

دراسة تحليلية للمشكلات التسويقية في بعض قرى محافظة شمال سيناء

هناء محمد هوارى*

حنان سعد الدين حامد**

*كلية الزراعة-جامعة الفيوم

**مركز بحوث الصحراء

مجلة الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي-مجلد ١٧ - العدد ٤ - ٢٠١٤

المستخلص

استهدف البحث دراسة الوضع الراهن للمشكلات الزراعية التسويقية في محافظة شمال سيناء وذلك من خلال: التعرف على دوافع استزراع المبحوثين في تلك الأراضي، والأهمية النسبية لمصادر المعلومات الزراعية التسويقية، ومدى وجود مشكلات زراعية تسويقية، ودرجة تأثيرها السلبي عليهم، وتحديد معنوية العلاقة بين بعض الخصائص المدروسة للمبحوثين وبين كل من درجة وجود مشكلات تسويقية لديهم، وتأثيرها السلبي عليهم، واتجاهات المبحوثين نحو الاستقرار في تلك الأراضي، ومدى رضاهم عن تلك الإقامة، وأهم الخدمات الإرشادية التسويقية المقدمة من الإرشاد الزراعي في هذا المجال. وقد أجريت الدراسة على عينة عشوائية منتظمة من الزراع بلغ قوامها ١٧٢ حائزا تمثل نحو ٢٥% من إجمالي عدد الحائزين بقريتي الدراسة وذلك بواقع ١٠٦ حائزا بقرية السادات، و ٦٦ حائزا بقرية الخربة بمحافظة شمال سيناء.

وتمثلت أهم نتائج الدراسة في: أن أهم دوافع المبحوثين للاستزراع في الأراضي الجديدة التي وافقوا عليها تمثلت في: زيادة الدخل (٨٨.٩%)، وتحسين مستوى المعيشة (٨٨.٩%)، وأن أكثر مصادر المعلومات تواجداً تمثلت في: تجار الأسمدة والبنزور (٣.٩٩)، والمرشد الزراعي (٣.٣٤)، وأكثر المصادر التي يتعرض لها المبحوثين تمثلت في: الأهل والأقارب (٣.٥٤)، والأصدقاء والجيران (٣.٥١)، كما أن أكثرها استفادة تمثلت في: تجار الأسمدة والبنزور (٢.٩٥)، ومدير الجمعية الزراعية (٢.٩١)، أيضاً أوضحت النتائج أن أهم المشكلات التسويقية التي تواجه المبحوثين والخاصة بنقص المعارف والمهارات التسويقية تمثلت في: نقص الخبرة التسويقية (٣.٦٥)، أما بالنسبة للمشكلات الخاصة بمدى توفر الإمكانيات اللازمة للتسويق فقد تمثلت في: عدم توفر وسائل النقل (٣.٦٦)، وعدم توفر وسائل التخزين المناسبة (٣.٥٨)، في حين تعددت المشكلات الاقتصادية والتي كانت أهمها ارتفاع أسعار النقل (٣.٦٤)، وارتفاع التكاليف التسويقية (٣.٦٢)، وارتفاع أجور العمالة الفنية المدرية (٣.٦٢)، في حين كانت مشكلة سرعة تلف المنتج (٣.٤٤) أهم المشكلات المتعلقة بالمنتج الزراعي. كما بينت النتائج أن أكثر المشكلات التسويقية تأثيراً بالسلب والخاصة بنقص المعارف والمهارات التسويقية متمثلة في: عدم توافر بيانات عن احتياجات الأسواق (٢.٦٥)، ونقص الخبرة التسويقية (٢.٤٥)، وسوء تخزين الحاصلات الزراعية (٢.٤٥)، أما المشكلات الأكثر تأثيراً بالسلب والخاصة بمدى توفر الإمكانيات اللازمة للتسويق فقد تمثلت في: عدم توفر وسائل التخزين المناسبة (٥.٨٦)، في حين تعددت المشكلات الاقتصادية والتي كانت أهمها: عدم توفر التمويل اللازم (٣)، وارتفاع أجور العمالة الفنية المدرية (٢.٧٦)، في حين كانت مشكلة سرعة تلف المنتج (٢.٦٨) أهم المشكلات الأكثر تأثيراً بالسلب والخاصة بالمنتج الزراعي. كما أفادت النتائج أن ما يزيد على نصف المبحوثين (٥٢.٩%) التأثير السلبي للمشكلات التسويقية عليهم كبيراً، وذلك مقابل ٤٠.١% منهم كان التأثير متوسطاً.

كما أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية معنوية بين درجة وجود مشكلات تسويقية لدى المبحوثين والمتغيرات المستقلة التالية وهي: السن، والمستوى التعليمي، وعدد العمالة الأسرية، وعدد سنوات الخبرة في مجال الزراعة، ومدة التوطن في الأراضي الجديدة، وحجم الحيازة الزراعية، والتفرغ للعمل الزراعي، ودرجة توافر مصادر المعلومات الزراعية التسويقية، والتعرض لمصادر المعلومات الزراعية، والاستفادة من مصادر المعلومات، والاتجاه نحو الاستقرار في الأراضي الجديدة، والرضا عن الإقامة في الأراضي الجديدة، كما أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية معنوية بين درجة التأثير السلبي للمشكلات التسويقية على المبحوثين والمتغيرات المستقلة التالية وهي: السن، والمستوى التعليمي، الحالة الزوجية، وعدد أفراد الأسرة، وعدد العمالة الأسرية، ودوافع الاستزراع في الأراضي الجديدة، والتعرض لمصادر المعلومات الزراعية والرضا عن الإقامة في الأراضي الجديدة، والقدرة التسويقية.

وأظهرت النتائج أن ما يزيد على نصف المبحوثين (٥٢.٩%) موافقين على استقرارهم في تلك المناطق الزراعية الحديثة، وما يزيد على نصفهم أيضا (٥٥.٨%) راضين عن إقامتهم في تلك الأراضي، وكانت أهم أسباب رضاهم متمثلة في: تحسين مستوى المعيشة، والفرصة مناسبة للاستثمار، واتساع المساحات الزراعية والرغبة في تملك أرض زراعية والتي أجمع عليها جميع المبحوثين الراضين عن تلك الإقامة، في حين كان ٤٤.٢% منهم غير راضين عن تلك الإقامة، وقد تمثلت أهم أسباب عدم رضاهم في: عدم كفاية خدمات البنية الأساسية المتاحة (تعليم-صحة....) والتي أجمع عليها المبحوثين، بالإضافة إلى انعدام الأمن، وضعف مستوى الخدمات الإرشادية المقدمة، والتهميش للمحافظات الصحراوية وعدم الاهتمام بها حيث أشار إلى ذلك ٨٩.٥% من المبحوثين غير الراضين عن تلك الإقامة وذلك لكل منها على حده. كما أشارت النتائج أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٩٦.٥%) إلى عدم تقديم الإرشاد الزراعي خدمات في هذا المجال، لذا فقد تعددت الخدمات الإرشادية المطلوبة فيه والتي تمثلت أهمها في: عقد دورات تدريبية خاصة في مجال التسويق، وتعريف الزراع بمنافذ تسويقية جديدة وتكثيف الدعم الفني الزراعي، وتوفير مستلزمات الإنتاج الزراعي حيث أشار إلى ذلك ٨٣%، و ٧٩.١%، و ٧٩.١% على الترتيب.

في ضوء ما أسفرت عنه نتائج الدراسة أمكن استخلاص بعض التوصيات وذلك على النحو التالي:

١- ضرورة تفعيل دور الإرشاد الزراعي في الأراضي الجديدة وفي مجال التسويق على وجه الخصوص في ضوء ما أوضحتها النتائج من عدم تقديمه خدمات في هذا المجال، والاهتمام بتوفير الخدمات التي أشار إليها المبحوثين.

٢- ضرورة الاهتمام بربط الإنتاج في الأراضي الجديدة باحتياجات الأسواق داخليا وخارجيا مع العمل على تشجيع الإنتاج من أجل التصدير.

٣- أهمية تعريف الزراع بمصادر التمويل المتاحة وتسهيل وصولهم وتعاملهم مع تلك المصادر وتيسير حصولهم على قروض وخفض قيمة فوائدها لزيادة قدرتهم على تحسين جودة الإنتاج الزراعي وكذا الأنشطة التسويقية.

٤- دعم صغار الزراع خاصة في المناطق الحديثة بما يكفل لهم القدرة على إقامة مشروعات زراعية ناجحة والقدرة على الاستمرارية، مع تشجيعهم على زراعة المحاصيل الإستراتيجية الأمر الذي يساهم في تقليل الفجوة الغذائية التي تعاني منها الدولة من جهة، وتقليل الضغط السكاني على الوادي والدلتا من جهة أخرى.

٥-تفعيل دور الجمعيات التعاونية الزراعية خاصة بتلك المناطق بما يكفل لها العودة إلى أدوارها الفعالة خاصة لصغار الزراع في توفير كافة مستلزمات الإنتاج الزراعي في الوقت المناسب وبأسعار مناسبة، وعمل برامج جيدة للتسويق التعاوني لخفض الفاقد من الإنتاج، وخفض متوسط تكلفة الخدمات التسويقية من نقل وتخزين.....إلخ