J. Agric. Economic. and Social Sci., Mansoura Univ., Vol.5(12): 1975 - 1989, 2014

FARMERS KNOWLEDGE AND IMPLEMENTATION LEVEL FOR THE TECHNICAL RECOMMENDATIONS OF THE PRODUCTION AND MARKETING OF CITRUS CROP IN SHARKIA, ISMAILIA GOVERNORATES

Shaima E. El-Sebaey* and Shaima A. Hashim**

***Institute of Extension Research and Rural Development Agricultural Research Center**

****dep. Agri, Economics- Faculty of Agriculture University of Zagazig**

المستوى المعرفى والتنفيذي للزراع بالتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح بمحافظتى الشرقية والإسماعيلية

شيماء السيد السباعى* و شيماء عبد الرحمن هاشم**

*** معهد بحوث الإرشاد والتنمية الريفية- مركز البحوث الزراعية**

****قسم الاقتصاد الزراعى - كلية الزراعة-جامعة الزقازيق**

الملخص

استهدف هذا البحث: التعرف على درجة معرفة الزراع المبحوثين بالتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح والتعرف على العلاقة بينها وبين المتغيرات المستقلة المدروسة، والتعرف على درجة تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح والتعرف على العلاقة بينها وبين المتغيرات المستقلة المدروسة، والتعرف على أهم مصادر المعلومات الزراعية التى يعتمد عليها الزراع المبحوثين فى الحصول على معلوماتهم عن كيفية إنتاج وتسويق محصول الموالح ، والتعرف على الخدمات الإرشادية التى تقدم للزراع المبحوثين فيما يتعلق بإنتاج وتسويق محصول الموالح، والتعرف على أهم مشاكل الزراع فى إنتاج وتسويق محصول الموالح

وتم إجراء هذا البحث فى محافظتى الشرقية والإسماعيلية، وتم اختيار عينة مكونة من ٢١٦ مبحوث من مزارعى الموالح منهم ١٢١ مبحوث من محافظة الشرقية و٩٥ مبحوث من محافظة الإسماعيلية، وتم جمع البيانات الميدانية عن طريق استمارة استبيان بالمقابلة الشخصية مع المبحوثين، واستخدم لتحليل البيانات الخاصة بالبحث عدد من الأساليب الإحصائية هى: التوزيع التكرارى الجدولى , والنسب المئوية , والمتوسط الحسابى , والانحراف المعيارى , ومعامل الارتباط البسيط ونموذج التحليل الارتباطى والانحدارى المتعدد المتدرج الصاعد. بالتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح

وجاءت أهم النتائج التى توصل إليها البحث كما يلى: أن (٧.٤٠%) من الزراع المبحوثين معرفتهم بالتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح منخفضة، بينما (٣٨.٩%) منهم معرفتهم متوسطة، فى حين كان (٥٣.٧%) منهم معرفتهم مرتفعة، كما أوضحت النتائج وجود علاقة إرتباطية معنوية بين درجة معرفة الزراع بالتوصيات الفنيه الخاصه بانتاج وتسويق الموالح وبين كل من (السن ، وعدد سنوات التعليم ، وحجم حيازة الأرض الزراعية، والمشاركة فى الأنشطة الإرشادية).

كما اتضح أن (١٢.٠%) من الزراع المبحوثين جاء تنفيذهم للتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح منخفض، بينما (٥٥.١%) منهم تنفيذهم متوسط، فى حين كان (٣٢.٤%) منهم تنفيذهم مرتفع، كما تبين وجود علاقة إرتباطية معنوية بين درجة تنفيذ الزراع بالتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح وبين كل من (حجم حيازة الأرض الزراعية، والمساحة المنزرعة بالموالح، والسلوك القيادى، ودرجة المعرفة والتعرض لوسائل الاتصال الجماهيري) .

واتضح أن أهم المشاكل التى تواجه الزراع فى إنتاج وتسويق الموالح هى: عدم وجود مصدر موثوق فيه للحصول على الشتلات، وإرتفاع أجر العمالة، وإرتفاع ثمن الأسمدة، وإنتشار الإصابة بالحشرات، وارتفاع ثمن المبيدات الزراعية، وإرتفاع ثمن الشتلات الجيدة، وإنتشار الإصابة بالحشائش، وعدم توفير الأسمدة فى الوقت المناسب، وإنتشار الإصابة بالأمراض، وعدم وجود معامل لتحليل التربة، وندرة العمالة

المدربة، ونقص توفر المبيدات الزراعية، وعدم توفير مياه الرى، وعدم المعرفة بالتوصيات الفنية الخاصة بمواعيد الزراعة.

المقدمة والمشكلة البحثية:

تحتل الموالح بأصنافها وأنواعها المتعددة مكان الصدارة بالنسبة للفواكه الأخرى فى كثير من بلدان العالم بسبب تأقلمها وانتشارها ونموها فى مناطق عديدة ذات أجواء متباينة من استوائية الى شبة استوائية إلى معتدلة , ويحتوى عصير الموالح على قيمة غذائية عالية لاحتوائه على فيتامينات وأملاح معدنية تجعل له قيمة طبية عالية , كما أن الموالح تتغير بانخفاض أسعارها بالمقارنة بثمار الفاكهة الأخرى مما يجعلها غذاء للغنى والفقير (إبراهيم وحجاج , ١٩٩٧) وتتميز الموالح بطول فترة عرضها فى الأسواق وتتميز بسمعه عالية فى الأسواق الخارجية وذلك لصفاتها الثمرية الممتازة، وتتوفر لمصر ظروف مواتية تشكل مركزا متقدما فى إنتاج الموالح والتوسع فى فتح أسواق خارجية للتصدير وذلك لما يتوفر لها من مناخ وظروف حيوية مناسبة تزيد من جودة الثمار(الإدارة المتكاملة لحدائق الموالح, ٢٠٠٧ – السروانى ٢٠٠٧)

وعلى هذا فقد زادت المساحة المخصصة لزراعة هذا المحصول حيث بلغت عام ٢٠١٢ حوالى ١٦٢٧٦٩ فدان وكان الإنتاج يقدر بـ ١١٩٣٦٥٤ طن على مستوى الجمهورية وتحتل مصر المرتبة التاسعة بين دول العالم الرئيسية المنتجة للموالح بنسبة ٢.٩ % من إنتاج العالم كما تمثل المرتبة الرابعة لدول حوض البحر المتوسط (FAO ,2010)

وهناك تطور فى إنتاج واستنباط أصناف جديدة توافق متطلبات المستهلك بالإضافة الى التقدم الذى طرأ على فن صناعة زراعة الموالح والذى ساعد على التوسع فى غرس أشجارها فى المناطق الجديدة، وواكب ذلك تطور عمليات الإنتاج ومعاملات ما بعد الحصاد بغرض الحصول على ثمار جيدة (الحمادى واخرون , ٢٠٠٩) وعلى الرغم من تمتع مصر بميزة نسبية فى إنتاج الموالح وتشجيع الدولة التوسع فى زراعة وإنتاج الموالح سواء للاستهلاك المحلى او التصدير الا ان هناك الكثير من المعوقات المسئولة عن زيادة نسبة الفاقد منها حيث تبلغ هذه النسبة ٣٠ % من جملة إنتاج الفاكهة فضلا عن الفقد النوعى المترتب على تدهور جودة السلع الزراعية خلال مراحلها التسويقية المختلفة(وزارة الزراعة واستصلاح الأراضى , ٢٠٠٩)

وفى ضوء ذلك كان من الضرورى على جهاز الإرشاد أن يطور من نوعية الخدمات التى يقدمها للزارع فى كل مرحلة من مراحل إنتاج المحصول وتسويقه وتنمية العنصر البشرى لإتقان هذه المراحل وذلك من خلال الاهتمام بالبرامج الإرشادية الخاصة بإنتاج وتسويق الموالح وذلك لتوصيل ونقل كافة العمليات الإنتاجية والتسويقية للزارع، ويشير (شاكر واخرون, ١٩٩٩) أن دور الإرشاد الزراعى فى عملية إنتاج وتسويق حاصلات الفاكهة يتم من خلال التوعية بالعمليات الزراعية المستجدة فى الزراعة والتوصية باستخدام العبوات اللازمة لجمع المحصول وبناء برامج إرشادية على أساس احتياجات ونوعيات الزارع .

هذا ومازال هناك قصور فى دور الإرشاد الزراعى فى مجال إنتاج وتسويق الموالح كما أوضحته بعض الدراسات حيث يرى (سلام ورشاد , ١٩٩٨) , وعدم وجود ندوات أو اجتماعات او نشرات ارشادية تهتم بعمليات جمع وفرز وتدريج ثمار الموالح ووجود قصور فى المعلومات التسويقية الخاصة بالأسعار والأسواق بالنسبة للمنتجين سواء فى حدائقهم أو أسواق الجملة

وكذلك أوضحت (عامر، ٢٠١٠) , أن هناك الكثير من الصعوبات التى تواجه الزارع قادة الرأى فى مجال إنتاج الموالح تتحدد فى ولابد للارشاد الزراعى ايجاد حلول لها

وأوضح (أبو زيد واخرون , ٢٠١٠) , أن قلة الندوات الإرشادية لتعريف الزارع بكيفية تداول ثمار الموالح جاءت فى اوائل المشاكل التى تواجه الزارع افراد العينة

كما توصل (شلبى , ٢٠١٣) ان اغلب المبحوثين التى تم دراستهم فى دراسة للتعرف على معارفهم نحو التداول الأمثل للموالح كانوا ذوى مستوى معرفة منخفضة فيما يتعلق بالتداول الأمثل لثمار الموالح ، كما أوضحت أن قصور الدور الارشادى فيما يتعلق بتوعية الزارع بالتداول الأمثل للموالح، وعدم وجود ندوات واجتماعات إرشادية، وعدم توفر نشرات إرشادية خاصة بعمليات التسويق جاءت فى اولى المشكلات التى ذكرها الزارع أفراد العينة.

مما سبق يتضح أن الأمر يتطلب تكثيف دور الإرشاد الزراعى لتوعية الزارع وتوفير احتياجاتهم لإنتاج وتسويق محصول الموالح حيث أدى افتقار الزارع الى المعلومات الصحيحة فى الإنتاج والتسويق إلى ظهور أساليب إنتاجية وأساليب تداول خاطئة فيما بينهم مما أدى الى ارتفاع الفاقد إثناء عمليات الإنتاج وعمليات ما بعد الحصاد وبالتالى زيادة التكاليف وتدنى عوائد المنتجين وإضعاف قدراتهم التسويقية التنافسية

وعليه فقد تركزت مشكلة البحث فى محاولة الإجابة على التساؤلات الاتية :

ماهى درجة معرفة الزراع المبحوثين بالتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح؟ وما هى درجة تنفيذهم لتلك التوصيات ؟ وماهى أهم المصادر التى يستخدمها الزراع المبحوثين في الحصول علي معلوماتهم عن إنتاج وتسويق الموالح ؟ وماهى الخدمات الإرشادية التى تقدم للزراع المبحوثين فيما يتعلق بإنتاج وتسويق محصول الموالح ؟ وماهى أهم مشاكل إنتاج وتسويق محصول الموالح من وجهة نظر الزراع المبحوثين ؟

الأهداف البحثية:

فى ضوء أبعاد المشكلة السابق عرضها أمكن صياغة أهداف البحث على النحو التالى :

١-التعرف على درجة معرفة الزراع المبحوثين بالتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح

٢-التعرف على العلاقة بين درجة معرفة الزراع المبحوثين بالتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق الموالح والمتغيرات المستقلة التالية : السن ودرجة تعليم المبحوث وحجم الحيازة الزراعية وحجم المساحة المنزرعة بالموالح وعدد سنوات الخبرة فى زراعة الموالح والسلوك القيادى والمشاركة الاجتماعية والانفتاح الحضارى والتعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية وعدد مصادر المعلومات التى يستخدمها الزراع فى الحصول علي معلوماتهم عن إنتاج وتسويق الموالح والمشاركة فى الأنشطة الإرشادية، الخدمات الارشاديه التى تقدم لزراع الموالح.

٣-تحديد نسبة مساهمة المتغيرات المستقلة ذات الارتباط المعنوى بدرجة معرفة الزراع بالتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح فى تفسير التباين فى المتغير التابع

٤-التعرف على درجة تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح

٥-التعرف على العلاقة بين درجة تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح والمتغيرات المستقلة السابق ذكرها

٦-تحديد نسبة مساهمة المتغيرات المستقلة ذات الارتباط المعنوى بدرجة تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح فى تفسير التباين فى المتغير التابع

٧-التعرف على أهم مصادر المعلومات الزراعية التى يعتمد عليها الزراع المبحوثين فى الحصول على معلوماتهم عن كيفية إنتاج وتسويق محصول الموالح

٨-التعرف على الخدمات الإرشادية التى تقدم للزراع المبحوثين فيما يتعلق بإنتاج وتسويق محصول الموالح

٩-التعرف على أهم مشاكل إنتاج وتسويق محصول الموالح من وجهة نظر الزراع المبحوثين

الفروض البحثية:

تحقيقا لأهداف البحث الثالث والرابع والخامس والسادس تم وضع الفروض البحثية التالية :

(١) توجد علاقة معنوية بين درجة معرفة الزراع المبحوثين بالتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح وكلا من المتغيرات المستقلة التالية : السن، ودرجة تعليم المبحوث، وحجم الحيازة الزراعية، وحجم المساحة المنزرعة بالموالح، وعدد سنوات الخبرة فى زراعة الموالح، والسلوك القيادى، والمشاركة الاجتماعية، والانفتاح الحضارى، والتعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية، وعدد مصادر المعلومات التى يستخدمها الزراع في الحصول على معلوماتهم عن إنتاج وتسويق الموالح، والمشاركة فى الأنشطة الإرشادية، والخدمات الارشاديه التى تقدم لزراع الموالح.

(٢) تسهم المتغيرات المستقلة ذات الارتباط المعنوى بدرجة معرفة الزراع بالتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح مجتمعة فى تفسير التباين فى هذا المتغير التابع

(٣) توجد علاقة معنوية بين درجة تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح وكلا من المتغيرات المستقلة السابق ذكرها

(٤) تسهم المتغيرات المستقلة ذات الارتباط المعنوى بدرجة تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح مجتمعة فى تفسير التباين فى هذا المتغير التابع

الطريقة البحثية

وتتضمن: أولا : منطقة البحث وعينته :

تم إجراء هذا البحث فى محافظتى الشرقية والإسماعيلية، حيث انهما من المحافظات الرئيسيه التى يتركز بها زراعه محصول الموالح حيث تبلغ مساحة الموالح فى محافظة الشرقية حوالى(٦٥٩٠٢ فدان) بينما تبلغ مساحة الموالح فى محافظة الاسماعيلية نحو (٣٣١٨٧ فدان) (وزاره الزراعه واستصلاح الاراضي، يناير ٢٠١٢)

ثانيا : عينة الدراسة :

ولاختيار عينه البحث تم اختيار اكبر مركزين من كل محافظه من محافظات الدراسه، حيث تم اختيار مركزى ابوحماد والحسنيه من محافظة الشرقيه، وتم اختيار مركزي الاسماعليه وفايد من محافظة الاسماعليه، وبنفس الطريقه تم اختيار اكبر قريه من كل مركز من المراكز الاربعه السابقه والتى يتركز بها زراعه الموالح، حيث تم اختيار قريه الجعفريه من مركز ابو حماد وقريه الصالحيه الجديده من مركز الحسنيه، وقريه الضبعيه من مركز الاسماعليه، وقريه سرابيوم من مركز فايد ولتحديد عينه البحث، تم اختيار عينه عشوائيه من زراع الموالح بواقع ١٠% من خلال كشوف حصر زراع الموالح بالقري المختاره ، وقد بلغ حجم العينه وفقاً لذلك ٢١٦ مبحوثاً موزعين علي النحو التالي : ٤٩ مبحوثاً من قريه الجعفريه ، و ٧٢ مبحوثاً من الصالحيه الجديده ، ٤٤ مبحوثاً من قريه الضبعيه ، ٥١ مبحوثاً من قريه سرابيوم.

ثالثا : أداة جمع البيانات :

تم جمع البيانات الميدانية عن طريق استمارة استبيان بالمقابلة الشخصية مع المبحوثين، وتم جمع البيانات خلال شهر مايو فى عام ٢٠١٤

رابعا :أدوات التحليل الاحصائى :

استخدم لتحليل البيانات الخاصة بهذا البحث عدد من الأساليب الإحصائية هى: التوزيع التكرارى الجدولى , والنسب المئوية , والمتوسط الحسابى , والانحراف المعيارى , ومعامل الارتباط البسيط ونموذج التحليل الارتباطى والانحدارى المتعدد المتدرج الصاعد (steep wise)

خامسا : المعالجة الكمية للبيانات :

١- **السن**: تم قياس هذا المتغير بسؤال المبحوث عن عمره لأقرب سنة ، وتم إستخدام عدد السنوات الممثلة لسن المزارع كمؤشر رقمي لقياس هذا المتغير، وتم تقسيم المبحوثين من حيث السن إلي ثلاث فئات كما يلي: صغار السن (أقل من ٤٦ سنة)، متوسط السن (٤٦ – ٥٥ سنة)، كبار السن (أكثر من ٥٥ سنة)

٢- **درجة تعليم المبحوث:** تم قياسها عن طريق عدد سنوات التعليم التى حصل عليها المبحوث حيث تم تقسيمها الى ٦ مستويات حيث أعطى الأمى (صفر) ومستوى يقرا ويكتب (٣ درجات) والابتدائى (٦ درجات) والاعدادى (٩ درجات) والمتوسط (١٢ درجة) والتعليم الجامعى ١٦ درجة

٣- **حجم الحيازة الزراعية:** تم قياس هذا المتغير بسؤال المبحوث عن حجم حيازته الزراعية ، وتم إستخدام حجم الحيازة كمؤشر رقمى لقياس هذا المتغير، وتم تقسيم المبحوثين من حيث مساحة الأرض الزراعية إلي ثلاث فئات كما يلي :حيازة صغيرة (أقل من ٢ فدان)، حيازة متوسطة (٢- أقل من٥ أفدنة)، حيازة كبيرة (٥ أفدنه فأكثر) .

٤- **المساحة المنزرعة موالح:** تم قياس هذا المتغير بسؤال المبحوث عن المساحة المنزرعة بالموالح ، وتم إستخدام حجم الحيازة كمؤشر رقمى لقياس هذا المتغير، وتم تقسيم المبحوثين من حيث مساحة الأرض الزراعية إلي ثلاث فئات كما يلي :حيازة صغيرة (أقل من ٢ فدان)، حيازة متوسطة (٢- أقل من٥ أفدنة)، حيازة كبيرة (٥ أفدنه فأكثر) .

٥- **عدد سنوات الخبرة فى زراعة الموالح:** تم تم قياس هذا المتغير بسؤال المبحوث عن عدد السنوات التي قضاها في زراعة الموالح وقت تجميع البيانات وتم إستخدام عدد السنوات كمؤشر رقمي لهذا المقياس وتم تقسيم المبحوثين إلي ثلاث فئات كما يلي: خبرة قليله (أقل من١٠ سنوات)، خبرة متوسطة (١٠– ١٥سنوات)، خبرة كبيره (أكثر من ١٥سنة)

٦- **السلوك القيادى:** ويقصد بها تأثير المبحوث علي أقرانه من الزراع ومدى قدرته علي إعطائهم النصح والمشورة في المجالات المختلفة، وإنتاج المحاصيل الحقلية وإنتاج المحاصيل البستانية وخاصة محصول الموالح، والإنتاج الحيوانى، وحل المشاكل الشخصية للزراع، وكذلك حل المشاكل العامة بالقرية ، وتم قياس هذا المتغير بسؤال المبحوث عن المجالات التي يلجأ إليها الزراع الأخرين لإعطائهم النصح والمشوره فيها ، وما هي درجة هذا اللجوء ، وأعطيت درجات(٠.١.٢.٣) لإستجابات (دائما، أحيانا،

نادرا، لا) علي الترتيب ، وتم تجميع درجات كل مبحوث للتعبير عن الحالة القيادية له، وتم تقسيم المبحوثين إلي ثلاث فئات : درجة قيادية منخفضة (٠- ٥ درجات)، متوسطة (٦-١٠ درجات)، مرتفعة (١١- ١٥ درجة).

٧- **المشاركة الاجتماعية :** ويقصد بها مدى مشاركة المبحوث من حيث عضويته في كل من: الجمعية التعاونية الزراعية، ومراكز الشباب، جمعية تنمية المجتمع المحلى، المجلس القروي، الجمعية الدينية، الجمعية الخيرية، وروابط مستخدمي المياه. وقد تم قياس هذا المتغير بسؤال المبحوث عن مدى مشاركته في هذه المنظمات، وذلك بدرجات (٣.٢.١.٠) وذلك للاستجابات الآتية (غير مشترك- عضو عادى- عضو مجلس إدارة – رئيس مجلس إدارة) وتم إعطاء الدرجات المقابلة لكل استجابة على الترتيب ، وتم تقسيم المبحوثين إلي ثلاث فئات كما يلي : مشاركة منخفضة (٠- ٧ درجات) ، مشاركة متوسطة (٨-١٤درجة)، مشاركة مرتفعة (١٥-٢١ درجة).

٨-**الانفتاح الحضارى :** ويقصد به مدى تردد المزارع علي المجتمعات المحيطة بمجتمعه المحلي ، وتم قياس هذا المتغير بسؤال المبحوث عن مدى تردده على الأماكن المحيطة بمجتمعة وأعطيت درجات(٣.٢.١.٠) لإستجابات (دائما، أحيانا، نادرا، لا) علي الترتيب، وتراوح المدي النظري للدرجة الكلية للإنفتاح الحضارى بين (٠-١٢ درجة) ، وتم تقسيم المبحوثين إلي ثلاث فئات كما يلي : انفتاح حضارى منخفض (٠- ٤ درجات)، متوسط (٥-٨ درجات)، مرتفع (٩-١٢ درجة)

٩- **التعرض لوسائل الاعلام الجماهيرى :** ويقصد بها درجة تعرض المبحوث لمصادر المعلومات التي يحصل منها علي معلوماته الزراعية ، وتم قياس هذا المتغير بسؤال المبحوث عن المصادر التي يحصل منها علي معلوماته الزراعية ودرجة تعرضه لكل مصدر وأعطيت درجات (٣.٢.١.٠) لإستجابات (دائما، أحيانا ، نادرا ، لا) علي الترتيب ، وتم جمع درجات كل مبحوث بعد معايرتها للتعبير عن درجة تعرضه لمصادر المعلومات ، وتراوح المدى النظرى للدرجة الكلية للتعرض لمصادر المعلومات الزراعية بين(٠-١٨ درجة) ، وتم تقسيم المبحوثين إلي ثلاث فئات كما يلي : ذوى تعرض منخفض(٠-٦ درجات)، ذوى تعرض متوسط (٧-١٢ درجة)، ذوى تعرض مرتفع (١٣-١٨ درجة).

١٠- **عدد مصادر المعلومات التى يستخدمها الزراع فى الحصول على معلوماتهم عن إنتاج وتسويق محصول الموالح:** تم قياس هذا المتغير بسؤال المبحوثين عن عدد المصادر التى يعتمدون عليها فى الحصول على معلوماتهم وتم تقسيم المبحوثين الى ثلاث فئات وهى من لهم تعرض منخفض من (١-٢ مصدر) ودرجة تعرض متوسطة (٣-٤ مصارد) ودرجة تعرض مرتفع (٥ مصادر فأكثر)

١١- **المشاركة فى الأنشطة الارشادية** : تم قياس هذا المتغير بسؤال المبحوث عن مدى مشاركته فى الأنشطة الإرشادية المتمثلة فى العبارات التالية : حضور الاجتماعات الإرشادية، وزيارة الحقول الإرشادية وحضور أيام الحقل والحصاد، والمشاركة مع المرشد فى تخطيط البرامج الإرشادية، والمشاركة فى الحملات الإرشادية القومية، وحضور المؤتمرات الإرشادية، وقد تم إعطاء أوزان ترجيحية لكل سؤال وهى ثلاث درجات للإجابة دائما ودرجتان للإجابة بأحيانا ودرجة واحدة للاجابة بنادرا وصفر للإجابة بلا وتم تجميع هذه الدرجات بعد معايرتها لتعبر عن درجة المشاركة فى الأنشطة الإرشادية والتى تتراوح ما بين (صفر , ١٨ درجة) وتم تقسيم المبحوثين إلي ثلاث فئات كما يلي : ذوى مشاركة منخفضة(٠- ٦ درجات)، ذوى مشاركة متوسطة (٧-١٢ درجة)، ذوى مشاركة مرتفعة (١٣-١٨ درجة).

١٢- **درجة معرفة الزراع بالتوصيات الفنية لإنتاج وتسويق محصول** الموالح:تم قياس هذا المتغير بسؤال المبحوث عن معرفته لعدد ٦٠ توصية فنية تتعلق بإنتاج وتسويق محصول الموالح وقد اعطى لكل توصية يعرفها المبحوث درجة واحدة، وصفر لكل توصية لا يعرفها وبذلك تراوحت درجة معرفة المبحوث ما بين (صفر , ٦٠ درجة) وقد تم تقسيم المبحوثين وفقا لدرجة معرفتهم بالتوصيات الى ثلاث مستويات على النحو التالى : مستوى معرفى منخفض (صفر : ٢٠ درجة) ، ومستوى معرفى متوسط (٢١ : ٤٠ درجة) ، ومستوى معرفى مرتفع (٤١ : ٦٠ درجة)

١٣- **درجة تنفيذ الزراع للتوصيات الفنية لإنتاج وتسويق محصول الموالح**:تم قياس هذا المتغير بسؤال المبحوث عن مدى تنفيذه بعدد ٤٧ توصية فنية تتعلق بإنتاج وتسويق محصول الموالح وقد اعطى لكل توصية فنية ينفذها المبحوث درجة واحدة، وصفر لكل توصية لا ينفذها وبذلك تراوحت درجة تنفيذ المبحوث ما بين (صفر , ٤٧ درجة) وقد تم تقسيم المبحوثين وفقا لدرجة تنفيذهم للتوصيات الى ثلاث مستويات على النحو التالى : مستوى تنفيذى منخفض من (صفر : ١٦ درجة) ، ومستوى تنفيذى متوسط من (١٧ : ٣٢ درجة)، ومستوى تنفيذى مرتفع من (٣٣ : ٤٧ درجة)

١٤- **الخدمات الإرشادية التى تقدم لزراع الموالح:** تم قياس هذا المتغير بسؤال المبحوثين عن مدى تقديم أجهزة الإرشاد لعشر خدمات إرشادية فى مجال إنتاج وتسويق محصول الموالح: وقد تم إعطاء أوزان ترجيحية لكل سؤال وهى ثلاث درجات للاجابة بدائما ودرجتان للإجابة بأحيانا ودرجة واحدة للإجابة بنادرا وصفر للإجابة بلا وتم تجميع هذه الدرجات بعد معايرتها لتعبر عن مستوى الخدمة الارشادية التى توجه لزراع الموالح والتى تتراوح ما بين (صفر – ١٠ درجات)، وتم تقسيم المبحوثين إلي ثلاث فئات كما يلي : مستوى خدمات منخفض(٠- ٣ درجات)، ذوى مستوى خدمات متوسطة (٤-٧ درجات)، ذوى مستوى خدمات مرتفعة (٨-١٠ درجات).

١٦- **المشكلات التى تواجه الزراع فى مجال إنتاج وتسويق الموالح** :تم سؤال المبحوثين عن المشكلات التى تواجههم فى عملية إنتاج وتسويق محصول الموالح واستخدمت التكرارات والنسب المئوية لتحديد الأهمية النسبية لهذه المشاكل

النتائج والمناقشة

أولا: الخصائص المميزة للزراع المبحوثين:

يتضح من نتائج الجدول رقم (١) أن أهم الخصائص المميزة للزراع المبحوثين جاءت على النحو التالى:

١– **السن :** أوضحت النتائج أن ٣١.٩% من الزراع المبحوثين كانت أعمارهم أقل من ٤٦ سنة، و٣١.٩% أعمارهم من ٤٦ إلى ٥٥ سنة، و٣٦.٢% أعمارهم أكثر من ٥٥ سنة، أى أن الغالبية العظمى من المبحوثين كانت أعمارهم صغيرة ومتوسطة وهذه هى الفئات التى تكون على استعداد لتبنى الأفكار المستحدثة أسرع من الفئات الأخرى.

٢ – **مستوى التعليم :** أوضحت النتائج أن ٢١.٣% من المبحوثين كانوا أميين، و٢٠.٤ % يستطيعوا القراءة والكتابة، و٧.٩% حاصلون على الشهادة الإبتدائية، و٨.٨% حاصلون على الشهادة الإعدادية، و٢٤.٥% حاصلون على مؤهل متوسط ، و١٧.١% تعليمه عالى، أى أن الغالبية العظمى من المبحوثين كانوا متعلمين، مما يعنى أن هؤلاء الزراع يكونوا على استعداد لتقبل الأفكار المستحدثة أسرع من غيرهم.

٣- **حيازة الأرض الزراعية** : أوضحت النتائج أن ١٦.٢% من المبحوثين لديهم حيازة صغيرة من الأرض الزراعية، و٤٨.٦% لديهم حيازة متوسطة، و٣٥.٢% لديهم حيازة كبيرة.

٤- **حجم المساحة المنزرعة موالح:** أوضحت النتائج أن ٤٢.٦% من المبحوثين لديهم مساحات صغيرة من الموالح، و٣٥.٢% منهم لديهم مساحة متوسطة، و٢٢.٢% لديهم مساحة كبيرة.

٥- **عدد سنوات الخبرة فى زراعة الموالح :** أوضحت النتائج أن ٢٩.٢% من المبحوثين خبرتهم فى زراعة الموالح قليله، و٣٣.٨% منهم خبرتهم متوسطة، و٣٧.٠% خبرتهم فى زراعة الموالح كبيره.

٦- **الدرجة القيادية :** أوضحت النتائج أن ٣٦.١% من المبحوثين لديهم درجة قيادية منخفضة، و٣٩.٨% لديهم درجة قيادية متوسطة، و٢٤.١% يتمتعون بدرجة قيادية مرتفعة..

٧- **المشاركة الاجتماعية الرسمية** : أوضحت النتائج أن ٩٥.٨% من المبحوثين مشاركتهم الاجتماعية الرسمية منخفضة، و٣.٧% مشاركتهم متوسطة، و٠.٥% مشاركتهم مرتفعة

٨– **الإنفتاح الحضارى:** أوضحت النتائج أن ١٦.٧% من المبحوثين انفتاحهم الحضارى منخفض، و٥٧.٩% انفتاحهم متوسط، و٢٥.٥% انفتاحهم مرتفع.

٩- **التعرض لوسائل الإعلام الجماهيري**ة: أوضحت النتائج أن ٣٩.٨% من المبحوثين تعرضهم لوسائل الإعلام الجماهيرية منخفض، و٤٠.٧% تعرضهم متوسط، و١٩.٤% تعرضهم مرتفع.

١٠- **عدد مصادر المعلومات التى يستخدمها الزراع في الحصول علي معلوماتهم عن إنتاج وتسويق الموالح:** أوضحت النتائج أن ٦٢.٠% من المبحوثين يعتمدون على (١-٢) مصدر، ، بينما ٢٤.٥% يعتمدون على (٣-٤)مصدر ، في حين ١٣.٥% يعتمدون على اكثر من ٥ مصادر.

١١- **المشاركة فى الأنشطة الإرشادية:** أوضحت النتائج أن ٦٣.٠% من مشاركتهم فى الأنشطة الإرشادية منخفضة و٣١.٩% مشاركتهم متوسطة، و٥.١% مشاركتهم مرتفعة

١٢- **الخدمات الإرشادية التى تقدم لزراع الموالح:** أوضحت النتائج أن ٥٥.٦% من المبحوثين يرون أن مستوى الخدمة الإرشادية التى تقدم لهم لزراعة الموالح منخفضة، و٣٣.٨% يرون أنها متوسطة، و١٠.٦% يرون أنها مرتفعة

جدول .١. توزيع المبحوثين وفق الخصائص المميزة لهم

المتغيرات	عدد	%	المتوسط	الإنحراف المعيارى
١- السن			٥١.٦٥	١٠.٦٧
صغار السن (أقل من ٤٦) سنة	٦٩	٣١.٩		

متوسطى السن (٤٦- ٥٥) سنة	٦٩	٣١.٩		
كبار السن (أكثر من ٥٥ سنة)	٧٨	٣٦.١		
٧- مستوى التعليم (عدد سنوات التعليم)			٧.٥٥	٥.٨٣
أمى	٤٦	٢١.٣		
قرا ويكتب	٤٤	٢٠.٤		
إبتدائى	١٧	٧.٩		
عدادى	١٩	٨.٨		
ثنوط	٥٣	٢٤.٥		
متوسط وعالى	٣٧	١٧.١		
٣- حجم حيازة الأرض الزراعية			١.٢٧	١٥٥.٨
حيازة صغيرة (أقل من ٢ فدان)	٣٥	١٦.٢		
حيازة متوسطة (٢- أقل من ٥ فدان)	١٠٥	٤٨.٦		
حيازة كبيرة (٥ فدان فاكثر)	٧٦	٣٥.٢		
٤- حجم المساحة المنزرعة موالح			٨٦.٤٤	١٣٠.٢
مساحة صغيرة (أقل من ٢ فدان)	٩٢	٤٢.٦		
مساحة متوسطة (٢- أقل من ٥ فدان)	٧٦	٣٥.٢		
مساحة كبيرة (٥ فدان فاكثر)	٤٨	٢٢.٢		
٥- عدد سنوات الخبرة فى زراعة الموالح			٥١.٤٤	٩.٦٣
خبرة قليله (أقل من ١٠ سنوات)	٦٣	٢٩.٢		
خبرة متوسطة (١٠-١٥ سنة)	٧٣	٣٣.٨		
خبرة كبيرة (أكثر من ١٥ سنة)	٨٠	٣٧.٠		
٦- السلوك القيادى			٦.٨٣	٤.٢٧
درجة قيادية منخفضة (٠- ٥ درجات)	٧٨	٣٦.١		
درجة قيادية متوسطة (٦-١٠ درجات)	٨٦	٣٩.٨		
درجة قيادية مرتفعة (١١- ١٥ درجة)	٥٢	٢٤.١		
٧- المشاركة الاجتماعية الرسمية			٢.٠٧	٢.٤٠
مشاركة منخفضة (٠-٧ درجات)	٢٠٧	٩٥.٨		
مشاركة متوسطة (٨-١٤ درجة)	٨	٣.٧		
مشاركة مرتفعة (١٥-٢١ درجة)	١	٠.٥		
٨- الانفتاح الحضارى			٦.٨١	٢.٥٤
انفتاح منخفض (٠-٤ درجات)	٣٦	١٦.٧		
انفتاح متوسط(٥-٨ درجات)	١٢٥	٥٧.٩		
انفتاح مرتفع (٩-١٢ درجة)	٥٥	٢٥.٥		
٩- التعرض لوسائل الاعلام الجماهيري			٧.٩٦	٥.٠
تعرض منخفض (٠-٦ درجات)	٨٦	٣٩.٨		
تعرض متوسط (٧- ١٢ درجة)	٨٨	٤٠.٧		
تعرض مرتفع (١٣- ١٨ درجة)	٤٢	١٩.٤		
١٠- عدد مصادر المعلومات عن إنتاج وتسويق الموالح			٢.٣٩	١.٧٣
منخفض (١-٢ مصدر)	١٣٤	٦٢		
متوسط (٣- ٤مصدر)	٥٣	٢٤.٥		
مرتفع (٥ مصادر فأكثر)	٢٩	١٣.٥		
١١- المشاركة فى الانشطه الإرشاديه				
مشاركة منخفضة (٠- ٦ درجات)	١٣٥	٦٣	٥.٢٥	٤.٠٣
مشاركة متوسطة (٧-١٢ درجة)	٦٩	٣١.٩		
مشاركة مرتفعة (١٣-١٨ درجة)	١١	٥.١		
١٢- الخدمات الإرشادية التى تقدم لزراع الموالح				
مستوى خدمة منخفضة (٠-٣ درجة)	١٢٠	٥٥.٦		
مستوى خدمة متوسطة (٤-٧ درجات)	٧٣	٣٣.٨		
مستوى خدمة مرتفعة (٨-١٠ درجات)	٢٣	١٠.٦		

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية:

ثانيا: درجة معرفة الزراع المبحوثين بالتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح:

أ- **مستوى معرفة الزراع المبحوثين بالتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح:**

أوضحت النتائج الواردة بالجدول رقم (٢) أن (٧.٤٠%) من الزراع المبحوثين كانت معرفتهم بالتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح منخفضة، بينما (٣٨.٩%) منهم معرفتهم متوسطة، فى حين كان (٥٣.٧%) منهم معرفتهم مرتفعة، ويتضح من ذلك أن ما يزيد عن (٩٠.٠%) من المبحوثين معرفتهم للتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح إما متوسطة أو مرتفعة، وقد يرجع ذلك إلى النتائج الإيجابية من تبنى التوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح فى زيادة العائد للمزارع وتحسين مستوى معيشته مما يدفع المزارع إلى البحث عن مزيد من المعلومات عنها لتطوير إنتاجه.

جدول رقم (٢) مستوى المعرفة بالتوصيات الفنية المتعلقة بإنتاج محصول الموالح

مستوى المعرفة	عدد	%
معرفة منخفضة (٠-٢٠ درجة)	١٦	٧.٤
معرفة متوسطة (٢١-٤٠ درجة)	٨٤	٣٨.٩
معرفة مرتفعة (٤١-٦٠ درجة)	١١٦	٥٣.٧
إجمالى	٢١٦	١٠٠.٠

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية:

ب- المتغيرات المؤثرة على درجة معرفة الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح :

بدراسة العلاقة الارتباطية بين درجة معرفة الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح وبين المتغيرات المستقلة المدروسة: أوضحت النتائج الواردة بالجدول رقم (٣) وجود علاقة ارتباطية معنوية مع كل من المتغيرات التالية:

١- السن: أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية سالبة معنوية مع السن بلغت (-٠.١٨١) وهذا يؤكد أن صغار السن هم أكثر معرفة وأكثر سعيا لمعرفة كل ماهو جديد وأسرع فى تبنى الأفكار المستحدثة من كبار السن حيث يسعى المزارع صغير السن إلى تطوير أدائه بالحصول على المزيد من المعارف والمهارات التى تزيد من إنتاجيتهم.

٢- مستوى التعليم (عدد سنوات التعليم): تبين وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة مع عدد سنوات التعليم بلغت (٠.١٥٢)، ويمكن تفسير ذلك بأن الشخص المتعلم لديه قابلية للإستزادة من المعارف والمعلومات فهو أسرع فى الفهم والإستيعاب وأسرع فى قبول التغيير والبحث عن كل ما هو جديد يمكن أن يحسن من مستوى أدائه ويزيد من إنتاجيته.

٣- حجم حيازة الأرض الزراعية: تبين وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة بلغت نحو(٠.١٨١)، ويمكن تفسير ذلك بأن زيادة حجم حيازة المزارع من الأرض الزراعية تدفعه إلى زيادة الإهتمام بالنواحى الزراعية والرغبة فى التحسين والتطوير لذلك فهو يحاول دائما الحصول على مزيد من المعارف والتوصيات الجديدة التى تزيد من إنتاجه بإستمرار حيث تزداد لديه القدرة على المخاطرة بتبنى الجديد بعكس المزارع صاحب الحيازة الصغيرة الذى يخشى دائما المخاطرة بإستخدام الجديد من التوصيات نظرا لصغر حجم حيازته و أى خسارة يصعب تعويضها.

٤- المشاركة فى الأنشطة الإرشادية: تبين وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة حيث بلغت قيمة معامل الارتباط نحو (٠.١٤٧)، ويمكن تفسير ذلك بأن إحتكاك المزارع مع الآخرين ومشاركته فى الأنشطة الإرشادية يساعد على تبادل الخبرات والمعارف التى تزيد من اقتناعه بفائدة التكنولوجيا الزراعية الحديثة فيزداد إقباله عليها

وبناء على النتائج السابقة يمكن رفض الفرض الإحصائى الأول وقبول الفرض البديل الأول القائل بوجود علاقة إرتباطية معنوية بين درجة معرفة الزراع بالتوصيات الفنيه الخاصه بانتاج وتسويق الموالح وبين كل من (السن ، وعدد سنوات التعليم ، وحجم حيازة الأرض الزراعية، والمشاركة فى الأنشطة الإرشادية) .

كما لايمكن رفض الفرض الإحصائى الأول القائل بعدم وجود علاقة إرتباطية معنوية بين درجة معرفة الزراع بالتوصيات الفنيه الخاصه بانتاج وتسويق محصول الموالح وبين كل من (حجم المساحة المنزرعة بالموالح، وعدد سنوات الخبرة فى زراعة الموالح، و السلوك القيادى، ودرجة المشاركة الإجتماعية الرسمية، ودرجة الإنفتاح الحضارى، ودرجة التعرض لوسائل الإتصال الجماهيرية، وعدد مصادر المعلومات عن إنتاج وتسويق الموالح، والخدمات الإرشادية التى تقدم لزراع الموالح)

جدول رقم (٣): نتائج العلاقة الارتباطية بين المتغيرات المستقلة المدروسة وبين معرفة الزراع بالتوصيات الفنية المتعلقة بإنتاج محصول الموالح

م	المتغيرات	قيمة معامل الارتباط
١	السن	-٠.١٨١**
٢	مستوى تعليم المبحوث	٠.١٥٢*
٣	حجم الحيازة الزراعية	٠.١٨١**
٤	حجم المساحة المنزرعة بالموالح	٠.٠٩٧

٥	عدد سنوات الخبرة فى زراعة الموالح	٠.٠٦٦
٦	السلوك القيادي	٠.٠٢١
٧	المشاركة الإجتماعية الرسمية	-٠.٠٢٠
٨	الانفتاح الحضارى	٠.٠١٨
٩	التعرض لوسائل الاعلام الجماهيرية	٠.٠٣٣
١٠	عدد مصادر المعلومات عن إنتاج وتسويق الموالح	٠.٠٧٥
١١	المشاركة فى الأنشطة الإرشادية	*٠.١٤٧
١٢	الخدمات الإرشادية التى تقدم لزراع الموالح	٠.١٠١

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية:

ج- الإسهام النسبى للمتغيرات المستقلة المدروسة ذات العلاقة الإرتباطية فى تفسير التباين فى معارف الزراع التوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح

أوضحت نتائج التحليل الإرتباطى و التحليل الإنحدارى المتعدد المتدرج الصاعد (Step-Wise Regression Analysis) الواردة بالجدول رقم جدول (٤) أن متغيرين فقط أسهما معنويا فى تفسير التباين الكلى فى معارف الزراع التوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح وهما على الترتيب: حجم الحيازة الزراعية بنسبة ٢.٨%، والسن بنسبة ٤.٧%. وهذين المتغيرين معا يفسران حوالى ٧.٥% من التباين الكلى، وبلغت قيمة "ف" المحسوبة ٩.٧٤٥ وهى معنوية إحصائيا عند مستوى (٠.٠١) مما يعنى معنوية النموذج ككل.

جدول (٤): نتائج التحليل الإرتباطى والإنحدارى المتعدد المتدرج الصاعد لعلاقة المتغيرات المستقلة المدروسة بدرجة معرفة الزراع بالتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح

المتغيرات المستقلة	معامل الإرتباط المتعدد r	% التراكمية للتباين المفسر للمتغير التابع R2	% للتباين المفسر للمتغير التابع	معامل الإنحدار الجزئىB	قيمة "ت" المحسوبة	مستوى المعنوية
حجم الحيازة لزراعية	٠١٨١	٠.٠٢٨	٠.٠٢٨	٠.٠١١	٣.٤٥	٠.٠١
لسن	٠.٢٩	٠.٠٧٥	٠.٠٤٧	٠.٠١٦٧	٣.٤٤٣	٠.٠١
معامل التحديد= ٠.٠٧٥		ف المحسوبة= ٩.٧٤٥**				

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية:

ثالثا: درجة تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح

أ- مستوى تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح:

أوضحت النتائج الواردة بالجدول رقم (٥) أن (١٢.٥%) من الزراع المبحوثين جاء تنفيذهم للتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح منخفض، بينما (٥٥.١%) منهم تنفيذهم متوسط، فى حين كان (٣٢.٤%) منهم تنفيذهم مرتفع، ويتضح من ذلك أن ما يزيد عن (٨٠.٠%) من المبحوثين تنفيذهم للتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح أما متوسط أو مرتفع ، وقد يرجع ذلك لوقوع حوالي ٩٠% من افراد العينه في فئه درجه المعرفه المتوسطه والمرتفعه وكذلك لارتفاع مستوي تعليم اكثر من نصف افراد العينه.

جدول رقم (٥) مستوى التنفيذ للتوصيات الفنية المتعلقة بإنتاج محصول الموالح

مستوى التنفيذ	عدد	%
تنفيذ منخفض (٠-١٦ درجة)	٢٧	١٢.٥
تنفيذ متوسط (١٧-٣٢ درجة)	١١٩	٥٥.١
تنفيذ مرتفع (٣٣-٤٧ درجة)	٧٠	٣٢.٤
إجمالى	٢١٦	١٠٠.٠

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية:

ب- المتغيرات المؤثرة على درجة تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح

بدراسة العلاقة الارتباطية بين درجة تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح وبين المتغيرات المستقلة المدروسة: أوضحت النتائج الواردة بالجدول رقم (٦) وجود علاقة ارتباطية معنوية مع كل من المتغيرات التالية:

١- حجم حيازة الأرض الزراعية: تبين وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة بلغت نحو(٠.٢٠٣)، ويمكن تفسير ذلك بأن زيادة حجم حيازة المزارع من الأرض الزراعية تدفعه إلى زيادة الإهتمام بالنواحى الزراعية والرغبة فى التحسين والتطوير لذلك فهو يحاول دائما الحصول على مزيد من المعارف والتوصيات الجديدة التى تزيد من إنتاجه بإستمرار حيث تزداد لديه القدرة على المخاطرة بتبنى الجديد بعكس المزارع صاحب الحيازة الصغيرة الذى يخشى دائما المخاطرة بإستخدام الجديد من التوصيات نظرا لصغر حجم حيازته وبالتالى فإن أى خسارة يصعب تعويضها.

٢- حجم المساحة المنزرعة بالموالح: تبين وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة بلغت نحو(٠.١٦٨)، ويمكن تفسير ذلك بأن زيادة حجم المساحة المنزرعة بالموالح تشجع المزارع على البحث عن الأساليب الحديثة لانه يمتلك القدرة على تطبيقها.

٣- السلوك القيادى: تبين وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة بلغت نحو (٠.١٧٦)، ويمكن تفسير ذلك بأن الشخص القيادى تتوفر لديه الرغبة والإقتناع بأهمية تنفيذ الأساليب الحديثة فى زيادة إنتاجه، لذلك فهو يسعى دائما للحصول على الجديد من التوصيات الحديثة ويزداد إتجاهه الإيجابى نحوها.

٤- التعرض لوسائل الإتصال الجماهيرية: تبين وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة بلغت نحو (٠.١٥٥)، ويمكن تفسير ذلك بأن زيادة تعرض المزارع لمصادر المعلومات يتيح له فرصة التعرف على الكثير من المعارف والمهارات والنتائج التى تؤكد أهمية وفائدة التكنولوجيا الزراعية الحديثة مما يزيد من إقباله عليها

٥- معرفة الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح: تبين وجود علاقة ارتباطية معنوية موجبة بلغت نحو (٠.٥٢٧)، ويمكن تفسير ذلك بأن المعرفة هى مرحلة من مراحل التبنى فلكى يتبنى المزارع الأساليب التكنولوجية الحديثة لابد من معرفته بهذه الأساليب والاهتمام بها لإمكانية تطبيقها وتبنيها

وبناء على النتائج السابقة يمكن رفض الفرض الإحصائى الثالث وقبول الفرض البديل الثالث القائل بوجود علاقة إرتباطية معنوية بين درجة تنفيذ الزراع للتوصيات الفنيه الخاصه بانتاج وتسويق محصول الموالح وبين كل من (حجم حيازة الأرض الزراعية، والمساحة المنزرعة بالموالح، والسلوك القيادى، ودرجةى المعرفة بالتوصيات الفنية بإنتاج وتسويق الموالح، ودرجه التعرض لوسائل الاعلام الجماهيريه) .

كما لايمكن رفض الفرض الإحصائى الثالث القائل بعدم وجود علاقة إرتباطية معنوية بين درجة تنفيذ الزراع للتوصيات الفنيه المتعلقه بانتاج وتسويق محصول الموالح وبين كل من (السن، مستوى التعليم، وعدد سنوات الخبرة فى زراعة الموالح، ودرجة المشاركة الإجتماعية الرسمية، ودرجة الإنفتاح الحضاري، وعدد مصادر المعلومات عن إنتاج وتسويق الموالح، والمشاركة فى الأنشطة الإرشادية، والخدمات الإرشادية التى تقدم لزراع الموالح)

جدول رقم (٦) نتائج العلاقة الارتباطية بين المتغيرات المستقلة المدروسة وبين درجة تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح

م	المتغيرات	قيمة معامل الارتباط
١	السن	-٠.٠٢٥
٢	مستوى تعليم المبحوث	٠.١١٤
٣	حجم الحيازة الزراعية	٠.٢٠٣**
٤	حجم المساحة المنزرعة بالموالح	٠.١٦٨*
٥	عدد سنوات الخبرة فى زراعة الموالح	٠.٠٧٥
٦	السلوك القيادي	٠.١٧٦**
٧	المشاركة الإجتماعية الرسمية	-٠.٠٣٥
٨	الانفتاح الحضارى	-٠.٠٧٥
٩	التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية	٠.١٥٥**
١٠	عدد مصادر المعلومات عن إنتاج وتسويق الموالح	٠.٠٤٧
١١	المشاركة فى الأنشطة الإرشادية	٠.١٠٣
١٢	الخدمات الإرشادية التى تقدم لزراع الموالح	٠.١٢١
١٣	درجة المعرفة بالتوصيات الفنيه بانتاج وتسويق محصول الموالح	٠.٥٢٧**

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية:

ج- الإسهام النسبى للمتغيرات المستقلة المدروسة ذات العلاقة الإرتباطية فى تفسير التباين فى تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح:

أوضحت نتائج التحليل الإرتباطى و التحليل الإنحدارى المتعدد المتدرج الصاعد (Step-Wise Regression Analysis) الواردة بالجدول رقم جدول (٧) أن متغيرين فقط أسهما معنويا فى تفسير التباين الكلى فى تنفيذ الزراع التوصيات الفنية الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح وهى على الترتيب: درجة المعرفة بنسبة ٢٧.٥%، والسلوك القيادى بنسبة٠.٢٤ %. وهذين المتغيرين معا يفسران حوالى ٢٩.٩% من التباين الكلى، وبلغت قيمة "ف" المحسوبة ٤٦.٧٥٩ وهى معنوية إحصائيا عند مستوى (٠.٠١) مما يعنى معنوية النموذج ككل.

جدول (٧): نتائج التحليل الإرتباطى والإنحدارى المتعدد المتدرج الصاعد لعلاقة المتغيرات المستقلة المدروسة بدرجة تنفيذ الزراع المبحوثين للتوصيات الخاصة بإنتاج وتسويق محصول الموالح

المتغيرات المستقلة	معامل الإرتباط المتعدد r	% التراكمية للتباين المفسر للمتغير التابع R2	% للتباين المفسر للمتغير التابع	معامل الإنحدار الجزئىB	قيمة "ت" المحسوبة	مستوى المعنوية
رجة لمعرفة	٠.٥٢٧	٠.٠٢٧٥	٠.٢٧٥	٠.٦٥٦	٩.١٦٧	٠.٠١
لسلوك لقيادى	٠.٥٥٢	٠.٢٩٩	٠.٠٢٤	٠.٣٧٤	٢.٨٨٩	٠.٠١
معامل التحديد= ٠.٢٩٩			ف المحسوبة= ٤٦.٧٥٩**			

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية

رابعا: مصادر المعلومات التى يستمد منها الزراع معلوماتهم عن إنتاج وتسويق الموالح:

أوضحت النتائج الواردة بالجدول رقم (٢) أن أهم المصادر التى يحصل منها الزراع على معلوماتهم الزراعية كانت مرتبة تنازليا حسب التكرار والنسب المئوية على النحو التالى:
الأصدقاء والجيران بنسبة ٦٣.٩%، ثم المرشد الزراعى بنسبة ٤٢.٦%، ثم أخصائي المحاصيل البستانية بنسبة ٣٠.٦%، ثم البرامج الزراعية بالتليفزيون بنسبة ٢٤.٥%، ثم مدير الجمعية التعاونية الزراعية بنسبة ٢٣.٦%، ثم النشرات الإرشادية بنسبة ١٨.٥%، ثم الباحثون فى مجال التسويق بنسبة ١٦.٧%، ثم مجلة الإرشاد الزراعى بنسبة ١٣.٠%، ثم البرامج الزراعية الإذاعية بنسبة ٤.٦%، وأخيراً الصحف القومية بنسبة ١.٩%

جدول رقم (٨) مصادر المعلومات التى يحصل منها الزراع المبحوثين على معلوماتهم عن إنتاج وتسويق الموالح

م	المصادر	عدد	%	ترتيب
١	المرشد الزراعى	٩٢	٤٢.٦	٢
٢	البرامج الزراعية بالتليفزيون	٥٣	٢٤.٥	٤
٣	الأصدقاء والجيران	١٣٩	٦٣.٩	١
٤	مدير الجمعية التعاونية الزراعية	٥١	٢٣.٦	٥
٥	أخصائي المحاصيل البستانية	٦٦	٣٠.٦	٣
٦	النشرات الإرشادية	٤٠	١٨.٥	٦
٧	مجلة الإرشاد الزراعى	٢٨	١٣	٨
٨	الباحثون فى مجال التسويق	٣٩	١٦.٧	٧
٩	البرامج الزراعية الإذاعية	١٠	٤.٦	٩
١٠	الصحف القومية	٤	١.٩	١٠

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية:

خامسا: الخدمات الإرشادية التى تقدم لزراع الموالح:

أوضحت النتائج الواردة بالجدول رقم (٩) أن أهم الخدمات الإرشادية التى تقدم لزراع الموالح كانت مرتبة حسب التكرار والنسب المئوية على النحو التالى:

توعية الزراع بكيفية إعداد الشتلات المناسبة لمحصول الموالح بنسبة (٤٧.٢%)، وتوعية الزراع بكيفية مقاومة الحشائش بنسبة (٤٤.٤%) ، وتوعية الزراع بالمرحلة المناسبة لجمع الثمار بنسبة (٤١.٢%)، وتوفير المعلومات عن كيفية مكافحة الآفات بنسبة ٣٩.٤% وتوزيع نشرات فنية خاصة بمحصول الموالح بنسبة ٣٥.٢%، وتدريب الزراع على كيفية تقليم أشجار الموالح بنسبة ٣١.٩%، وتنفيذ زيارات حقلية لمتابعة تطبيق التوصيات الفنية الخاصه بالموالح بنسبة ٢٩.٢%، وتوفير معلومات تسويقية عن احتياجات الأسواق المحلية الخارجية بنسبة ٢٩.٢%، وتدريب الزراع على كيفية فرز وتدريج وتعبئة الثمار بنسبة ٢٠.٤%، وتوفير العبوات المناسبة لتداول محصول الموالح بنسبة ١٠.٢%

جدول رقم (٩) الخدمات الإرشادية التى تقدم لزراع الموالح

م	المصادر	عدد	%	ترتيب
١	توعية الزراع بكيفية إعداد الشتلات المناسبة لمحصول الموالح	١٠٢	٤٧.٢	١
٢	توعية الزراع بكيفية مقاومة الحشائش	٩٦	٤٤.٤	٢
٣	توزيع نشرات فنية خاصة بمحصول الموالح	٧٦	٣٥.٢	٥
٤	توفير المعلومات اللازمة عن كيفية مكافحة الآفات	٨٥	٣٩.٤	٤
٥	تنفيذ زيارات حقلية لمتابعة تطبيق التوصيات الفنية بالموالح	٦٣	٢٩.٢	٨
٦	توفير معلومات تسويقية عن احتياجات الأسواق المحلية الخارجية	٦٣	٢٩.٢	٧
٧	توعية الزراع بالمرحلة المناسبة لجمع الثمار	٨٩	٤١.٢	٣
٨	تدريب الزراع على كيفية تقليم أشجار الموالح	٦٩	٣١.٩	٦
٩	تدريب الزراع على كيفية فرز وتدريج وتعبئة الثمار	٤٤	٢٠.٤	٩
١٠	توفير العبوات المناسبة لتداول محصول الموالح	٢٢	١٠.٢	١٠

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية:

سادسا: المشاكل التى تواجه الزراع فى إنتاج وتسويق الموالح

أوضحت النتائج الواردة بالجدول رقم (١٠) أن أهم المشاكل التى تواجه الزراع فى إنتاج وتسويق الموالح كانت مرتبة تنازليا حسب التكرار والنسب المئوية على النحو التالى: عدم وجود مصدر موثوق فيه للحصول على الشتلات بنسبة ٨٣.٣%، وإرتفاع أجر العمالة بنسبة ٧٩.٢%، وإرتفاع ثمن الأسمدة بنسبة ٧٥.٩%، وإنتشار الإصابة بالحشرات بنسبة ٧٢.٧%، وارتفاع ثمن المبيدات الزراعية بنسبة ٧٠.٨%، وإرتفاع ثمن الشتلات الجيدة بنسبة ٦٨.٥%، وإنتشار الإصابة بالحشائش بنسبة ٦٨.١%، وعدم توفير الأسمدة فى الوقت المناسب بنسبة ٦٣.٩%، وإنتشار الإصابة بالأمراض بنسبة ٦٢.٥%، وعدم وجود معامل لتحليل التربة بنسبة ٥٠.٩%، وندرة العمالة المدربة بنسبة ٥٠.٥%، ونقص توفر المبيدات الزراعية بنسبة ٤٧.٢%، وعدم توفير مياه الرى بنسبة ٣٦.١%، وعدم المعرفة بالتوصيات الفنية الخاصة بمواعيد الزراعة بنسبة ١٥.٧%.

جدول رقم (١٠) المشاكل التى تواجه الزراع فى إنتاج وتسويق الموالح

م	المشاكل	عدد	%	ترتيب
١	عدم وجود مصدر موثوق فيه للحصول على الشتلات	١٨٠	٨٣.٣	١
٢	عدم المعرفة بالتوصيات الفنية الخاصة بمواعيد الزراعة	٣٤	١٥.٧	١٤
٣	عدم وجود معامل لتحليل التربة	١١٠	٥٠.٩	١٠
٤	عدم توفير مياه الرى	٧٨	٣٦.١	١٣
٥	إرتفاع ثمن الشتلات الجيدة	١٤٨	٦٨.٥	٦
٦	عدم توفير الأسمدة فى الوقت المناسب	١٣٨	٦٣.٩	٨
٧	إرتفاع ثمن الأسمدة	١٦٤	٧٥.٩	٣
٨	نقص توفر المبيدات الزراعية	١٠٢	٤٧.٢	١٢
٩	ارتفاع ثمن المبيدات الزراعية	١٥٣	٧٠.٨	٥
١٠	ندرة العمالة المدربة	١٠٩	٥٠.٥	١١
١١	إرتفاع أجر العمالة	١٧١	٧٩.٢	٢
١٢	إنتشار الإصابة بالأمراض	١٣٥	٦٢.٥	٩
١٣	إنتشار الإصابة بالحشرات	١٥٦	٧٢.٢	٤
١٤	إنتشار الإصابة بالحشائش	١٤٧	٦٨.١	٧

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات الدراسة الميدانية:

التوصيات:

فى ضوء ما أسفرت عنه الدراسة من نتائج يمكن الخروج بالتوصيات التالية:
الاهتمام باعداد برامج ارشاديه تعتمد على كافه الطرق الارشاديه والايضاح العملى لتدريب الزراع على العمليات الانتاجيه والتسويقيه لمحصول الموالح حيث اوضحت النتائج قصور دور الطرق الارشاديه التى يعتمد عليها الزراع فى الحصول على معلوماتهم فى انتاج وتسويق الموالح وخاصه انه من المحاصيل التى تحتاج الى عمليات خدمه اثناء الحصاد وما بعد الحصاد ويمكن تحديد مجموعه من التوصيات التاليه:

١- توعية الزراع بكيفية إعداد الشتلات المناسبة لمحصول الموالح
٢- توعية الزراع بكيفية مقاومة الحشائش
٣- توفير المعلومات اللازمة عن كيفية مكافحة الآفات
٤- توفير معلومات تسويقية عن احتياجات الأسواق المحلية الخارجية
٥- توعية الزراع بالمرحلة المناسبة لجمع الثمار
٦- تدريب الزراع على كيفية فرز وتدريج وتعبئة الثمار
٧- وجود مصدر موثوق فيه للحصول على الشتلات
٨- اجراء دراسات مستقبليه تتناول متغيرات جديده غير التى تم دراستها فى هذا البحث

المراجع

اسماء حامد شلبى (دكتوره) ، معارف الزراع بالتداول الامثل للموالح ببعض قرى مركز اجا محافظه الدقهليه، مجله البحوث الزراعيه، جامعه كفر الشيخ، ٣٩ (١) ،٢٠١٣.

اسماء فوزى عبدالعزيز عامر :المتطلبات التعليميه للزراع في مجال انتاج وتسويق الموالح بمركزى دسوق ومطوبسبمحافظه كفر الشيخ ، رساله ماجستير ، قسم الاقتصاد الزراعي ، كليه الزراعه ، جامعه كفر الشيخ، ٢٠١٠.

أيمن محمد السروانى (مهندس)، الإدارة المتكاملة لحدائق الموالح، الدار العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ٢٠٠٧

رضا حسن عبدالغفار ابوزيد ، عبدالعليم احمد الشافعي، احمد محمد الذهبى (دكاتره) ، محددات معارف الزراع بالممارسات الفنيه لتداول ثمار الموالح وطرق الاتصال الارشادي المناسبه لهم بمركزي دسوق ومطوبس بمحافظه كفر الشيخ، مجله البحوث الزراعيه، جامعه كفر الشيخ، ٣٦ (١) ،٢٠١٠.

عاطف محمد إبراهيم، محمد نظيف حجاج (دكاترة)، الموالح ورعايتها وإنتاجها، منشأة المعارف بالأسكندرية، الطبعة الأولى، ١٩٩٧.

محمد حامد زكي، حمدى السيد انور رافع ، سمير عبدالغفار سليمان (دكاتره) مستوي معرفه الزراع المصدرين للموالح بممارسات قطف وتداول الثمار في بعض محافظات جمهوريه مصر العربيه ، نشره بحثيه رقم ٢١٩، معهد بحوث الارشاد الزراعي والتنميه الريفيه ، القاهره ، ١٩٩٩.

محمد شفيع سلام، سعيد عباس محمد رشاد (دكاترة)، الدور الحالى والمستقبلى للإرشاد الزراعى فى تسويق ثمار الموالح فى محافظة القليوبية، وزارة الزراعة واستصلاح الراضى، مركز البحوث الزراعية، معهد بحوث الارشاد الزراعى والتنمية الريفية، نشرة بحثية، رقم٢٠٢، ١٩٩٨.

مصطفى عاطف، سلامة عيد سالم، عبد العظيم محمد الحمادى (دكاترة)، الموالح الإنتاج والتحسين الوراثى،دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٩.

وزارة الزراعة واستصلاح الأراضى، استراتيجية التنمية الزراعية المستدامة حتى عام ٢٠٣٠، مركز البحوث الزراعية، القاهرة، ٢٠٠٩

وزاره الزراعه واستصلاح الاراضي، قطاع الشئون الاقتصاديه، نشره الاحصاءات الزراعيه، يناير ٢٠١٢

وزارة الزراعة واستصلاح الأراضى ، قطاع الشئون الاقتصادية، القاهرة، ٢٠١٢.

FAo:Food and agricultural organization of the un regional office for Africa, accrh,Ghana, RAF. Publication, oct.2010

FARMERS KNOWLEDGE AND IMPLEMENTATION LEVEL FOR THE TECHNICAL RECOMMENDATIONS OF THE

PRODUCTION AND MARKETING OF CITRUS CROP IN SHARKIA, ISMAILIA GOVERNORATES

Shaima E. El-Sebaey* and Shaima A. Hashim**

***Institute of Extension Research and Rural Development Agricultural Research Center**

****dep. Agri, Economics- Faculty of Agriculture University of Zagazig**

ABSTRACT

This research aims to: determine the degree of knowledge of the farmers surveyed technical recommendations for the production and marketing of crop citrus and determine the relationship between the independent variables studied, and determine the degree of implementation of the farmers surveyed technical recommendations for the production and marketing of crop citrus and determine the relationship between the independent variables studied, and to identify the most important sources of agricultural information which depends upon the farmers surveyed in getting their information about how the production and marketing of citrus crop, and to identify the extension services for farmers respondents regarding the production and marketing of citrus crop, and to identify the most important problems in agricultural production and marketing of citrus crop

Was conducted this research in the eastern and Ismailia governorates, was selected a sample of 216 respondents from framers of citrus, including 121 respondents from the Sharkia governorate, and 95 respondents from Ismailia governorate, was field data collected through a questionnaire by personal interview with the respondents, was used to analyze research the number of data statistical methods are: frequency distribution tabular, and percentages, the arithmetic mean, standard deviation, coefficient of simple correlation , stepwise multiple regression.

The main findings of the research are: to (7.40%) of the farmers surveyed had knowledge of the technical recommendations for the production and marketing of crop citrus low, while (38.9%) were moderate knowledge, while (53.7%) of whom knowledge is high, as explained results presence relational significance between the degree of knowledge of the farmers surveyed technical recommendations for the production and marketing of crop citrus and between each of the (age, number of years of education relationship, and the size of agricultural land tenure, and participating in outreach activities).

As it turns out that (12.0%) of the farmers surveyed were carrying out technical recommendations for the production and marketing of crop citrus low, while (55.1%) of them carrying out the average, while it was (32.4%) of them carrying out high, as demonstrated by the presence of relational significance between the degree of knowledge of the farmers surveyed technical recommendations for the production and marketing of crop citrus and between each of the (agricultural land tenure size, acreage Balmwalh, and leadership behavior, and the degree of knowledge).

It was the most important problems facing farmers in the production and marketing of citrus fruits are: the lack of a reliable source where to get the seedlings, high-wage employment, the high price of fertilizer, and the spread of insects, and rising price of agricultural pesticides, the higher the price of good seedlings, and the spread of grass, and the failure to provide fertilizer at the right time, and the spread of disease, and the lack of laboratories for the analysis of soil, and the scarcity of skilled labor, and lack of availability of agricultural pesticides, and the lack of irrigation water saving, and lack of knowledge of the technical recommendations for the dates of Agriculture.