

The role of agricultural information sources in production and marketing decisions making process in qena governorate.

Sarhan, A.M.M* and Amira M. A. Ramadan **

*Agricultural Economic & Extension Dept., Fac., Agric., South Valley University, Qena, Egypt

**Agric Extension and Rural Society Dept, Fac, Agric, Mansoura University, Egypt

دور مصادر المعلومات الزراعية في عملية اتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق بمحافظة قنا

أحمد مصطفى محمد سرحان* و أميرة محمود عبد المعطي رمضان**

* قسم الاقتصاد والإرشاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة جنوب الوادي، قنا، مصر

** قسم الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي، كلية الزراعة، جامعة المنصورة، مصر

المخلص

استهدفت الدراسة الحالية بصفة رئيسية التعرف على دور مصادر المعلومات الزراعية في اتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق لمحصولي الطماطم والذرة الشامية، وقد تم إجراء هذه الدراسة بقرتين بمحافظة قنا، قرية المرشدة مركز الوقف، وقرية الكلاحين مركز فقط، وتم اختيار عينة عمدية من مزارعي الطماطم والذرة الشامية بلغ قوامها ١٥٢ مجوئاً بنسبة (٣٥%) من اجمالي الشاملة باستخدام الاستبيان بالمقابلة الشخصية خلال الفترة من سبتمبر إلى ديسمبر ٢٠١٥م.

كما تم استخدام التكرارات والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، واختبار (f)، واختبار أقل فرق معنوي (LSD) كأدوات للتحليل الإحصائي، لاستخلاص وعرض نتائج الدراسة.

وقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج تتمثل في الآتي:

- ١- جاء المتوسط العام لمستوي أهمية وثقة الزراع المبحوثين في المواد والبرامج الإذاعية المدروسة بمستوي أهمية وثقة ضعيف بلغ (٠,٦١ و ٠,٦٣) على الترتيب.
- ٢- جاء المتوسط العام لمستوي أهمية وثقة الزراع المبحوثين في المواد والبرامج التليفزيونية بمستوي أهمية وثقة ضعيف بلغ (١,٧٥ و ١,٦) على الترتيب.
- ٣- جاء المتوسط العام لمستوي أهمية وثقة الزراع المبحوثين في المواد الإرشادية المطبوعة بمستوي أهمية وثقة ضعيف بلغ (١,٧٧ و ١,٦) على الترتيب.
- ٤- جاء المتوسط العام لمستوي أهمية وثقة الزراع المبحوثين في البرامج والأنشطة الإرشادية المدروسة بمستوي متوسط بلغ (٢,٦٦ و ٢,٥٥) على الترتيب.
- ٥- جاء المتوسط العام لمستوي أهمية وثقة الزراع المبحوثين في المصادر الشخصية المدروسة بمستوي متوسط بلغ (٣,٠٣ و ٣,٠) على الترتيب.
- ٦- أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق معنوية عند مستوي (٠,٠١) بين مصادر المعلومات المدروسة وفقاً لمستوي ثقة الزراع المبحوثين في تلك المصادر، وجاءت الفروق لصالح كل من المصادر الشخصية والبرامج والأنشطة الإرشادية والمواد المطبوعة والبرامج التليفزيونية والبرامج الإذاعية على الترتيب.

الزراعي ألا وهو مساعدة الزراع للتعرف على مشكلاتهم والعمل على إيجاد الحلول المناسبة لها (Hill.,2012, pp.3-6).

وعلى الرغم من أن نتائج الأبحاث والتطبيقات التي تقوم بها الجامعة أو مراكز البحوث الزراعية في مجال إنتاج وتسويق الحاصلات الزراعية تقدم نتائجها للزراعي في صورة معلومات أو توصيات أو أساليب جديدة (الخالدي، ٢٠٠٤، ص ٢٢). إلا أن هذه التقنيات الحديثة التي يتم ابتكارها عبر هذه الجهات لا تستطيع الفئة المستهدفة استيعابها بسهولة، مما يستلزم وجود حلقات اتصال مؤهلة تكون لديها القدرات العلمية والفنية لإعادة صياغة تلك التوصيات بلغة يفهمها المزارعين ويصبحوا قادرين على استيعابها وتطبيقها في مزارعهم وهذه الحلقات يطلق عليها مصطلح مصادر المعلومات الزراعي (الحوال وأخرون، ٢٠٠٧، ص ٥٨٣٨) نقلاً عن (اندراس، ١٩٩٥).

إلا أنه قد لوحظ في السنوات الأخيرة أن دور الإرشاد الزراعي بدأ يتآكل كمصدر للمعلومات بعد أن احتلت وسائل الاتصال الحديثة كالانترنت والمحمول وشبكات التواصل الاجتماعي الصدارة في إمداد الزراع بما يلزمهم من معلومات في شتى المجالات الزراعية، إلا أن العديد من وكالات التنمية الدولية انتقدت هذا الوضع وأكدت على أهمية تغيير دور الإرشاد الزراعي لكي يواكب الظروف الجديدة بان يقوم بدور الوسيط أو الميسر من أجل استفادة الزراع من المعلومات المختلفة وتبسيطها والتأكيد على مدي صحتها من عدمه (Soyemi, 2014, pp. 40-41).

وينتقد قبول الجمهور للمعلومات الجديدة على مدي تفتهم في مصدر تلك المعلومة، وعلى النظام الاجتماعي السائد والأنماط السلوكية، ومستويات التعليم، وإذا لم تتوافر هذه الثقة يقلل ذلك من احتمال قبول الأفكار الجديدة (Gruber, 2000, PP. 19-25).

وعلى الرغم من ثورة المعلومات التي يشهدها هذا العصر إلا أنه يلاحظ وخاصة في المجتمعات النامية تداول كثير من المعلومات الخاطئة

المقدمة والمشكلة البحثية

تشكل المعلومات والمعارف بصفه عامة فكر الإنسان المعاصر ومستوي تحضره ومواكبته للتغيرات العصرية التي يشهدها هذا العصر، ونظراً للتحديات الراهنة التي يواجهها إنسان هذا العصر، فقد حظي مفهوم نظم المعلومات اهتماماً متزايداً وملحوظاً في مختلف مجالات الحياة العصرية سواء كان على المستوي الفردي أو الجماعي أو المؤسسي (الهزايمة، ٢٠٠٩، ص ٣٨١).

وتلعب المعلومات دوراً هاماً في عملية اتخاذ القرارات بتجسد هذا الدور في التقليل من درجة الاعتماد على التخمين والتجربة وتركز على الأساليب المنطقية والعقلية، إلا أنه لا يمكن الاستفادة من هذه المعلومات إلا إذا توفر فيها عدة عناصر كالدقة، الحداثة، المصداقية، الإتاحة، المواءمة لاحتياجات المستهدفين والموازنة بين التكلفة ودرجة الاستفادة من المعلومة (العنبي، ٢٠٠٤، ص ٤؛ Kennerley & Mason, 2008, pp.3-5).

وبما أن الإرشاد الزراعي واحد من أهم مداخل التنمية الريفية بشكل عام والتنمية الزراعية بصفة خاصة، فإن الجهود التعليمية التي يقوم بها الجهاز الإرشادي تهدف في المقام الأول إلى مساعدة الزراع على تحقيق أكبر عائد اقتصادي من خلال رفع كفاءة الأنشطة والخدمات الزراعية المقدمة إليه (Rivera et al.,1989, pp.140-147).

ونظراً لأن إنتاج وتسويق الحاصلات الزراعية تعد من أهم المجالات التي تساعد على تحسين وزيادة العوائد المزرعية، لذا نجد أن غالبية الدول المتقدمة اهتمت بتحسين سلوك الزراع في البحث عن المعلومات في تلك المجالات وذلك من خلال المرشدين الزراعيين وأخصائيي المواد الإرشادية باستخدام العديد من الطرق الإرشادية بكافة أشكالها المختلفة، بما يتفق في النهاية مع الهدف الرئيسي للإرشاد

والبرامج التليفزيونية، المواد المطبوعة، البرامج والأنشطة الإرشادية الزراعية، المصادر الشخصية عند اتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق لمحصولي الطماطم والذرة الشامية.

هـ- بيانات تتعلق بنوعية المشكلات التي تؤثر على اتخاذ القرارات المتعلقة بإنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية من وجهة نظر الزراع المبحوثين .

٥- الاختبار المبني لأداة جمع البيانات Pre-Test:

تم إجراء اختبار مبدئي لأداة جمع البيانات بغرض التأكد من صلاحية الأداة وذلك من خلال تطبيقها على عينة مكونة من (٢٠) مبحوثاً، وقد نتج عن ذلك تعديل صياغة بعض الأسئلة بما يتلاءم مع ما أسفر عنه الاختبار المبني من نتائج وملاحظات حتى أصبحت الاستمارة في صورتها النهائية صالحة كأداة لجمع البيانات الميدانية بما يتمشى مع تحقيق أهداف الدراسة.

٦- المعالجة الكمية للبيانات:

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

أ - مصادر الحصول على المعلومات الزراعية في مجال إنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية.

تم قياس درجة اعتماد الزراع المبحوثين على المصادر التي يستمدوا منها معلوماتهم الزراعية والبالغ عددها (١٠) مصادر من خلال إعطاء المبحوث الدرجات التالية (١،٢،٣،٤) للاستجابة (دائماً، أحياناً، نادراً، لا) على الترتيب.

ب- الاحتياجات الإرشادية للزراع المبحوثين في مجال إنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية.

تم قياس درجة الاحتياج الإرشادي للزراع المبحوثين في مجال إنتاج وتسويق المحصولين المدروسين والبالغ عددها (١١) مجال فرعي من خلال إعطاء المبحوث الدرجات التالية (١،٢،٣) للاستجابة (عالي، متوسط، ضعيف) على الترتيب .

ج- مستوى أهمية وثقة الزراع المبحوثين في المواد والبرامج الإذاعية.

تم قياس مستوى أهمية وثقة الزراع المبحوثين في المواد والبرامج الإذاعية لعمليات اتخاذ قرارات إنتاج وتسويق المحصولين المدروسين والبالغ عددها (٦) مواد وذلك من خلال إعطاء المبحوث الدرجات التالية (١،٢،٣،٤،٥) للاستجابة (هام تماماً، هام جداً، هام لحد ما، غير هام) على الترتيب، كما تم قياس مستوى ثقة الزراع المبحوثين في المواد والبرامج الإذاعية بإعطاء المبحوث الدرجات (١،٢،٣،٤،٥) للاستجابة (أثق تماماً، أثق جداً، أثق، أثق لحد ما، لا أثق) على الترتيب .

د- مستوى أهمية وثقة الزراع المبحوثين في المواد والبرامج التليفزيونية.

تم قياس مستوى أهمية وثقة الزراع المبحوثين في المواد والبرامج التليفزيونية لعمليات اتخاذ قرارات إنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية والبالغ عددها (٦) مواد وذلك من خلال إعطاء المبحوث الدرجات التالية (١،٢،٣،٤،٥) للاستجابة (هام تماماً، هام جداً، هام لحد ما، غير هام) على الترتيب، كما تم قياس مستوى ثقة الزراع المبحوثين في المواد والبرامج التليفزيونية بإعطاء المبحوث الدرجات (١،٢،٣،٤،٥) للاستجابة (أثق تماماً، أثق جداً، أثق، أثق لحد ما، لا أثق) على الترتيب.

هـ- مستوى أهمية وثقة الزراع المبحوثين في المواد المطبوعة.

تم قياس مستوى أهمية وثقة الزراع المبحوثين في المواد المطبوعة لعمليات اتخاذ قرارات إنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية والبالغ عددها (٩) مواد وذلك من خلال إعطاء المبحوث الدرجات التالية (١،٢،٣،٤،٥) للاستجابة (هام تماماً، هام جداً، هام لحد ما، غير هام) على الترتيب، كما تم قياس مستوى ثقة الزراع المبحوثين في المواد المطبوعة بإعطاء المبحوث الدرجات (١،٢،٣،٤،٥) للاستجابة (أثق تماماً، أثق جداً، أثق، أثق لحد ما، لا أثق) على الترتيب .

و- مستوى أهمية وثقة الزراع المبحوثين في البرامج والأنشطة الإرشادية

تم قياس مستوى أهمية وثقة الزراع المبحوثين في البرامج والأنشطة الإرشادية لعمليات اتخاذ قرارات إنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية والبالغ عددها (٨) مواد وذلك من خلال إعطاء المبحوث الدرجات التالية (١،٢،٣،٤،٥) للاستجابة (هام تماماً، هام جداً،

بين الأوساط الزراعية نتيجة تعدد مصادر المعلومات غير الرسمية كالأفرط في استخدام المبيدات والأسمدة الزراعية بهدف تحسين الإنتاج وغيرها من هذه المعلومات التي تؤثر بالطبع على الإنتاجية الزراعية فيما بعد والتي بدورها تؤدي في النهاية إلى انخفاض العائد الاقتصادي مما يكون له مردود سلبي على القطاع الزراعي بشكل خاص والاقتصاد القومي بشكل عام ، والسبب في هذا كله هو الحصول على معلومات من مصادر غير مؤهلة لتوصيل المعلومة كالأسواق وتجار المبيدات والتقوي ، كبار المصدرين والأصدقاء... الخ كما أوضحت دراسة كل من (قاسم، ٢٠٠٨؛ فايد، ٢٠٠٨؛ الصاوي، ورمضان، ٢٠٠٩).

كما يجب أن نضع في الاعتبار أن المعلومات التي يعتمد عليها في عملية صنع القرار لا بد وان تكون منبثقة من خلال نظام معلوماتي مبني على أسس علمية ويجري تحضيرها عن طريق استخدام هذا النظام والتعامل مع مخرجاته من قبل أناس مختصين.

لذا سعت هذه الدراسة إلي التعرف على دور مصادر المعلومات الزراعية في اتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق بالنسبة لمحصولي الطماطم والذرة الشامية وذلك من خلال قياسها من زاويتين رئيسيتين ألا وهي مستوي أهمية وثقة الزراع في تلك المصادر.

أهداف الدراسة

اتساقاً مع مشكلة الدراسة يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في التعرف على دور مصادر المعلومات الزراعية في اتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق بالنسبة لمحصولي الطماطم والذرة الشامية وذلك من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

أولاً: التعرف على الخصائص الشخصية والاجتماعية للزراع المبحوثين أفراد العينة.

ثانياً: التعرف على مستوى اعتماد وتفضيل المبحوثين لمصادر المعلومات المتعلقة بعملية إنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث.

ثالثاً: التعرف على الاحتياجات الإرشادية للزراع المبحوثين في مجال إنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث.

رابعاً: التعرف على مستوى أهمية وثقة الزراع المبحوثين في مصادر المعلومات المدروسة.

خامساً: تحديد الفروق بين مصادر المعلومات المدروسة وفقاً لمستوي ثقة المبحوثين فيها عند اتخاذ قرارات إنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث.

سادساً: التعرف على المشكلات التي تؤثر على اتخاذ قرارات إنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث.

الطريقة البحثية

١-المجال الجغرافي :

تم إجراء هذه الدراسة بمركزين بمحافظة قنا هما الوقف وقفت حيث يعد هذان المركزان من اكبر المراكز لزراعة محصولي الطماطم والذرة الشامية.

٢-المجال البشري :

تم اختيار عينة عمدية من زراع الطماطم والذرة الشامية بلغ قوامها (١٥٢) مزارعاً بنسبة (٣٥%) من إجمالي شاملة الزراع.

٣-المجال الزمني :

تم جمع بيانات هذه الدراسة خلال الفترة من سبتمبر إلي ديسمبر ٢٠١٥ باستخدام الاستبيان بالمقابلة الشخصية.

٤-أداة جمع البيانات :

للحصول على بيانات هذه الدراسة تم تصميم استمارة استبيان لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة من الزراع المبحوثين تتماشى بنودها وتحقيق الأهداف البحثية وقد اشتملت استمارة الاستبيان على:

أ- بيانات تتعلق بالخصائص الشخصية والاجتماعية للزراع المبحوثين أفراد العينة.

ب- بيانات تتعلق بمصادر المعلومات التي يستمد منها الزراع المبحوثين معلوماتهم المتعلقة بإنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية، ودرجة تفضيلهم لتلك المصادر.

ج- بيانات تتعلق بالاحتياجات الإرشادية للزراع المبحوثين بالنسبة لمجال إنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية .

د- بيانات تتعلق بمستوي أهمية وثقة الزراع المبحوثين في مصادر المعلومات الخمس المدروسة وهي المواد والبرامج الإذاعية ، المواد

لتحقيق الهدف البحثي الخامس، تم صياغة الفرض النظري التالي:
توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مصادر المعلومات الخمس المدروسة وهي المواد والبرامج الإذاعية، المواد والبرامج التليفزيونية، المواد المطبوعة، البرامج والأنشطة الإرشادية الزراعية، المصادر الشخصية وفقاً لمستوى ثقة الزراع المبحوثين فيها عند اتخاذ القرارات المتعلقة بإنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث.

٨- أدوات التحليل الإحصائي:
تم استخدام التكرارات والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، واختبار (f)، واختبار أقل فرق معنوي (LSD) كأدوات للتحليل الإحصائي واستخلاص نتائج الدراسة.

النتائج ومناقشتها

أولاً: الخصائص الشخصية والاجتماعية للزراع المبحوثين :
توضح النتائج الواردة بجدول (١) بعض الخصائص الشخصية والاجتماعية للزراع المبحوثين، ومن هذا الجدول يتضح أن (٦٩,٧%) من المبحوثين كانت أعمارهم تتراوح ما بين (٤٠ - ٧٠ سنة)، وحوالي (٣٢,٣%) من المبحوثين حاصلون على دبلوم المدارس الثانوية، و (٤١,٥%) من المبحوثين لا يجيدون القراءة والكتابة، بينما (٧٢,٣%) من المبحوثين كان حجم حيازتهم (أقل من ٤٠ قيراط).
كما تشير نتائج نفس الجدول أن ما يقرب من ثلثي المبحوثين بنسبة (٦١,٨%) كانت المساحة المزروعة بالمحاصيل المدروسة (أقل من ٢٠ قيراط)، كما جاءت المشاركة في الأنشطة الإرشادية، والقوافل الإرشادية بنسبة بلغت (٦٠,٥% و ١٤,٥%) على الترتيب، وأن (٤٩,٣%) من المبحوثين يمتلكون جهاز كمبيوتر بالمنزل، كما أظهرت النتائج أن (٣٤,٢%) من المبحوثين أعضاء في الجمعيات التعاونية.

جدول (١) توزيع الزراع المبحوثين وفقاً للخصائص الشخصية وفقاً لبعض الخصائص الاجتماعية المدروسة

الخصائص الشخصية والاجتماعية المدروسة:	العدد	النسبة (%) (n = 102)
١- السن:		
٢٠ - ٤٠	٣٨	٢٥,٠
٤٠ - ٧٠	١٠٦	٦٩,٧
٧٠ فأكثر	٨	٥,٣
٢- مستوى التعليم:		
- امي	٦٣	٤١,٥
- يقرأ ويكتب	٢٠	١٣,١
- تعليم متوسط	٤٩	٣٢,٣
- تعليم عالي	٢٠	١٣,١
٣- متوسط الدخل الشهري:		
١٥٠٠ - ٣٠٠٠	٣٩	٢٥,٦
٣٠٠٠ - ١٥٠٠٠	٥٧	٣٧,٥
٣٠٠٠ فأكثر	٢٨	١٨,٤
٤- حجم الحيازة الزراعية:		
صفر - ٤٠ قيراط	١١٠	٧٢,٣
٤٠ - ٨٠ قيراط	٣٤	٢٢,٣
٨٠ قيراط فأكثر	٨	٥,٤
٥- حجم المساحة المزروعة بالمحصول:		
أقل من ٢٠ قيراط	٩٤	٦١,٨
٢٠ - ٤٠ قيراط	٥٢	٣٤,٢
٤٠ قيراط فأكثر	٦	٣,٩
٦- المشاركة في الأنشطة الإرشادية:	٩٢	٦,٥
٧- المشاركة في القوافل الإرشادية الجامعية:	٢٢	١٤,٥
٨- عضوية الجمعيات التعاونية:	٥٢	٣٤,٢
٩- امتلاك جهاز كمبيوتر:	٧٥	٤٩,٣
١٠- وجود وصلة نت في المنزل:	٤٦	٣٠,٣

يعرض جدول (٢) أهم المصادر التي يعتمد عليها الزراع المبحوثين عند اتخاذ القرارات المتعلقة بإنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية، حيث جاءت الخبرة الشخصية، وأصحاب محلات النقاي والمبيدات، والمرشدين الزراعيين في المراتب الثلاث الأولى بنسبة بلغت (٨٢,٢% و ٨١,٩% و ٧٩,٤%) على الترتيب، في حين جاء كل من

هام، هام لحد ما، غير هام) على الترتيب، كما تم قياس مستوى ثقة الزراع المبحوثين في البرامج والأنشطة الإرشادية بإعطاء المبحوث الدرجات (١,٢,٣,٤,٥) للاستجابة (أثق تماماً، أثق جداً، أثق، أثق لحد ما، لا أثق) على الترتيب.

ح- مستوى أهمية وثقة الزراع المبحوثين في المصادر الشخصية
تم قياس مستوى أهمية وثقة الزراع المبحوثين في المصادر الشخصية لعمليات اتخاذ قرارات إنتاج وتسويق المحصولين المدروسين والبالغ عددها (٨) مواد وذلك من خلال إعطاء المبحوث الدرجات التالية (١,٢,٣,٤,٥) للاستجابة (هام تماماً، هام جداً، هام، هام لحد ما، غير هام) على الترتيب، كما تم قياس مستوى ثقة الزراع المبحوثين في المصادر الشخصية بإعطاء المبحوث الدرجات (١,٢,٣,٤,٥) للاستجابة (أثق تماماً، أثق جداً، أثق، أثق لحد ما، لا أثق) على الترتيب.

ط- درجة تأثير المشكلات الإنتاجية والتسويقية على اتخاذ القرارات
تم قياس درجة تأثير المشكلات الإنتاجية والتسويقية على اتخاذ القرارات والبالغ عددها (١٤) مشكلة من خلال إعطاء المبحوث الدرجات التالية (١,٢,٣,٤) للاستجابة (عالي، متوسط، ضعيف، لا توجد) على الترتيب.

- تم حساب الوزن النسبي لدرجة اعتماد الزراع المبحوثين على مصادر المعلومات، درجة الاحتياج الإرشادي في مجالي إنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية، درجة تأثير المشكلات الإنتاجية والتسويقية على اتخاذ القرارات من خلال المعادلة التالية

عدد المبحوثين في كل فئة × الوزن النسبي المقابل لكل فئة

$$100 \times \frac{\text{إجمالي عدد المبحوثين} \times \text{أكبر وزن}}{\text{مجموع القيم}}$$

- كما تم تقسيم مستوى أهمية وثقة الزراع المبحوثين في المصادر الخمس المدروسة وفقاً للمدى النظري إلي ثلاث فئات هي: ضعيف (٢,٣٣-١)، ومتوسط (٢,٦٧-٣,٣٤)، وعالي (٣,٦٨-٥).

٧- الفروض النظرية:

١- توزيع الزراع المبحوثين وفقاً للخصائص الشخصية وفقاً لبعض الخصائص الاجتماعية المدروسة:

ثانياً: مصادر المعلومات الزراعية ومستوى تفضيل الزراع المبحوثين لتلك المصادر.

١- درجة اعتماد الزراع المبحوثين على مصادر المعلومات المدروسة عند اتخاذ قرارات إنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث

الذي يتطلب قيام المسؤولين بالجهاز الإرشادي الزراعي بتأهيل تلك الفئة وإشراكهم في العمل الإرشادي الزراعي ومحاولة صقل مهاراتهم ومعارفهم في شتى المجالات الزراعية خاصة مجالي إنتاج وتسويق الحاصلات الزراعية.

جدول (٢) توزيع الزراع المبحوثين وفقا لدرجة اعتمادهم علي المصادر المدروسة عند اتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق لمحصولي الطماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث

المرتبة	الوزن النسبي	درجة الاعتماد علي المصدر (ن=١٥٢)							
		لا	نادرا	أحيانا	دائما	عدد	النسبة %		
١	٨٢,٢	١٣,٢	٢٠	٩,٢	١٤	١٣,٢	٢٠	٦٤,٥	٩٨
٢	٨١,٩	١٤,٥	٢٢	٥,٣	٨	١٨,٤	٢٨	٦١,٨	٩٤
٣	٧٩,٤	١٠,٥	١٦	١١,٨	١٨	٢٧,٠	٤١	٥٠,٧	٧٧
٤	٧٨,٩	١٤,٥	٢٢	١٣,٨	٢١	١٣,٢	٢٠	٥٨,٦	٨٩
٥	٧٦,٩	١٣,٢	٢٠	١٨,٤	٢٨	١٥,٨	٢٤	٥٢,٦	٨٠
٦	٧٦,٨	١٠,٥	١٦	١٤,٥	٢٢	٣٢,٢	٤٩	٤٢,٨	٦٥
٧	٦٨,٧	١٧,١	٢٦	٢١,٧	٣٣	٣٠,٣	٤٦	٣٠,٩	٤٧
٨	٥٦,٤	٢١,٧	٣٣	٣٩,٥	٦٠	٣٠,٣	٤٦	٨,٦	١٣
٩	٥٥,٩	٢٢,٤	٣٤	٤٠,١	٦١	٢٨,٩	٤٤	٨,٦	١٣
١٠	٥٥,٩	٢٧,٠	٤١	٣٤,٢	٥٢	٢٧,٠	٤١	١١,٨	١٨

المصدر: استمارات الاستبيان .

٢- مستوى تفضيل مصادر المعلومات الزراعية المدروسة :

أ- مستوى تفضيل الزراع المبحوثين لمصادر المعلومات الزراعية عند إجراء العمليات الإنتاجية .

يوضح جدول (٣) النتائج المتعلقة بمستوي تفضيل الزراع المبحوثين لمصادر المعلومات التي يعتمدوا عليها في الحصول علي معلوماتهم الزراعية، حيث جاءت المصادر الشخصية، والتلفزيون، والبرامج الإذاعية في مقدمة المصادر التي يعتمد عليها الزراع المبحوثين للحصول علي معلوماتهم الزراعية بنسبة بلغت (٧٥,٣%) و (٢,٢%) و (٩,٥%) علي الترتيب.

ب- مستوى تفضيل الزراع المبحوثين لمصادر المعلومات الزراعية عند إجراء العمليات التسويقية .

يتناول جدول (٣) أهم النتائج المتعلقة بمستوي تفضيل الزراع

جدول (٣) توزيع الزراع المبحوثين وفقاً لمستوي تفضيلهم لمصادر المعلومات الزراعية المدروسة

المرتبة	الإذاعة		التلفزيون		المطبوعات		الإنترنت		الأنشطة الإرشادية		المصادر الشخصية	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
١	٢١	١٣,٨	٤٨	٣١,٥	٣	١,٩	٨	٥,٢	١٣	٨,٥٥	١١٦	٧٦,٣
٢	٢٦	١٧,١	٥٠	٣٢,٨	١٨	١١,٨	٦	٣,٩	١٤	٩,٢	٩٠	٥٩,٢
٣	١٤	٩,٢	٣٢	٢١,٠	١٣	٨,٥	٧	٤,٦	١٥	٩,٨	١١٧	٧٦,٩
٤	١٥	٩,٨	٢٧	١٧,٧	٩	٥,٩	٦	٣,٩	١٦	١٠,٥	١٢١	٧٩,٦
٥	١٤	٩,٢	٣٣	٢١,٧	٨	٥,٢	٥	٣,٢	١٤	٩,٢	١٢٠	٧٨,٩
٦	١٢	٧,٨	٣١	٢٠,٣	٧	٤,٦	٥	٣,٢	١٤	٩,٢	١٢٣	٨٠,٩
		٩,٥%		٢٤,٢%		٦,٣%		٤,٠%		٩,٤%		٧٥,٣%
ب- العمليات التسويقية :												
١	٩	٥,٩	٣٦	٢٣,٦	٤	٢,٦	٤	٢,٦	١٦	١٠,٥	١١٧	٧٦,٩
٢	٨	٥,٢	٣٣	٢١,٧	٨	٥,٢	٤	٢,٦	١٥	٩,٨	١١٤	٧٥,٠
٣	٧	٤,٦	٣٦	٢٣,٦	٩	٥,٩	٥	٣,٢	١٤	٩,٢	١١٧	٧٦,٩
٤	٦	٣,٩	٢٥	١٦,٤	١٣	٨,٥	٦	٣,٩	١٤	٩,٢	١١٨	٧٧,٦
٥	٦	٣,٩	٢٨	١٨,٤	٦	٣,٩	٥	٣,٢	١٥	٩,٨	١١٨	٧٧,٦
		٤,٧%		٢٠,٧%		٥,٢%		٣,١%		٩,٧%		٧٦,٨%

المصدر : استمارات الاستبيان .

ب- الاحتياجات الإرشادية في مجال تسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث:

أظهرت النتائج الواردة بجدول (٤) أن الاحتياجات الإرشادية لإجراء عمليات الفرز والتدريج والتعبئة، وإجراء العمليات التسويقية جاءت في المراتب الأولى بمستوى عالي بنسبة بلغت (٨٠,١% و ٧٦%) علي الترتيب، بينما جاءت كل من زيادة الربحية وتقليل المخاطرة، وإجراءات التخزين السليمة للمحاصيل في المراتب الأخيرة بمستوى عالي بنسبة بلغت (٧٤,٣% و ٧٤,١%) علي الترتيب.

ثالثاً: الاحتياجات الإرشادية للزراع في مجال إنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث:

يعرض جدول (٤) أهم النتائج المتعلقة بدرجة الاحتياج الإرشادي للزراع المبحوثين في مجال إنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية ومن هذا الجدول يتضح أن :

أ- الاحتياجات الإرشادية في مجال إنتاج محصولي الطماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث:

أوضحت النتائج الواردة بجدول (٤) أن الاحتياجات الإرشادية لكل من طرق اختيار المحصول المناسب للتسويق والتصدير، واختيار الأصناف الجيدة من التقاوي المعتمدة جاءت في المراتب الأولى بنسبة بلغت (٨٦,٦% و ٨٢,٨%) علي الترتيب، بينما جاء كل من معاد الزراعة المناسب، وطرق الجمع والحصاد السليمة في المراتب الأخيرة بنسبة بلغت (٨٠,٤% و ٧٩,٦%) علي الترتيب.

جدول (٤): توزيع الزراع المبحوثين وفقاً للاحتياجات الإرشادية في مجال إنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث
درجة الاحتياج الإرشادي (ن=١٥٢)

الترتيب	الوزن النسبي	ضعيف		متوسط		عالي		المصادر المدروسة
		%	عدد	%	عدد	%	عدد	
١	٨٦,٦	٩,٩	١٥	٢٠,٤	٣١	٦٩,٧	١٠٦	أ- العمليات الإنتاجية: - اختيار المحصول المناسب . - ميعاد الزراعة المناسب . - مصدر التقاوي واختيار الصنف . - نوع التسميد ومعدلاته . - مكافحة الكيماوية (أفات - أمراض) . - طرق الجمع والحصاد السليمة . المتوسط العام (%)
٥	٨٠,٤	٩,٩	١٥	٣٨,٨	٥٩	٥١,٣	٧٨	ب- العمليات التسويقية: - عمليات الفرز والتدريج والتعبئة . - مواصفات المنتج الصالح للتصدير . - إجراءات عمليات التسويق . - عمليات تخزين المحصول . - زيادة الربحية وتقليل المخاطرة . المتوسط العام (%)
٢	٨٢,٨	١٢,٥	١٩	٢٦,٣	٤٠	٦١,٢	٩٣	المصدر: استمارات الاستبيان .
٤	٨١,٥	١٧,١	٢٦	٢١,١	٣٢	٦١,٨	٩٤	
٣	٨٢,٦	١٣,٢	٢٠	٢٥,٧	٣٩	٦١,٢	٩٣	
٦	٧٩,٦	١٨,٤	٢٨	٢٤,٣	٣٧	٥٧,٢	٨٧	
	٨٢,٣	%١٣,٥		%٢٦,١		%٦٠,٤		
١	٨٠,٧	١٤,٥	٢٢	٢٨,٩	٤٤	٥٦,٥	٨٦	
٣	٧٤,٧	١٧,٨	٢٧	٤٠,١	٦١	٤٢,١	٦٤	
٢	٧٦,٠	١٨,٤	٢٨	٣٤,٩	٥٣	٤٦,٧	٧١	
٥	٧٤,١	٢١,١	٣٢	٣٥,٥	٥٤	٤٣,٤	٦٦	
٤	٧٤,٣	٢١,٧	٣٣	٣٣,٦	٥١	٤٤,٧	٦٨	
	%٧٦,٠	%١٨,٧		%٣٤,٦		%٤٦,٧		

رابعاً : مستوي الأهمية والثقة لمصادر المعلومات المدروسة :

١- المواد والبرامج الإذاعية :
أ- مستوي أهمية المواد والبرامج الإذاعية :
يعرض جدول (٥) أهم النتائج المتعلقة بمستوي أهمية المواد والبرامج الإذاعية المدروسة من وجهة نظر الزراع المبحوثين عند اتخاذ القرارات المتعلقة بإنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية، ومن هذا الجدول يتضح أن الإعلانات وبرامج الخدمات الإرشادية جاءت في المراتب الأولى بمتوسط حسابي قدره (٠,٦٧ و ٠,٦٨) علي الترتيب، بينما جاء كل من برامج المعلومات المالية، وبرامج المعلومات الإنتاجية من الشركات الزراعية في المراتب الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (٠,٥٥ و ٠,٥٢) علي الترتيب.
ب- مستوي الثقة في المواد والبرامج الإذاعية .
أوضحت النتائج الواردة بجدول (٥) أن الإعلانات، وتقارير

جدول (٥): توزيع الزراع المبحوثين وفقاً لمستوي الأهمية والثقة في المواد والبرامج الإذاعية المدروسة عند اتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق لمحصولي الطماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث

الترتيب	مستوي الثقة		مستوي الأهمية		المتوسط الحسابي	المواد والبرامج الإذاعية المدروسة
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الترتيب	الانحراف المعياري		
١	١,٢٥	٠,٧	١	١,٢٥	٠,٦٨	- الإعلانات التلفزيونية . - تقارير وأخبار أسعار السوق الحالية . - تقارير وأخبار السوق المستقبلية . - برامج الخدمات الإرشادية . - المعلومات المالية للشركات الزراعية . - المعلومات الإنتاجية للشركات الزراعية . المتوسط العام
٣	١,٢٦	٠,٧	٣	١,٢٥	٠,٦٦	المصدر: استمارات الاستبيان .
٣	١,١٥	٠,٦٢	٤	١,١٦	٠,٦١	
٦	١,٠٥	٠,٥٨	٢	١,٢٩	٠,٦٧	
٤	١,١٥	٠,٦١	٥	١,٠	٠,٥٥	
٥	١,٠٥	٠,٥٩	٦	٠,٩٧	٠,٥٢	
	١,١٥	٠,٦٣		١,١٥	٠,٦١	

المصدر: استمارات الاستبيان .

٢- المواد والبرامج التلفزيونية :
أ- مستوي أهمية المواد والبرامج التلفزيونية .
يتناول جدول (٦) النتائج المتعلقة بمستوي أهمية المواد والبرامج التلفزيونية المدروسة من وجهة نظر المبحوثين عند اتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق لمحصولي الطماطم والذرة الشامية، ومن هذا الجدول يتبين أن الإعلانات، وتقارير وأخبار السوق الحالية جاءت في المراتب الأولى من حيث مستوي الأهمية بمتوسط حسابي بلغ (١,٠٨ و ١,٩٤) علي الترتيب، بينما جاءت كل من برامج المعلومات المالية، وبرامج المعلومات الإنتاجية من الشركات الزراعية في المراتب الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (١,٦٥ و ١,٦٥) علي الترتيب.
ب- مستوي الثقة في المواد والبرامج التلفزيونية .
أوضحت النتائج الواردة بجدول (٦) أن الإعلانات التلفزيونية،

وتقارير السوق الحالية جاءت في المراتب الأولى من حيث مستوي ثقة المبحوثين فيها بمتوسط حسابي قدره (١,٧٣ و ١,٧١) علي الترتيب، بينما جاءت كل من برامج المعلومات الإنتاجية، وبرامج المعلومات المالية من الشركات الزراعية في المراتب الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (١,٥٤ و ١,٥) علي الترتيب.
بصفة عامة جاء المتوسط العام لمستوي الأهمية والثقة في المواد والبرامج التلفزيونية المدروسة من وجهة نظر المبحوثين بمستوي ضعيف وذلك بمتوسط حسابي بلغ (١,٧٥ و ١,٦) علي الترتيب، الأمر الذي يتطلب ضرورة رفع ثقة الزراع المبحوثين في المواد والبرامج التلفزيونية حتي يمكن الاستفادة من هذا المصدر المعلوماتي الهام في تقديم وتكثيف البرامج الإرشادية التي يمكن بثها من خلاله لمساعدة الزراع علي اتخاذ القرارات الإنتاجية والتسويقية السليمة.

جدول (٦) : توزيع الزراع المبحوثين وفقا لمستوي الأهمية والثقة في المواد والبرامج التليفزيونية المدروسة عند اتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق لمحصولي الطماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث

مستوي الثقة			مستوي الأهمية			المواد والبرامج التليفزيونية
الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
١	١,٥٥	١,٧٣	١	١,٧٢	١,٩٤	- الإعلانات الزراعية .
٢	١,٥٤	١,٧١	٢	١,٦	١,٨	- تقارير وأخبار أسعار السوق الحالية .
٣	١,٤٣	١,٥٨	٣	١,٥٧	١,٧٨	- تقارير وأخبار أسعار السوق المستقبلية .
٤	١,٣٨	١,٥٥	٤	١,٥٦	١,٧٦	- برامج الخدمات الإرشادية الزراعية .
٦	١,٣٣	١,٥٠	٥	١,٤٨	١,٦٩	- برامج المعلومات المالية من الشركات الزراعية
٥	١,٤٢	١,٥٤	٦	١,٤٤	١,٦٥	- برامج المعلومات الإنتاجية من الشركات الزراعية
	١,٤٤	١,٦		١,٥٦	١,٧٧	المتوسط العام

المصدر: استمارات الاستبيان .

٣- المواد الإرشادية المطبوعة .
أ- مستوي أهمية المواد الإرشادية المطبوعة .
يشير جدول (٧) إلي النتائج المتعلقة بمستوي أهمية المواد المطبوعة المدروسة من وجهة نظر الزراع المبحوثين، ومن هذا الجدول يتضح أن الصحف المحلية، الملتصقات الزراعية والمجلة الزراعية جاءت في المراتب الثلاث الأولى بمتوسط حسابي بلغ (١,٨٨) و (١,٨٦) و (١,٨١) علي الترتيب، بينما جاءت مجلة التعاون الزراعي، والجرائد الخاصة في المراتب الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (١,٧٣) و (١,٥٤) علي الترتيب.

ب- مستوي الثقة في المواد الإرشادية المطبوعة .
أظهرت النتائج الواردة بجدول (٧) أن الصحف المحلية، والنشرات الإرشادية جاءت في المراتب الأولى من حيث مستوي ثقة

جدول (٧) : توزيع الزراع المبحوثين وفقا لمستوي الأهمية والثقة في المواد الإرشادية المطبوعة المدروسة عند اتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق لمحصولي الطماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث

مستوي الثقة			مستوي الأهمية			المواد الإرشادية المطبوعة
الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
١	١,١٥	١,٨٤	١	١,٢٤	١,٨٨	- الصحف المحلية .
٣	١,٠٧	١,٧٨	٥	١,٠٩	١,٧٨	- الصحف القومية .
٧	١,٠٥	١,٧٣	٩	٠,٨٧	١,٥٤	- الصحف الخاصة .
٤	١,٠٥	١,٧٧	٥	١,١	١,٧٨	- المطبوعات الإرشادية .
٩	٠,٩٢	١,٦٥	٨	١,٠٤	١,٧٣	- مجلة التعاون الزراعي .
٥	١,١٣	١,٧٦	٣	١,١٣	١,٨١	- المجلة الزراعية .
٨	١,٠٧	١,٧٠	٥	١,١٥	١,٧٨	- مجلات الشركات الزراعية .
٦	١,١٦	١,٧٥	٢	١,٢٣	١,٨٦	- الملتصقات لزرعية .
٢	١,١٨	١,٨١	٤	١,١٦	١,٧٩	- النشرات الإرشادية .
	١,٠٨	١,٧٥		١,١١	١,٧٧	المتوسط العام

المصدر: استمارات الاستبيان.

٤- البرامج والأنشطة الإرشادية:
أ- مستوي أهمية البرامج والأنشطة الإرشادية .
يوضح جدول (٨) النتائج المتعلقة بمستوي أهمية البرامج والأنشطة الإرشادية المدروسة من وجهة نظر المبحوثين، ومن هذا الجدول يتبين أن الاجتماعات المقامة من قبل كل من المرشدين الزراعيين، وأخصائي المواد الإرشادية، وبرامج واجتماعات تجار

جدول (٨) : توزيع الزراع المبحوثين وفقا لمستوي الأهمية والثقة في البرامج والأنشطة الإرشادية المدروسة عند اتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق لمحصولي الطماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث

مستوي الثقة			مستوي الأهمية			البرامج والأنشطة الإرشادية المدروسة
الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
١	١,٣٦	٣,١٤	١	١,٤٣	٣,٤٥	- الاجتماعات الإرشادية (للمرشدين) .
٢	١,٣٣	٣,٠	٢	١,٣٣	٣,٢٥	- الاجتماعات الإرشادية (للأخصائيين) .
٣	١,٢١	٢,٥١	٥	١,٣١	٢,٥٣	- القوافل الإرشادية التي تقوم بها الجامعة .
٦	١,٠٩	٢,٣٨	٧	١,٢	٢,٣٤	- الحملات الإرشادية الخاصة بوزارة الزراعة .
٧	١,١٩	٢,٣٤	٦	١,٢٣	٢,٣٥	- برامج واجتماعات الجمعيات التعاونية .
٤	١,٢٦	٢,٥	٣	١,٤٢	٢,٧٦	- برامج واجتماعات تجار ومستلزمات الإنتاج .
٥	١,٢٤	٢,٤١	٤	١,٤٣	٢,٦٧	- برامج واجتماعات أعضاء الجمعية التعاونية .
٨	١,٢١	٢,١٧	٨	١,٢٤	٢,٠	- برامج واجتماعات للبنوك الزراعية .
	١,٢٣	٢,٥٥		١,٣٢	٢,٦٦	المتوسط العام

المصدر: استمارات الاستبيان .

ب- مستوي الثقة في البرامج والأنشطة الإرشادية .
أظهرت النتائج الواردة بجدول (٨) أن الاجتماعات المقامة من قبل المرشدين الزراعيين، وأخصائي المواد الإرشادية، والقوافل

الترتيب، بينما احتل كل من الباحثين بالمراكز البحثية والجامعات ومسئول بنك القرية المراتب الثلاثة الأخيرة بمتوسطات بلغت (٢,٧٢ و ٢,٦ و ٢,٤) علي الترتيب.

ب- مستوي الثقة في المصادر الشخصية .

أوضحت النتائج الواردة بجدول (٩) أن الخبرة الشخصية، الأصدقاء والجيران، وأصحاب محلات التقاوي والمبيدات جاءت في المراتب الثلاث الأولى من حيث مستوي ثقة الزراع المبحوثين فيها، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٣,٦٢ و ٣,٥ و ٣,٤) علي الترتيب ، بينما جاء كل من الباحثين بالمراكز البحثية، والباحثين بالجامعات ، ومسئول بنك القرية في المراتب الثلاث الأخيرة من وجهة نظر المبحوثين ، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٢,٥ و ٢,٤ و ٢,٣) علي الترتيب.

بصفة عامة جاء المتوسط العام لمستوي أهمية وثقة الزراع المبحوثين في المصادر الشخصية المدروسة بمستوي أهمية وثقة متوسط من وجهة نظر المبحوثين ، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٣,٣١ و ٣,٠) علي الترتيب ، الأمر الذي يتطلب أهمية وضع هذه المصادر أمام أعين الجهات الإرشادية لتصنيف تلك المصادر من حيث مدي صلاحيتها لان تكون مصدر مؤهل لتقديم المعلومة من عدمه خاصة وان أكثر الفئات التي يعتمد عليها الزراع المبحوثين في الحصول علي معلوماتهم هم تجار مستلزمات الإنتاج وتجار المبيدات والتقاوي وهذه الفئات غير مؤهلة لتقديم معلومات زراعية صحيحة.

الجمعيات التعاونية ، والبنوك الزراعية في المراتب الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (٢,٣٤ و ٢,١٧) علي الترتيب.

بصفة عامة جاء المتوسط العام لمستوي أهمية البرامج والأنشطة الإرشادية المدروسة من وجهة نظر المبحوثين بمستوي أهمية وثقة متوسط بمتوسط حسابي بلغ (٢,٦٦ و ٢,٥) علي الترتيب ، الأمر الذي يتطلب رفع ثقة الزراع في البرامج والأنشطة الإرشادية وذلك من خلال التنوع في الأنشطة المقدمة من خلال تلك البرامج مع مراعاة أن تغطي تلك البرامج الاحتياجات الزراعية الفعلية للمستهدفين، لما لهذه البرامج من تأثير عالي في رفع المستوي المعرفي والمهاري للمستهدفين، فالاجتماعات الإرشادية بأشكالها المختلفة تعد من الوسائل الاتصالية التي لها دور ايجابي وفعال في توصيل المعلومات الزراعية للمزارعين وإقتناعهم بتلك المعلومات وبالتالي يمكن وضعها فيما بعد في مقدمة المصادر التي يعتمد عليها الزراع عند الرغبة في الحصول علي معلومة زراعية .

٥- المصادر الشخصية:

أ- مستوي أهمية المصادر الشخصية .

يعرض جدول (٩) النتائج المتعلقة بمستوي أهمية المصادر الشخصية المدروسة، ومن هذا الجدول يتضح أن الخبرة الشخصية، أصحاب محلات التقاوي والمبيدات والأصدقاء والجيران جاءت في المراتب الثلاث الأولى بمتوسطات بلغت (٣,٩ و ٣,٨٨ و ٣,٨٠) علي

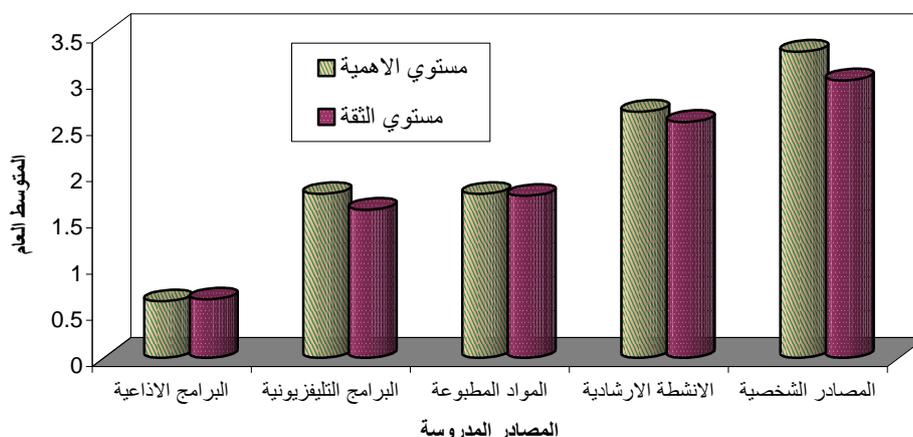
جدول(٩): توزيع الزراع المبحوثين وفقا لمستوي الأهمية والثقة في المصادر الشخصية المدروسة عند اتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق لمحصولي الظماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث

مستوي الثقة		مستوي الأهمية		المصادر الشخصية المدروسة	
الترتيب	الانحراف المعياري	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الترتيب
٤	١,٥	٤	١,٤٢	٣,٦٤	١- المرشدين الزراعيين .
٦	١,٤١	٦	١,٣٣	٣,٤٦	٢- أخصائي المواد الإرشادية .
١٠	١,٢٢	١٠	١,٢٩	٢,٤٠	٣- مسئول بنك القرية .
٩	١,١٣	٩	١,١٩	٢,٦	٤- الباحثين بالجامعات .
٨	١,١٢	٨	١,٨٧	٢,٧٢	٥- الباحثين بالمراكز البحثية .
٧	١,٤٤	٧	١,٤	٣,٢٣	٦- كبار التجار والمصدرين .
٥	١,٤٩	٥	١,٤٩	٣,٥٣	٧- تجار مستلزمات الإنتاج .
٢	١,٥٤	٣	١,٤٩	٣,٨	٨- الأصدقاء والجيران .
١	١,٥٤	١	١,٤٥	٣,٩	٩- الخبرة الشخصية .
٣	١,٦١	٢	١,٥٦	٣,٨٨	١٠- تجار التقاوي والمبيدات .
	١,٣٩	٣	١,٤٤	٣,٣١	المتوسط العام

المصدر: استمارات الاستبيان .

(ب) جاء ترتيب مصادر المعلومات المدروسة وفقاً لمستوى ثقة الزراع المبحوثين فيها كما يلي المصادر الشخصية، المشاركة في الأنشطة الإرشادية، المواد المطبوعة، البرامج التليفزيونية، البرامج الإذاعية على الترتيب.

من العرض السابق لمستوي أهمية وثقة الزراع المبحوثين في مصادر المعلومات المدروسة يتضح من الشكل رقم (١) الأتي (أ) جاء ترتيب مصادر المعلومات المدروسة من حيث مستوى الأهمية من وجهة نظر الزراع المبحوثين كالآتي: المصادر الشخصية، المشاركة في الأنشطة الإرشادية، البرامج التليفزيونية، المواد المطبوعة، البرامج الإذاعية على الترتيب .



شكل (١) مستوي أهمية وثقة الزراع المبحوثين في المصادر الخمس المدروسة

معنوية بين مصادر المعلومات الخمس المدروسة وهي المواد والبرامج الإذاعية، المواد والبرامج التليفزيونية، المواد المطبوعة، البرامج والأنشطة الإرشادية الزراعية، المصادر الشخصية وفقاً لمستوى ثقة الزراع المبحوثين فيها عند اتخاذ القرارات المتعلقة بإنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية حيث جاءت قيمة (f) (٢١٤,٥٤) وهي قيمة معنوية عند مستوى (٠,٠١) ، وبناء علي ذلك تم رفض الفرض الإحصائي وقبول الفرض النظري .

خامساً: الفروق بين مصادر المعلومات المدروسة وفقاً لمستوى ثقة الزراع المبحوثين فيها عند اتخاذ قرارات إنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث
لتحديد الفروق بين مصادر المعلومات الخمس المدروسة وفقاً لمستوى ثقة المبحوثين في تلك المصادر، تم استخدام اختبار (f) لاختبار صحة الفرض النظري الذي ينص علي " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مصادر المعلومات الخمس المدروسة وفقاً لمستوى ثقة الزراع المبحوثين فيها" ، ويتبين من نتائج جدول (١٠) وجود فروق

جدول (١٠): نتائج اختبار (f) للفروق بين مصادر المعلومات المدروسة ومستوى ثقة الزراع المبحوثين فيها عند اتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق لمحصولي الطماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث

مستوى ثقة الزراع في مصادر المعلومات المدروسة	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (f)
بين المجموعات	٦٢٩٢٠,٣	٤	١٥٧٣٠	
داخل المجموعات	٥٥٣٥٥,٥٥	٧٥٥	٧٣,٣١	**٢١٤,٥٤
الإجمالي	١١٨٢٧٥,٨٦	٧٥٩		

المصدر: استمارات الاستبيان . (** معنوي عند (٠,٠١))

المطبوعة بمتوسط (٤,٦٥) درجة وأخيراً تميزت المصادر الشخصية عن البرامج والأنشطة الإرشادية بمتوسط (٩,٧) درجة .
مما سبق يتبين من هذا الجدول أن أكثر المصادر التي يثق فيها الزراع المبحوثين للحصول علي المعلومات المتعلقة باتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق كانت على النحو التالي:
المصادر الشخصية يليها البرامج والأنشطة الإرشادية يليها المواد المطبوعة يليها المواد والبرامج التليفزيونية وأخيراً المواد والإذاعية.

ولبيان اتجاهات الفروق بين مصادر المعلومات المدروسة وفقاً لمستوى ثقة المبحوثين فيها عند اتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق لمحصولي الطماطم والذرة الشامية تم استخدام اختبار أقل فرق معنوي (LSD).

يتضح من نتائج جدول (١١) أن المواد والبرامج التليفزيونية حازت على ثقة الزراع مقارنة بالمواد والبرامج الإذاعية بمتوسط (٥,٨) درجة، كما تميزت المواد المطبوعة عن المواد والبرامج التليفزيونية بمتوسط (٦) درجة ، وتميزت البرامج والأنشطة الإرشادية عن المواد

جدول(١١): اتجاهات الفروق بين مصادر المعلومات المدروسة ومستوى ثقة الزراع المبحوثين فيها عند اتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق لمحصولي الطماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث

مصادر المعلومات المدروسة	متوسط الاختلافات الخطأ المعياري	مستوي المعنوية	الحد الأدنى	الحد الأعلى
- المواد والبرامج التليفزيونية	*٥,٨-	٠,٠٠	٧,٧-	٣,٩-
- المواد المطبوعة	*١٢,٠٥-	٠,٠٠	١٣,٩-	١٠,١-
- البرامج والأنشطة الإرشادية	*١٦,٧١-	٠,٠٠	١٨,٦-	١٤,٧-
- المصادر الشخصية	*٢٦,٥٠-	٠,٠٠	٢٨,٤-	٢٤,٥-
المواد والبرامج الإذاعية	*٥,٨	٠,٠٠	٣,٩	٧,٧
- المواد المطبوعة	*٦,١-	٠,٠٠	٨,١-	٤,٢-
- البرامج والأنشطة الإرشادية	*١٠,٨-	٠,٠٠	١٢,٧-	٨,٩-
- المصادر الشخصية	*٢٠,٦٤-	٠,٠٠	٢٢,٥-	١٨,٧-
المواد والبرامج الإذاعية	*١٢	٠,٠٠	١٠,١	١٣,٩
المواد والبرامج التليفزيونية	*٦,١	٠,٠٠	٤,٢	٨,١
- البرامج والأنشطة الإرشادية	*٤,٦٥-	٠,٠٠	٦,٥-	٢,٧-
- المصادر الشخصية	*١٤,٤-	٠,٠٠	١٦,٣-	١٢,٥-
المواد والبرامج الإذاعية	*١٦,٧	٠,٠٠	١٤,٧	١٨,٦
المواد والبرامج التليفزيونية	*١٠,٨	٠,٠٠	٨,٩	١٢,٧
- المواد المطبوعة	*٤,٦	٠,٠٠	٢,٧	٦,٥
- المصادر الشخصية	*٩,٧	٠,٠٠	١١,٧-	٧,٨-
المواد والبرامج الإذاعية	*٢٦,٥	٠,٠٠	٢٤,٥	٢٨,٤
المواد والبرامج التليفزيونية	*٢٠,٦	٠,٠٠	١٨,٧	٢٢,٥
- المواد المطبوعة	*١٤,٤	٠,٠٠	١٢,٥	١٦,٣
- البرامج والأنشطة الإرشادية	*٩,٧	٠,٠٠	٧,٨	١١,٧

المصدر: استمارات الاستبيان . (* = معنوي عند مستوى (٠,٠٥))

(٩٥% و ٩١,٢% و ٨٨,١% و ٨٧% و ٨٦% و ٨٥,٨% و ٨٥% و ٨٤%) علي الترتيب.

بصفة عامة لمواجهة تلك المشكلات التي تؤثر علي عملية اتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق بالنسبة لمحصولي الطماطم والذرة الشامية، يجب علي الجهات المعنية والمهتمة بالقطاع الزراعي أن تعمل علي إيجاد حلول لهذه المشكلات لكي تساعد الزراع علي إنتاج وتسويق الحاصلات الزراعية بدون تكاليف باهظة بالإضافة إلي تدريبهم علي كيفية التعرف علي الأمراض والأفات وكيفية التعامل مع تلك الأمراض ، وذلك قبل بداية كل موسم ، بالإضافة إلي توفير منافذ لتسويق تلك الحاصلات بعيداً عن استغلال التجار والسوق السوداء .

سادساً: أهم المشكلات التي تؤثر علي اتخاذ القرارات المتعلقة بإنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث

تشير النتائج الواردة بجدول (١٢) إلي أن أكثر المشكلات التي تؤثر علي عمليات اتخاذ القرارات المتعلقة بإنتاج وتسويق محصولي الطماطم والذرة الشامية من وجهة نظر المبحوثين كانت علي النحو التالي:
خطورة ونوع الأمراض والأفات التي تؤثر علي الإنتاج، ارتفاع تكاليف العمالة الزراعية، عدم معرفة سعر بيع المحصول، قلة عدد المنافذ التسويقية، ارتفاع تكاليف إنتاج المحصول، عدم وجود محطات لإعداد المنتج الصالح للتصدير، ارتفاع تكاليف عمليات النقل بنسبة بلغت

جدول (١٢): توزيع الزراعة المبحوثين وفقا لتأثير بعض المشكلات المدروسة علي اتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق لمحصولي الطماطم والذرة الشامية بمنطقة البحث

الترتيب	الوزن النسبي	درجة تأثير المشكلات (ن = ١٥٢)						المشكلات الإنتاجية والتسويقية المدروسة	
		لا يوجد		ضعيف		متوسط		عالي	
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%
١	٩٥,٠	٢	١,٣	٤	٢,٦	١٦	١٠,٥	٨٥,٥	١٣٠
٢	٩١,٢	٢	١,٣	٥	٣,٣	٣٧	٢٤,٣	٧١,١	١٠٨
٣	٨٨,١	٤	٢,٦	٩	٥,٩	٤٢	٢٧,٦	٦٣,٨	٩٧
٤	٨٧,٠	٩	٥,٩	٦	٣,٩	٤٠	٢٦,٣	٦٣,٨	٩٧
٥	٨٦,٠	٧	٤,٦	١٥	٩,٩	٣٤	٢٢,٤	٦٣,٢	٩٦
٦	٨٥,٨	٨	٥,٣	١٨	١١,٨	٢٦	١٧,١	٦٥,٨	١٠٠
٧	٨٤,٠	١١	٧,٢	١٨	١١,٨	٢٨	١٨,٤	٦٢,٥	٩٥
٨	٨٣,٨	١١	٧,٢	١٠	٦,٦	٤٥	٢٩,٦	٥٦,٦	٨٦
٨م	٨٣,٨	٧	٤,٦	١٨	١١,٨	٤١	٢٧,٠	٥٦,٦	٨٦
١٠	٨٣,٧	٨	٥,٣	٢٣	١٥,١	٢٩	١٩,١	٦٠,٥	٩٢
١٠م	٨٣,٧	١٢	٧,٩	٢٠	١٣,٢	٢٣	١٥,١	٦٣,٨	٩٧
١٢	٨٣,٣	٩	٥,٩	١٦	١٠,٥	٤٢	٢٧,٦	٥٥,٩	٨٥
١٣	٨٢,٧	١٠	٦,٦	٢٠	١٣,٢	٣٥	٢٣,٠	٥٧,٢	٨٧
١٤	٨٢,٢	١١	٧,٢	١٩	١٢,٥	٣٧	٢٤,٣	٥٥,٩	٨٥

المصدر: استمارات الاستبيان.

الاستنتاجات الرئيسية

في ضوء ما توصلت له الدراسة من نتائج توصي بالاتي:

الخالدي، عبد الرحمن محمد توفيق (٢٠٠٤): دراسة نظم المعرفة والمعلومات الزراعية، دراسة علي المزارعين في احدي قري محافظة البحيرة، رسالة دكتوراه، كلية الزراعة، جامعة القاهرة. الصاوي، الصاوي محمد أنور، رمضان، عبد الله عبد الفتاح (٢٠٠٩): دراسة مقومات العمل الجماعي لمواجهة مشاكل تسويق الحاصلات الزراعية في قريتين بمرکز شبراخيت بمحافظة البحيرة، مجلة الإسكندرية للبحوث الزراعية، ٥٤ (٢). العتيبي، فيحان محيا علوش المحيا (٢٠٠٤): دور المعلومات في عملية اتخاذ القرارات الإدارية، دراسة تطبيقية علي العاملين في المديرية العامة للجوازات بمدينة الرياض، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، قسم العلوم الإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

Available at: <http://repository.nauss.edu.sa/bitstream/handle>
Visited in: 20-3-2016

الهزايمة، أحمد صالح (٢٠٠٩): دور نظام المعلومات في اتخاذ القرارات في المؤسسات الحكومية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، ٢٥ (١).

Available at: [http://www.damascusuniversity.edu.sy/mag/law/i](http://www.damascusuniversity.edu.sy/mag/law/images/stories)
images/stories Visited in: 20-3-2016

فايد، أمل عبد الرسول (٢٠٠٨): استفاضة مزارعي القمح من مصادر المعلومات الزراعية في بعض قري مركز دمنهور بمحافظة البحيرة، مجلة العلوم الزراعية والبيئية، جامعة الإسكندرية، ٧ (١).

قاسم، حازم صلاح منصور (٢٠٠٨): الأثار الإرشادية والاقتصادية للروابط التسويقية والتصديرية في محصولي البصل والنعناع، مجلة جامعة المنصورة للعلوم الزراعية، ٣٣ (١).

Gruber, H. (2000) : Competition and Innovation: The Diffusion of Mobile Telecommunications in Central and Eastern Europe." Information Economics and Policy, Vol. 13.

Hill, M.(2012): Using Farmers Information Seeking Behavior to inform the Design of Extension , Extension Farming Systems Journal, 5 (2).

Kennerley, M. & Mason, S. (2008): The Use Information in Decision Making Literature Review for the Audit Commission Available at: http://www.audit-commission.gov.uk/SiteCollectionDocuments/AuditCommissionReports/NationalStudies/Cranfield_Information_use_review.pdf Visited in: 1-4-2016

١- ضرورة الاهتمام بفئة تجار المبيدات والتقوي من قبل أجهزة الإرشاد الزراعي ووضعهم دائما في مقدمة الفئات التي يمكن إشراكها في العمل الإرشادي الزراعي بعد تدريبهم وصل مهاراتهم ومعارفهم في شتي المجالات الزراعية خاصة مجالي إنتاج وتسويق الحاصلات الزراعية، حيث أوضحت نتائج الدراسة أنهم من أكثر الفئات التي يعتمد عليها الزراع المبحوثين في الحصول علي معلوماتهم الزراعية، كما حازت هذه الفئة علي مستوي ثقة عالي من جانب المبحوثين.

٢- توصي الدراسة بأهمية الاهتمام بالبرامج الإرشادية المقدمة من خلال الإذاعة، وذلك من خلال العمل علي تنوع الأنشطة المقدمة من خلال البرامج الإذاعية ومراعاة حداتها وتغطيتها لاحتياجات الجمهور، حيث أوضحت نتائج الدراسة أن المتوسط العام لمستوي أهمية وثقة الزراع المبحوثين في تلك البرامج جاءت بمستوي ضعيف.

٣- توصي الدراسة بضرورة رفع مستوي ثقة المبحوثين في المواد المطبوعة وذلك من خلال الاهتمام بها من حيث الحدثة والمضمون وإتاحتها للزراع في الأوقات المناسبة من أجل الاستفادة منها في طرح العديد من الموضوعات الزراعية المختلفة وخاصة الموضوعات المتعلقة باتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق.

٤- توصي الدراسة بأهمية رفع ثقة الزراع في البرامج والأنشطة الإرشادية لما لهذه البرامج من تأثير عالي في رفع المستوي المعرفي والمهاري للمستفيدين ودورها الفعال في توصيل المعلومات الزراعية للمزارعين وإقناعهم بتلك المعلومات بالإضافة إلي أنها غير مكلفة مقارنة بالمصادر الأخرى.

٥- نظرا لما أظهرته الدراسة من وجود العديد من المشكلات التي تؤثر علي عمليات اتخاذ القرارات المتعلقة بإنتاج وتسويق الحاصلات الزراعية، توصي الدراسة بأهمية قيام الجهات المعنية والمهتمة بالقطاع الزراعي أن تعمل علي إيجاد حلول لهذه المشكلات لكي تساعد الزراع علي إنتاج وتسويق الحاصلات الزراعية بدون تكاليف باهظة بالإضافة إلي تدريبهم علي كيفية التعرف علي الأمراض والآفات وكيفية التعامل مع تلك الأمراض، وذلك قبل بداية كل موسم ، بالإضافة إلي توفير منافذ لتسويق تلك الحاصلات بعيد عن استغلال التجار والسوق السوداء.

المراجع

الحبال، أبو زيد محمد، الشربتلي، سوزان ابراهيم، ميز، محمد أحمد أحمد (٢٠٠٧): دراسة تأثير بعض المتغيرات علي استفادة الزراع من مصادر المعلومات الزراعية بمنطقة خورشيد بمحافظة الإسكندرية، مجلة جامعة المنصورة للعلوم الزراعية، ٣٢ (٧).

Soyemi,O (2014): Women Farmers Agricultural Information Need and Search Behavior in North Central Nigeria, *Information and Knowledge Management*,4(8).

Rivera, William.M;Joseph Seepersad and Douglas,H(1989): Comparative Agricultural Extension Systems in Donald J.Blackburn, Editor, *Foundations and Changing Practices in Extension*, University of Guelf, Canada

THE ROLE OF AGRICULTURAL INFORMATION SOURCES IN PRODUCTION AND MARKETING DECISIONS MAKING PROCESS IN QENA GOVERNORATE.

Sarhan, A.M.M* and Amira M. A. Ramadan **

***Agricultural Economic & Extension Dept., Fac., Agric., South Valley University, Qena, Egypt**

****Agric Extension and Rural Society Dept, Fac, Agric, Mansoura University, Egypt**

ABSTRACT

The study aimed to identify the role of information agricultural source in decisions making production and marketing for two crop tomato and corn maize . The study was carried out at 2 village in Qena Governorate.

Data were collected from the 152 on a purposive sample from farmer's tomato and corn maize during the period from September to December 2015 through questionnaire by personal interview with farmer's.

Frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation, (f) test, (LSD) test were used as statistical tools and for presenting the results.

The most important results of the study could be summarized as follow:

- 1- The respondents indicate a low level (0.61 and 0.63) of the general average of importance and confidence for radio programs with an respectively.
- 2- The respondents indicate a low level (1.75 and 1.6) of the general average of importance and confidence for television programs with an respectively .
- 3- The respondents indicate a low level (1.77 and 1.6) of the general average of importance and confidence for publications with an respectively .
- 4- The respondents indicate a moderate level (2.66 and 2.5) of the general average of importance and confidence for extension programs with an respectively.
- 5- The respondents indicate a moderate level (3.3 and 3) of the general average of importance and confidence for personal sources with an respectively.
- 6- There are significant differences at the (0.01) between the study information's sources according to the confidence farmer's level. The personal sources were the highest followed by extension programs, publications, television programs and radio programs, respectively.