد البشرية الإرشادية:

أظهرت النتائج بالجدول إلى ترتيب المشكلات التي تواجه المهندسين المبحوثين والمرتبة تنازلياً وفقاً لعدد الذين ذكروهم وهي:

- عدم وجود أعداد كافية من المهندسين المتخصصين ٥٢.٥٪.

- إقحام المهندسين في الأعمال الإدارية ٢٨.٣٪.

- انخفاض كفاءة بعض المهندسين وقلة خبرتهم ١٩.٢٪.

رابعاً: مشكلات خاصة بالموارد المادية الإرشادية:

أشارت النتائج بالجدول إلى ترتيب المشكلات التي تواجه المهندسين المبحوثين والمرتبة تنازلياً وفقاً لعدد الذين ذكروهم وهي:

- قلة الاعتمادات المالية اللازمة للعمل ٤٠.٩٪.

- عدم توافر وسائل المواصلات اللازمة للعمل ٣٧.٨٪.

- عدم توافر المعينات والأجهزة اللازمة للتدريب والاتصال الإرشادي ٢١.٣٪.

خامساً: مشكلات تتعلق بالرضا الوظيفي للمهندسين:

مصطفى، أحمد سيد، (دكتور)، تحديات العولمة والتخطيط  
الاستراتيجي - رؤية مدير القرن الحادي والعشرين، الطبعة  
الثالثة القاهرة، ٢٠٠٨م.

John p . Donetsk. psychology, second Edition, west publishing  
Combany, new York , U.S.A., 1985.

Swanson B. E., Clear, H. B., In Swanson, B. E., The  
Agricultural Extension. A reference manual Second  
Editor, F.A.O., Rome , 1990

علام، سعد طه، التحرر الاقتصادي والخصخصة في الاقتصاد  
المصري، معهد التخطيط القومي، مذكرة داخلية رقم (٩٠٤)،  
القاهرة، ١٩٩٣.

محروس، فوزي نعيم، ووهبة، أحمد جمال (دكتوران)، دور الإرشاد  
الزراعي في مجال الثقافة السكانية وصيانة البيئة، مؤتمر  
استراتيجية العمل الإرشادي التعاوني في ظل سياسة التحرر  
الاقتصادي، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي، ١٩٩٦م.

## ABSTRACT

## Agricultural Engineers' Awareness of the Role of Agricultural Marketing Extension under Globalization in Qalyubia Governorate

Saied Abbas Mohamed Rashad, Mosbah Salem AL-Hosh, Reda Tahawy Taher Tahawy

The research mainly aimed at determining the level of awareness of the current and future role of agricultural extension in the field of marketing guidance under the policy of economic liberalization (globalization) from the viewpoint of agricultural engineers in Qalyubia Governorate, by achieving the following sub-objectives:

- 1- Determining the extent of agricultural engineers' awareness of the current and future role of agricultural extension in the field of marketing extension.
  - 2- Knowing the views of agricultural engineers regarding the advancement of their tasks in the field of marketing guidance regarding: The most appropriate dates for them for training, the location of the training courses, their preferred methods of training, and the trainers in charge of the training.
  - 3- Proposing an action plan for a training program for the development of marketing guidance under globalization or economic liberalization from the viewpoint of agricultural engineers according to their personal, communicative, social characteristics, and their level of awareness of the marketing advisory role.
- To achieve these goals, a questionnaire form was designed that was collected in a personal interview with a sample of 121 respondents from agricultural engineers (specialists, technicians) in Qalyubia Governorate, and the frequencies, numbers, percentages, and averages were used to display the data and arrange the tasks specific to the role performed by agricultural engineers, in the field of marketing counseling.
- The most important results are as follows:
- 1- More than two-thirds of the respondents had a low or medium vision of the current advisory role, indicating the severe relative decline in the performance of the workers in the extension services.
  - 2- The arrangement of extension activities according to the weighted average of the current role of agricultural extension in the field of consumption and marketing of agricultural crops from the viewpoint of agronomists, was arranged as follows: "The farmers' application of correct practices when transporting the crop according to its nature" in the first order with a weighted average of (50, 3). The degree of "farmers' use of indicative aids (data show) and advisory bulletins for marketing and extension in the last rank with a weighted average of (33.3) degrees, and the rest of the extension activities ranked from the second to the fifth.
  - 3- The division of the current role in the field of marketing and consumption of agricultural crops into three categories according to the degree of performance of the respondents for this role, the results indicated that the low performance was limited to (33.3 - 40.3) degrees, and the average performance was limited to (40.3 - 47.3) degrees, and the high performance, which reached (47.3) degrees or more.
  - 4- A proposal for an indicative action plan for a training program has been drawn up for agricultural engineers working in the field of agricultural extension in general, and marketing guidance, and it has been considered that it be based on the study of the situation and the field results reached by this research.
  - 5- The most important problems that the surveyed agricultural engineers faced, which hinder their performance in the extension work in the study area under the economic liberalization policy, were as follows: problems related to agricultural work, problems facing extension work, problems related to extension human resources, problems related to material resources, problems related to job satisfaction for agronomists.