

بعض العوامل المؤثرة في معرفة المزارعين بعمليات إعداد المنتج الزراعي للتسويق في منطقة وادي زبيد - الحديدة في اليمن

أحمد عبد الولي السماوي⁽¹⁾

الملخص

أجريت الدراسة على عينة عشوائية قوامها 50 مزارعاً، جمعت بيانات الدراسة من خلال المقابلة الشخصية للمبحوثين بعد إعداد استبيان لذلك وأجري الاختبار الميداني للتأكد من سلامة الاستبيان ، وجمعت البيانات خلال شهر يناير 2002، واستخدم كل من النسب المئوية والتكرارات والارتباط البسيط بوصفها أدوات إحصائية لتحليل البيانات وتفسير النتائج، وأظهرت الدراسة عدداً من النتائج أهمها:

انخفاض درجة معرفة المزارعين بعمليات إعداد المنتج الزراعي، وأن هناك علاقة معنوية موجبة عند مستوى معنوية (0.01) بين كل من درجة معرفة المزارعين بعمليات إعداد المنتج الزراعي والعوامل الآتية: حجم حيازة الأرض الزراعية، وجود مهنة أخرى بجانب الزراعة، وجود مرشد زراعي بالمنطقة، وعدد الزيارات التي يقوم بها المرشد الزراعي، ومصادر المعلومات، وإدراك المشاكل الإنتاجية. ووجود علاقة معنوية وسالبة عند مستوى معنوية (0.01) بين كل من معرفة المزارعين بعمليات إعداد المنتج الزراعي والعوامل الآتية: العمر، الحالة الاجتماعية، الخبرة الزراعية، نسبة الاعتماد على الزراعة، والرغبة في التدريب في مجال التسويق الزراعي، ووجود علاقة معنوية موجبة عند مستوى معنوية (0.05) بين كل من معرفة المزارعين بعمليات إعداد المنتج الزراعي والمستوى التعليمي.

الكلمات المفتاحية: معاملة المنتج بعد الحصاد، استبيان، الحالة الاجتماعية، التسويق الزراعي.

(1) أستاذ الإرشاد الزراعي المساعد - كلية الزراعة - جامعة صنعاء - الجمهورية اليمنية.

Some Factors affecting the Farmers' Post - harvest Treatment Knowledge in Wady Zabied – Hodaidah Province (Yemen)

Ahmed A.Al-Samawi⁽¹⁾

ABSTRACT

The aim of this study was to investigate knowledge of farmers on post-harvest treatment in al-Hussainiah district, in order to determine the factors affecting this knowledge.

A pre-test questionnaire used for data collection during January 2002 when 50 framers (35 % of population) were interviewed.

Frequencies, percentage Pearsonian correlation were used for data presentation and analysis.

The result could be summarized as following:

The degree of knowledge of farmers about the post-harvest processing was weak. There were significant differences ($p<0.01$) between the degree of knowledge of farmers about post-harvest processing and the following factors: age, social status, agricultural experience, size of agricultural land used, other occupation, percentage of agricultural reliance, extension agent in area, number of extension agent visits to farmers, source of information, perceptible production problems, and training needs in agricultural marketing. There was a significant difference ($p<0.05$) between the degree of knowledge of farmers about post-harvest processing and educational status.

Key words: Post-harvest treatment, Questionnaire, Social status, Agricultural marketing.

المقدمة

⁽¹⁾ Associate professor of agricultural extension, Faculty of agriculture, Sana'a University.

تواجه الجمهورية اليمنية مشكلات عديدة في طريق تحقيق الأمن الغذائي من أهمها الزيادة الكبيرة في عدد السكان، حيث بلغ معدل النمو السكاني في اليمن زهاء 3.7 % وهو أكبر من معدل النمو الاقتصادي والذي يتراوح بين 1 - 2 % سنوياً. الأمر الذي يدعو إلى ضرورة اتباع طرائق وأساليب اقتصادية متوازنة لمعالجة هذا الخلل وذلك من خلال زيادة الإنتاجية بشكل عام وإنتاجية القطاع الزراعي على وجه الخصوص، نظراً لما يمثله القطاع الزراعي من أهمية في الاقتصاد اليمني حيث تبلغ نسبة إسهامه زهاء 16% من الناتج المحلي الإجمالي (كتاب الإحصاء السنوي لعام 2000).

ويمكن زيادة الإنتاج الزراعي من خلال زيادة مساحة الرقعة الزراعية (التوسع الأفقي)، أو عن طريق زيادة إنتاجية وحدة المساحة (التوسع الرأسي)، أو من خلال تقليل الفاقد من المنتج الزراعي أثناء عملية الحصاد وما بعد الحصاد، ويمكن زيادة الإنتاجية الزراعية من خلال هذه الأساليب مجتمعة.

وتوضح (1990 Watts) نقلاً عن تقارير البنك الدولي أن من أهم العناصر الأساسية التي يعتمد عليها نجاح التنمية هي: وجود الأسواق الحرة، وتوفير مستلزمات الإنتاج الزراعي والتكنولوجيا الملائمة، كما أن كفاءة الإرشاد الزراعي وفعاليتيه تعتمد على هذه العناصر، بالإضافة إلى أن هناك مجموعة من العوامل مثل: المشكلات التسويقية التي تعترض صغار المزارعين، وضعف وسائل النقل، ونقص المعلومات في عمليات إعداد المنتجات الزراعية وتجهيزها للتسويق وهذه تؤثر في تسويق إنتاج المزارع وفي مستوى دخله. وأن هناك عدداً من المصادر المعلوماتية التي يحتاج إليها المزارعون لإنجاح الإنتاج والتسويق وتكاملهما أهمها: معرفة السياسة السعرية، مشاكل النقل والترحيل، وقدرة مؤسسات التسويق. وهذه للأسف كانت مهملته في خطط وبرامج الإرشاد الزراعي السابقة وكان التركيز منصبا على عمليات الإنتاج.

ويرى "Mosher"، أن توافر الأسواق والإمدادات ومستلزمات الإنتاج الملائمة هي من العوامل الأساسية اللازمة للتنمية الزراعية (1990 Swanson).

وفي دراسة لتقدير الفاقد في الإنتاج الزراعي المصري يذكر الطنوبي (1998) أن كمية الفاقد من محاصيل الفاكهة يصل إلى زهاء 19% من إجمالي الإنتاج، وأن نسبة الفاقد في كل من البرتقال والبلح والعنب تصل إلى زهاء 19 %، 19 %، 27 % على التوالي. كما أظهرت الدراسة أن الفاقد في محاصيل الخضراوات يصل إلى زهاء 7 % من إجمالي الناتج الكلي للخضراوات، وأن نسبة الفاقد في الطماطم يصل إلى 27 %، وفي البطاطس 10 %، وفي البصل 23 %.

وفي مجموعة الدراسات التي قام بها مركز بحوث الأغذية وتقانات ما بعد الحصاد خلال عام 2001 في السوق المركزي محافظة الحديدة بالجمهورية اليمنية، أظهرت

النتائج أن نسبة التالف في البصل الأحمر تبلغ زهاء 15 %، والبطاطس 10%، والطماطم 11%، والموز 18 %، والعنب العاصمي 6 %، والعنب الأسود 4 %، والمانجو 4 %، والباباي 25 %، والبلح 29 %، وقدرت القيمة النقدية الإجمالية للمحاصيل التالفة بزهاء 255 مليون ريال أي ما يعادل 1.5 مليون دولار أمريكي (ملخصات التقرير الفني لعام 2001).

ويذكر (الخولي وآخرون، 1984) أن هناك نسبة لا بأس بها من المحاصيل الزراعية ومحاصيل الخضراوات والفاكهة تفقد سنوياً بعد الحصاد نتيجة سوء وسائل التخزين وبدائيتها وعدم اتخاذ الاحتياطات الوقائية اللازمة، بالإضافة إلى رداءة وسوء الإعداد والتخزين، لذلك فإن الإرشاد الزراعي يستطيع أن يقوم بدور ناجح في توعية المزارعين في مجالي الإرشاد التخزيني والتسويقي وإعداد المنتجات الزراعية للتسويق؛ وذلك من خلال برامج إرشادية تهتم بتعريف المزارعين بطرائق معاملاتهم للمنتجات الزراعية وتقليل نسبة الفاقد إلى أدنى حد ممكن؛ بالإضافة إلى توجيههم لاستخدام أحسن الطرائق في عمليات الفرز والتدريج والتخزين وإعداد المنتج للتسويق.

ويواجه صغار المزارعين بعض المشاكل منها: اتجاههم نحو الإنتاج وتكيفهم البطيء مع المتغيرات التي تطرأ في مجال التسويق، وإن الفائض من الإنتاج قليل ولا يفي بدرجة مناسبة للمقايضة والتفاوض مع تجار الجملة، وكذلك عدم فعالية عمليات إعداد المنتج الزراعي للتسويق، بالإضافة إلى عدم توافر الأسواق التجميعية (منصور ودرويش، 1998).

والواقع أن هناك فجوة مستمرة بين التقدم العلمي السريع للمبتكرات الزراعية - ومنها المبتكرات في مجال معاملات ما بعد الحصاد والتسويق الزراعي - وبين تطبيقها ميدانياً أو ترجمتها في سلوك تنفيذي لدى المزارعين بما يؤدي إلى تحسين المستوى الاقتصادي والاجتماعي لهم، و تتمثل هذه الفجوة في الفارق الزمني بين اكتشاف الأفكار وبين تطبيقها وانتشارها، ويزداد هذا الفارق في الدول النامية عنه في الدول المتقدمة (عمر، 1992).

اهتمت الجمهورية اليمنية بالقطاع الزراعي خلال العقدين الأخيرين وعملت على زيادة الإنتاج الزراعي وتحسينه، وكان للإرشاد الزراعي الدور الفاعل في نقل التوصيات المتعلقة بتحسين إنتاجية المحاصيل الحقلية والبستانية، وقد ركزت برامج الإرشاد الزراعي منذ بداية نشاطاتها على عمليات الإنتاج وأغفلت - إلى حد ما - الجوانب التسويقية في البرامج الموجهة إلى المزارعين خصوصاً فيما يتعلق بعمليات إعداد المنتج الزراعي وتجهيزه قبل عرضه في السوق.

وتشير الإحصائيات إلى أن إنتاج الجمهورية اليمنية من الفاكهة قد زاد من زهاء 316 ألف طن في عام 1991 إلى زهاء 391 ألف طن في عام 1996، ثم إلى زهاء 591 ألف

طن عام 2000، كما بلغ إنتاج الجمهورية اليمنية من الخضراوات في عام 2000 زهاء 775 ألف طن، في حين كان الإنتاج زهاء 641 ألف طن في عام 1991 وزهاء 703 ألف طن في عام 1996 (كتابي الإحصاء السنوي لعام 1996، ولعام 2001).

ونتيجة زيادة إنتاجية الهكتار الواحد من محاصيل الخضر والفاكهة فقد زاد المعروض منها في الأسواق التجميعية أو في أسواق البيع بالجملة أو بالتجزئة؛ إلا أن الملاحظ في المعروض من هذه المنتجات أنها لم تصل إلى الدرجة المثلى من حيث: التناسق والتجانس في الأحجام والألوان والعبوات، بما يؤكد انعدام عمليات الفرز والتدريج والتغليف والتعبئة لها قبل عرضها في الأسواق .

ونظراً لعدم وجود دراسات سابقة في مجال معرفة المزارعين بعمليات ما بعد الجني (الحصاد) من حيث إعداد المنتج الزراعي وتجهيزه قبل عرضه في السوق، فإن هذه الدراسة هي محاولة لمعرفة العوامل التي تؤثر في درجة معرفة المزارعين بعمليات إعداد المنتج الزراعي للتسويق في منطقة سوق الحسينية القديم وادي زبيد - الحديدة - الجمهورية اليمنية.

أهداف الدراسة

من العرض السابق للمشكلة البحثية تهدف الدراسة إلى:

- 1 - تعرّف بعض الخصائص الشخصية والاقتصادية والاجتماعية والاتصالية للمزارعين المترددين على سوق الحسينية التجميعي القديم.
- 2 - قياس درجة معرفة المزارعين المترددين على سوق الحسينية التجميعي القديم بعمليات إعداد المنتج الزراعي بعد الجني (الحصاد) وقبل عرضه في السوق.
- 3 - تحديد العلاقة بين درجة معرفة المزارعين المترددين على سوق الحسينية التجميعي القديم بعمليات إعداد المنتج الزراعي بعد الجني (الحصاد) وقبل عرضه في السوق وبعض الخصائص الشخصية والاقتصادية والاجتماعية والاتصالية.

الطريقة البحثية

أجريت هذه الدراسة في منطقة سوق الحسينية التجميعة للخضراوات والفاكهة التابع لمديرية زبيد - محافظة الحديدة - الجمهورية اليمنية، واعتمدت الدراسة على عينة عشوائية تم اختيارها من خلال القوائم المتوافرة لدى وكلاء البيع في سوق الحسينية (17 وكيلاً)، والذين يتعامل معهم المزارعون لتسويق منتجاتهم الزراعية، وأخذت عينة عشوائية (30% من إجمالي المزارعين) من قائمة كل وكيل بلغ عددهم 63 مزارعاً تمت مقابلتهم جميعاً في أثناء ترددهم على السوق، وقد تم تصميم استمارة استبيان لهذا الغرض تتضمن استيفاء بيانات عن العمر، والحالة الاجتماعية، والمستوى التعليمي، والخبرة الزراعية، وحجم حيازة الأرض الزراعية، ووجود مهنة أخرى بجانب الزراعة، ودرجة الاعتماد على الزراعة، ووجود مرشد زراعي بالمنطقة، وعدد الزيارات التي يقوم بها المرشد الزراعي، ومصادر المعلومات، وإدراك المشاكل الإنتاجية، وإدراك المشاكل التسويقية، والرضا عن خدمات الإرشاد الزراعي، والرغبة في التدريب في مجال التسويق الزراعي.

وجمعت البيانات المذكورة بعد إجراء الاختبار المبدئي للاستبيان والتأكد من سلامته بالمقابلة الشخصية للمبحوثين خلال شهر يناير 2002، وقد استبعدت 13 استمارة لم يستوف المبحوثون بياناتها في أثناء المقابلة الشخصية.

وتم قياس درجة معرفة المزارعين بعمليات إعداد المنتج الزراعي عن طريق سؤالهم عن عدد العمليات التي يقومون بها بدءاً من مرحلة ما بعد الجني (الحصاد) وحتى تسليم المنتج الزراعي إلى السوق، وتشمل هذه العمليات: الفرز، والتدريج، والتغليف، والتعبئة، والتبريد، والتجفيف. وقد أعطى المبحوث درجة واحدة عن كل عملية يقوم بتنفيذها، وصفراً في حالة عدم التنفيذ.

وقد استخدم الباحث التكرارات والنسب المئوية ومعامل الارتباط البسيط (بيرسون) بوصفها أدوات إحصائية لتحليل البيانات وتفسير النتائج.

النتائج ومناقشتها

أولاً: وصف العينة:

تشير البيانات في جدول (1) إلى أن زهاء 60 % من المبحوثين يقومون بعملية واحدة فقط من عمليات إعداد المنتج الزراعي قبل تسويقه وهي عملية الفرز الأولي في الحقل لإزالة التالف، في حين 38 % منهم لا يقومون بأي عملية من عمليات الإعداد، في حين أن 2 % فقط يقومون بالفرز والتدريج.

الجدول (1) وصف خصائص المبحوثين

العمليات التي يقوم بها المزارع	التكرار %	الفئات	التكرار %
1		10 - عدد زيارات المرشد	
لا يقوم بشيء	19	لا يزور المنطقة مطلقاً	38
يقوم بالفرز الأولي في الحقل	30	مرة في كل ستة أشهر	60
يقوم بالفرز والتدريج	1	مرة في كل شهرين	2
الإجمالي	50	مرة في كل شهر	100
2 - العمر			
حتى 30 سنة	19	مرة في كل أسبوعين	10
31 - 50 سنة	21	مرة في كل أسبوع	38
51 سنة فأكثر	10	الإجمالي	50
الإجمالي	50	11 - مصادر المعلومات	20
38	19	الجيران والأصدقاء	100
3 - الحالة الاجتماعية		باتعمو المستلزمات الزراعية	16
أعزب	8	الصحف والمجلات	2
متزوج	42	الراديو	14
الإجمالي	50	التلفزيون	12
		المرشد الزراعي	2
4 - المستوى التعليمي		الإجمالي	50
أمية	29	12 - إدراك المشاكل الإنتاجية	58
يقرأ ويكتب	9	لا يدرك	18
حاصل على مؤهل	12	يدرك بدرجة ضعيفة	24
الإجمالي	50	يدرك بدرجة متوسطة	100
5 - الخبرة الزراعية		يدرك بدرجة عالية	22
حتى 5 سنوات	8	يدرك بدرجة عالية جداً	16
6 - 10 سنة	3	الإجمالي	50
11 - 15 سنة	15	13 - إدراك المشاكل التسويقية	30
16 - 20 سنة	8	لا يدرك	16
21 سنة فأكثر	16	يدرك بدرجة ضعيفة	70
الإجمالي	50	يدرك بدرجة متوسطة	14
6 - حجم الحيازة الزراعية		يدرك بدرجة عالية	2
حتى 10 معادات	8	يدرك بدرجة عالية جداً	2
10 - 20 معادا	17	الإجمالي	50
21 - 40 معادا	14	14 - الرضاء عن الإرشاد الزراعي	28

بتبع جدول (1)...

6	3	راض تماماً	22	11	41 معاداً فأكثر
18	9	راض إلى حد ما	100	50	الإجمالي
10	5	راض بدرجة ضعيفة			7 - وجود مهنة أخرى
66	33	غير راض	88	44	لا توجد
100	50	الإجمالي	12	6	توجد
			100	50	الإجمالي
		15 - الرغبة في التدريب في التسويق الزراعي			8 - درجة الاعتماد على الزراعة
16	8	لا يرغب	88	44	اعتماد كلي 100 %
8	4	يرغب في درجة ضعيفة	2	1	يعتمد بنسبة 80 - 90 %
76	38	يرغب في درجة كبيرة	4	2	يعتمد بنسبة 60 - 70 %
100	50	الإجمالي	6	3	يعتمد بنسبة 50 % فأقل
			100	50	الإجمالي
					9 - وجود مرشد زراعي
			60	30	يعرف بوجود المرشد الزراعي
			40	20	لا يعرف
					الإجمالي
			100	50	

المصدر: استمارات الاستبيان

وتبين أن غالبية المبحوثين تقع أعمارهم في الفئة العمرية أقل من 50 سنة وبنسبة 80 %، في حين 20 % منهم تزيد أعمارهم على 50 سنة. وهذا يشير إلى أن فئة الشباب من المزارعين هم الأكثر تردداً على السوق. كما أن غالبيتهم من المتروجين 84 %.

وتشير النتائج أيضاً إلى أن أكثر من نصف المبحوثين 58 % هم من الأميين وأن نسبة 24 % منهم حاصلون على شهادة دراسية في حين 18 % منهم يقرؤون ويكتبون فقط. أما فيما يتعلق بسنوات الخبرة في العمل الزراعي يتضح أن 32 % من المبحوثين تزيد خبرتهم على 21 سنة، في حين 30 % منهم كانت خبرتهم تقع في الفئة 11-15 سنة في حين أن 16 % منهم كانت خبرتهم تقع في الفئة 16-20 سنة، والنسبة نفسها للفئة حتى 5 سنوات في حين الباقي 6 % فقد كانت خبرتهم تقع بين 6-10 سنوات.

وتشير البيانات إلى أن زهاء ثلث المبحوثين 34 % تتراوح حيازتهم الزراعية بين 10 - 20 معاداً (1 معاد = 3600 م²)، وأن 28 % منهم تقع حيازتهم بين 21 - 40 معاداً، في حين 22 % منهم كانت حيازتهم أكبر من 40 معاداً، في حين أن 16 % من المبحوثين كانت حيازتهم الزراعية أقل من 10 معادات.

ويتضح من الجدول أيضاً أن غالبية المبحوثين 88 % يعتمدون على الزراعة كمهنة رئيسية، في حين أن 12 % منهم لديهم مهنة أخرى. وأن درجة الاعتماد كلياً على الزراعة هو الأساس وبنسبة 88 % من المبحوثين بينما تقل درجة الاعتماد على الزراعة بين 80 - 90 % لدى 2.6 % من المبحوثين في حين أن عدد من يعتمد على الزراعة بنسبة 50 % فأقل كمصدر رئيسي للدخل الفردي هم 6 % من المبحوثين.

وتشير النتائج إلى أن 60% من المبحوثين يعرفون بوجود المرشد الزراعي في حين 40% منهم لا يعرفون المرشد الزراعي في منطقتهم.

وفيما يتعلق بعدد الزيارات التي يقوم بها المرشد الزراعي إلى مناطق المبحوثين فقد تبين أن 40% من المبحوثين يؤكدون عدم قيام المرشد الزراعي بأية زيارات، في حين يقدر 22% منهم أن المرشد الزراعي يزورهم مرة واحدة كل ستة أشهر، ويرى 14% من المبحوثين أن المرشد الزراعي يزورهم مرة واحدة كل شهرين، في حين أن 8% من المبحوثين يذكرون أن المرشد الزراعي يزورهم مرة واحدة كل شهر، في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين ذكروا أن زيارة المرشد الزراعي لهم تتم كل أسبوعين أو كل أسبوع 10%، 6% على التوالي.

وفيما يتعلق بمصادر المعلومات تشير البيانات إلى أن زهاء 38% من المبحوثين يعتمدون على الجيران والأصدقاء كمصدر للمعلومات، بينما 32% منهم يعتمدون على بائعي مستلزمات الإنتاج، وزهاء 14% يعتمدون على الإذاعة، وزهاء 12% يعتمدون على التلفزيون، في حين 2% فقط من المبحوثين يعتمدون على كل من المرشد الزراعي والصحف والمجلات بوصفها مصدراً للمعلومات.

ويتضح من البيانات أيضاً أن 38% من المبحوثين يدركون المشاكل الإنتاجية بدرجة متوسطة، وأن 28% منهم يدركون المشاكل بدرجة ضعيفة، في حين 22% منهم يدركون المشاكل الإنتاجية بدرجة عالية في حين أن 10% منهم يدركون المشاكل الإنتاجية بدرجة عالية جداً. أما فيما يتعلق بإدراك المشاكل التسويقية فقد تبين أن 82% من المبحوثين لا يدركون المشاكل التسويقية أو يدركونها بدرجة ضعيفة، و 14% منهم يدركون المشاكل التسويقية بدرجة متوسطة، وأن 2% منهم يدركون المشاكل التسويقية بدرجة عالية جداً.

ويتبين من البيانات أيضاً أن 66% من المبحوثين غير راضين عن خدمات الإرشاد الزراعي بالمنطقة، في حين نسبة 18% منهم راضون - إلى حد ما -، وأن 10% منهم راضون بدرجة ضعيفة، في حين عبر 6% من المبحوثين عن رضاهم عن خدمات الإرشاد الزراعي. وفيما يتعلق برغبة المبحوثين في الحصول على التدريب في مجال التسويق الزراعي فإن النتائج تشير إلى أن 76% من المبحوثين يرغبون في التدريب بدرجة كبيرة، في حين 16% منهم لا يرغبون في التدريب. في حين أن 8% منهم يرغبون في التدريب في مجال التسويق الزراعي بدرجة ضعيفة.

ثانياً: درجة معرفة المبحوثين بعمليات إعداد المنتج الزراعي بعد الجني (الحصاد)

تشير البيانات في الجدول (2) إلى أن 70 % من المبحوثين كانت درجة معرفتهم بعمليات إعداد المنتج الزراعي بعد الجني (الحصاد) وقبل عرضه في السوق ضعيفة وضعيفة جداً، في حين 30 % منهم كانت درجة معرفتهم متوسطة. وربما أمكن تفسير ذلك الانخفاض بعدم تعرض المبحوثين لمعلومات كافية عن هذه العمليات من قبل الجهاز الإرشادي بالمنطقة والذي ركز اهتماماته على عمليات الإنتاج ولم يعط أهمية كافية لعمليات التسويق وعمليات ما بعد الجني (الحصاد).

الجدول (2) درجة المعرفة بعمليات إعداد المنتج الزراعي بعد الجني (الحصاد)

درجة المعرفة	التكرار	%
ضعيفة جداً (0 - 1.67)	19	38
ضعيفة (1.68 - 2.34)	16	32
متوسطة (2.35 فأكثر)	15	30
الإجمالي	50	100

عدد العمليات (6) هي الفرز - التدرج - التغليف - التعبئة - التبريد - التجفيف

ثالثاً: العلاقة بين درجة معرفة المزارعين بعمليات إعداد المنتج الزراعي والخصائص الشخصية والاقتصادية والاجتماعية والاتصالية

تم حساب معامل الارتباط البسيط (معامل بيرسون) بين درجة معرفة المزارعين بعمليات إعداد المنتج الزراعي والخصائص الشخصية والاقتصادية والاجتماعية والاتصالية السابقة الذكر، وكانت النتائج كما هي موضحة بالجدول (3) ومن هذه النتائج يتضح أن هناك علاقة معنوية موجبة عند مستوى معنوية 0.01 بين كل من درجة معرفة المزارعين بعمليات إعداد المنتج الزراعي والعوامل الآتية: حجم حيازة الأرض الزراعية 0.253، ووجود مهنة أخرى بجانب الزراعة 0.346، ووجود مرشد زراعي بالمنطقة 0.232، وعدد الزيارات التي يقوم بها المرشد الزراعي 0.254، ومصادر المعلومات 0.248، وإدراك المشاكل الإنتاجية 0.266.

ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء أن حجم حيازة الأرض يعني رغبة المزارع في زراعة مساحة أكبر، ومن ثم الحصول على منتج أكثر مما يستوجب معه القيام بعمليات الفرز والتدرج حتى يتمكن من توزيع معظم إنتاجه وتسويقه، كما أن وجود مهنة أخرى بالإضافة إلى الزراعة قد تسهم في إعطاء فرصة للمزارع في التعرض لأهمية عمليات الفرز والتدرج والتعبئة، خاصة وأن المبحوثين الذين لديهم مهنة أخرى كانت مرتبطة بالتجارة، كذلك فإن وجود مرشد زراعي في المنطقة قد يكون له تأثير في درجة معرفة

المزارعين بأهمية عمليات إعداد المنتج بعد الجني (الحصاد) باعتباره مصدراً للمعلومة موثقاً بها لدى المزارعين، ويؤكد ذلك معنوية العلاقة بين درجة معرفة المزارعين بعمليات إعداد المنتج الزراعي وعدد الزيارات التي يقوم بها المرشد الزراعي إلى مناطقهم، بالإضافة إلى أن تعدد مصادر المعلومات ربما تكون أيضاً سبباً في زيادة درجة معرفة المزارعين بأهمية القيام بعمليات إعداد المنتج الزراعي بعد الجني (الحصاد).

الجدول (3) يوضح نتائج معامل الارتباط ودرجة المعنوية بين معرفة المزارعين بعمليات إعداد المنتج الزراعي والعوامل المدروسة

العوامل المدروسة	معامل الارتباط	درجة المعنوية
العمر	- 0.237	**
الحالة الاجتماعية	- 0.326	**
المستوي التعليمي	0.202	*
الخبرة الزراعية	- 0.334	**
حجم حيازة الأرض الزراعية	0.253	**
وجود مهنة أخرى بجانب الزراعة	0.346	**
نسبة الاعتماد على الزراعة	- 0.237	**
وجود مرشد زراعي بالمنطقة	0.232	**
عدد الزيارات التي يقوم بها المرشد الزراعي	0.254	**
مصادر المعلومات	0.248	**
إدراك المشاكل الإنتاجية	0.266	**
إدراك المشاكل التسويقية	0.059	—
الرضاء عن الإرشاد الزراعي	0.059	—
الرغبة في التدريب في مجال التسويق الزراعي	- 0.269	**

** معنوي عند مستوى 0.01 * معنوي عند مستوى 0.05 — غير معنوي

وتظهر النتائج أيضاً أن وجود مشاكل إنتاجية مثل: الإصابات المرضية والحشرية قد تؤدي إلى إنتاج أحجام متباينة من الثمار؛ مما يضطر المزارع إلى القيام بعملية الفرز لاستبعاد الثمار المصابة أو غير المرغوب فيها تسويقياً.

كما تشير النتائج في جدول (3) إلى وجود علاقة معنوية سالبة عند مستوى معنوية 0.01 بين كل من درجة معرفة المزارعين بعمليات إعداد المنتج الزراعي والعوامل الآتية: العمر -0.237، والحالة الاجتماعية -0.336، والخبرة الزراعية -0.334، ونسبة الاعتماد على الزراعة -0.237، والرغبة في التدريب في مجال التسويق الزراعي -0.269.

ويمكن تفسير نتائج هذه العلاقة السلبية بين درجة معرفة المبحوثين بعمليات إعداد المنتج الزراعي وأعمارهم على أساس أن صغار المزارعين ربما يكونون أكثر معرفة، وهي علاقة منطقية وتتفق مع الاتجاه القائل: إن صغار السن من المزارعين أكثر ميلاً إلى تطبيق كل جديد وتبنيه في مجال الزراعة. كما أن العلاقة بين درجة معرفة المبحوثين بعمليات إعداد المنتج الزراعي والحالة الاجتماعية وهي سالبة أيضاً تشير إلى أن المتزوجين أقل معرفة من غيرهم، وهي علاقة معقولة -إلى حد ما- إذا اعتبرنا أن الزواج مرتبط بالسن المبكرة في المناطق الريفية.

وتشير النتائج إلى أن العلاقة بين درجة معرفة المبحوثين بعمليات إعداد المنتج الزراعي والخبرة الزراعية هي في الاتجاه غير المتوقع، إلا أن ذلك يمكن تفسيره في ضوء أن حديثي العهد بالزراعة من المزارعين قد يكونون أكثر ميلاً لاتباع الأساليب الحديثة في المجال الزراعي سواءً في مجال الإنتاج أو مجال التسويق، وهذا يتفق مع ما سبق توضيحه في أن صغار السن وقليلي الخبرة يميلون إلى تطبيق الأساليب الجديدة وتبنيها في الزراعة.

كذلك الحال في العلاقة بين درجة معرفة المبحوثين بعمليات إعداد المنتج الزراعي و نسبة الاعتماد على الزراعة وهي علاقة سالبة، وربما تكون هذه العلاقة معقولة -إلى حد ما- إذا ما اعتبرنا أن من لديه عمل آخر كالتجارة أو الوظيفة ولا يعتمد على الزراعة اعتماداً كلياً ربما اكتسب التجار منهم طرائق جديدة في عرض المنتج الزراعي من خلال خبراتهم في المجال التجاري، وربما زادت معارف الموظفين منهم نتيجة لسعة اطلاعهم وفرص اختلاطهم مع الآخرين من ذوي الخبرة في هذا المجال. كما أن العلاقة بين درجة معرفة المبحوثين بعمليات إعداد المنتج الزراعي والتدريب علاقة سالبة، وهي تشير إلى أن غياب التدريب يزيد من الحاجة إلى المعرفة بالعمليات الواجب اتباعها قبل عرض المنتج الزراعي في السوق.

ويتضح من الجدول (3) أيضاً وجود علاقة معنوية موجبة عند مستوى معنوية 0.05 بين كل من درجة معرفة المزارعين بعمليات إعداد المنتج الزراعي والمستوى التعليمي 0.202، ويمكن تفسير هذه العلاقة بأن زيادة المستوى التعليمي يؤدي إلى سعة في الاطلاع ودراية أكبر بالعمليات الواجب اتباعها قبل عرض المنتج الزراعي في السوق كالفرز والتدريج والتعبئة... الخ. ولم توضح الدراسة وجود أية علاقة بين درجة معرفة المزارعين بعمليات إعداد المنتج الزراعي، وكل من إدراك المشاكل التسويقية، والرضا عن خدمات الإرشاد الزراعي. وقد يكون ذلك سببه ضعف الخدمات الإرشادية في مجال التسويق ومعاملات ما بعد الجني (الحصاد)، وفي الدور الذي يجب أن يقوم به الإرشاد الزراعي حول مساعدة المزارعين في كيفية تحديد مشاكلهم وترتيب أولوياتها.

التوصيات

من النتائج السابقة يمكن استخلاص التوصيات الآتية والتي ربما تساهم في تحسين العمل في مجال الإرشاد التسويقي:

1 - أظهرت الدراسة انخفاض مستوى معرفة المزارعين في منطقة وادي زبيد بعمليات إعداد المنتج الزراعي بعد الجني (الحصاد)، لذلك فمن الضروري تكثيف الجهود الإرشادية وزيادة البرامج في مجال معاملات ما بعد الجني (الحصاد) والتسويق التي من شأنها سد هذه الفجوة.

2 - أظهرت الدراسة أيضاً انخفاضاً في عدد الزيارات التي يقوم بها المرشد الزراعي، ومن ثم انخفاض درجة رضا المزارعين عن خدمات الإرشاد الزراعي، الأمر الذي يدعو إلى ضرورة دراسة الأسباب الحقيقية ووضع الحلول المناسبة لمجابهتها.

3 - التأكيد على ضرورة القيام بتنظيم دورات متخصصة في مجال الإرشاد التسويقي ومجال معاملات ما بعد الجني (الحصاد)، حيث أظهر المبحوثون اســــــتعداداً كبيراً لالتحاق بدورات تدريبية في هذا المجال.

المراجع REFERENCES

- الخولي، حسين زكي، والشاذلي، محمد فتحي، وفتحي، شادية. 1984 "الإرشاد الزراعي"، وكالة الصقر للصحافة والنشر، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية.
- الطنوبي، محمد محمد عمر. 1998. " مرجع الإرشاد الزراعي"، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان .
- سوانسون Swanson B.E. 1990. "الإرشاد الزراعي دليل مرجعي"، الطبعة الثانية، منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، روما، إيطاليا.
- عمر، أحمد محمد. 1992. "الإرشاد الزراعي المعاصر"، مصر للخدمات العلمية، القاهرة، ج.م.ع.
- كتاب الإحصاء السنوي. 2001. الجهاز المركزي للإحصاء، وزارة التخطيط والتنمية، صنعاء، الجمهورية اليمنية.
- كتاب الإحصاء الزراعي. 2000. الجهاز المركزي للإحصاء، وزارة التخطيط والتنمية، صنعاء، الجمهورية اليمنية.
- كتاب الإحصاء السنوي. 1996. الجهاز المركزي للإحصاء، وزارة التخطيط والتنمية، صنعاء، الجمهورية اليمنية.
- مركز بحوث الأغذية وتقانات ما بعد الجني (الحصاد). 2002. "ملخصات التقرير الفني لعام 2001" الهيئة العامة للبحوث والإرشاد الزراعي، وزارة الزراعة والري، الجمهورية اليمنية.
- منصور، محمود، ودرويش، سمير. 1998. "الإرشاد التسويقي للمنتجات الزراعية" ورقة عمل في مؤتمر الإرشاد الزراعي وتحديات التنمية الزراعية في الوطن العربي، المجلس العربي للدراسات العليا والبحث العلمي 9 - 11 ديسمبر، القاهرة، ج.م.ع.
- Watts. 1990. "الإطار التنظيمي للإرشاد الزراعي" في Swanson B.E. 1990. "الإرشاد الزراعي دليل مرجعي"، الطبعة الثانية، منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، روما، إيطاليا.

Received	2003/11/19	إيداع البحث
Accepted for Publ.	2004/05/18	قبول البحث للنشر