

## دراسة لبعض العوامل الاقتصادية والاجتماعية لمزارعي الخضار في محافظة ريف دمشق

محمد العبد الله<sup>(1)</sup> وسمعان العطوان<sup>(2)</sup> ورفيق صالح<sup>(3)</sup>

### الملخص

أجريت هذه الدراسة في محافظة ريف دمشق نظراً لأهمية زراعة الخضروات في هذه المحافظة لذلك فقد اختيرت منطقتان منها بشكل عشوائي هما قطنا ودوما، ثم اختيرت أربع قرى من كل منطقة، بشكل عشوائي، وعشرة مزارعي خضار من كل قرية، عشوائياً، ليكون حجم العينة الكامل ثمانين مزارعاً. جمعت المعلومات (عن طريق المقابلة الشخصية للمستهدفين) بواسطة استمارة صممت خصيصاً لذلك بعد التجريب المسبق و التعديل. يهدف هذا البحث إلى دراسة العوامل الشخصية والاقتصادية - الاجتماعية لمزارعي الخضار في المحافظة ومعرفة مصادر المعلومات الزراعية، والقنوات التسويقية والاحتياجات التدريبية للمستهدفين، وأهم المعوقات التي يواجهونها في إنتاج الخضروات وتسويقها.

أظهرت نتائج البحث أن غالبية المستهدفين كانوا متدني المستوى التعليمي ومتوسطي العمر وحجم العائلة والحالة الاقتصادية - الاجتماعية، ويمتلكون حيازات زراعية صغيرة خاصة ومستوى مشاركة اجتماعية متدنياً. كما بيّنت النتائج أن غالبية المزارعين يحصلون على معلوماتهم الزراعية عن طريق الأقارب والجيران والإرشاد الزراعي. أما المعلومات التسويقية فالغالبية العظمى من المزارعين يحصلون عليها من سوق الهال و التجار المحليين، وغالبيتهم يبيعون محصولهم في سوق الهال المجاور. أما النشاطات التي يرغب المزارعون في التدريب عليها فكان أهمها: التعرف على الآفات الزراعية التي تصيب محاصيلهم وطرائق مكافحتها وعمليات ما بعد الحصاد مثل التخزين والتعليق. كما أظهرت الدراسة وجود علاقة إيجابية ومعنوية بين كل من عمر المزارعين وعدد أفراد أسرهم ومستوى المشاركة الاجتماعية عندهم، وعلاقة سلبية معنوية مع مستواهم التعليمي. بالنسبة للمعوقات الإنتاجية والتسويقية التي يواجهها المزارعون فقد، أشارت الدراسة إلى أن أهم هذه المعوقات كان ارتفاع أسعار البذار، ولاسيما المستورد منه، وصعوبة تمييز الآفات التي تصيب محاصيلهم، وارتفاع أسعار الأسمدة، وقلّة أسعار الخضروات وتقلبها فضلاً عن غلاء عمولة التجار في سوق الهال.

**الكلمات المفتاحية:** مزارعو الخضار، مصادر المعلومات، الاحتياجات التدريبية،

المعوقات.

(1) مدرس، (2) أستاذ مساعد، قسم الاقتصاد الزراعي، (3) أستاذ مساعد، قسم المحاصيل الحقلية، كلية الزراعة، جامعة دمشق، ص.ب. 30621 سورية.

## A study of Some Socio – Economic Variables of Vegetable Farmers in Damascus District

Mohammad Abdullah<sup>(1)</sup>, Samaan Al Atwan<sup>(2)</sup>  
and Rafik Saleh<sup>(3)</sup>

### ABSTRACT

The study was conducted in Damascus district, due to the importance of vegetable cultivation in this area. Two towns were selected randomly and four villages from each selected town with ten vegetable farmers from each selected village were randomly selected for the study. Thus, the total size of the sample was 80 farmers. The data was collected with the help of specially designed and pre-tested interview schedule. The objectives of the study were; to study some socio - economic variables of vegetable growers, and to know their sources of agricultural information, marketing channels, training needs and the main constraints faced them in producing and marketing of vegetables.

The study revealed that, majority of respondents were low educational level, and medium age, family size and socio – economic status with low level of social participation, and they have their own small size holding. The study also showed that, majority of the farmers depend on their relatives as the main source of agricultural information and on the wholesale market and traders as the source of marketing information. Regarding the training needs of the farmers, it was observed that, majority of the vegetable farmers need to attend training on the pest identification and control, and post harvest technologies, like storage and sheathing. The study, also, showed positive and significant correlation between age, family size and social participation of the farmers and their training needs, and a negative correlation with their educational level and their training needs. Regarding to the production and marketing constraints faced by the farmers, the study revealed that, high price of seed (specially imported), difficulty in identifying pests, high price of fertilizers, low and fluctuation of vegetable prices and high commission rate of the traders were the main constraints facing the farmers.

**Key words:** Vegetables, Farmers, Source of information, Training need, Constraints.

---

<sup>(1)</sup>Assistant. profissor, <sup>(2)</sup> Associat profissor, Department of Economics, <sup>(3)</sup> Associat profissor, Department of Agronomy, Faculty of Agriculture, Damascus University. P.O.Box. 30621, Syria.

## المقدمة

شهدت السنوات الأخيرة ازدياداً ملحوظاً في إنتاج الخضروات الصيفية والشتوية في سورية. فعلى الرغم من انخفاض المساحة المزروعة من الخضروات (الصيفية والشتوية) من 165539/هكتار عام 1992 إلى 116000/هكتار عام 2001. إلا أن الإنتاج الكلي قد ازداد من 2219883/طن إلى 3216837/طن للفترة نفسها، وقد أسهمت محافظة ريف دمشق بـ 71809 طن من هذا الإنتاج في عام 2001\*. هذا الإنتاج أدى إلى زيادة العرض على الطلب المحلي لهذه المحاصيل، الأمر الذي انعكس سلباً على أسعارها ومن ثم تأثر المزارعون بهذا الانعكاس، فكان لا بد من البحث عن أسواق خارجية للتصريف، ولاسيما الدول العربية المجاورة، ولكن هذا ليس بالأمر السهل في ظل الانفتاح العربي التجاري ولاسيما من خلال منطقة التجارة العربية الحرة التي ستؤدي إلى منافسة محاصيلنا في عقر دارنا. لذلك فمن أجل رفع القدرة التنافسية لمحاصيلنا (داخل القطر وخارجه) مع تحقيق هامش ربح مناسب للمنتجين، كان لا بد من البحث عن الطرائق الكفيلة بتقليل تكاليف زراعة الخضروات وفي الوقت نفسه تحسين جودتها، وتطوير آليات تسويقها بما يكفل تلبية أذواق المستهلكين ورغباتهم. يتطلب هذا الأمر الاهتمام بمزارعي هذه المحاصيل وتأمين احتياجاتهم وحل المعوقات التي تعترضهم.

### أهمية الدراسة وهدفها

- 1- دراسة العوامل الشخصية والاقتصادية - الاجتماعية لمزارعي الخضار في المحافظة.
- 2- معرفة مصادر المعلومات الزراعية (الإنتاجية) التي يعتمد عليها المزارعون في زراعة الخضار.
- 3- معرفة القنوات التسويقية التي يستخدمها المزارعون لتسويق محاصيلهم.
- 4- تحديد الاحتياجات التدريبية للمزارعين.
- 5- تحديد نوع العلاقة بين العوامل الشخصية والاقتصادية - الاجتماعية لمزارعي الخضار واحتياجاتهم التدريبية.
- 6 - تحديد أهم المعوقات التي يواجهها المزارعون في إنتاج الخضروات وتسويقها:

في هذا السياق وجد (Bhujbal, 1997) أن غالبية 65.0% المستهدفين المشاركين في برنامج تطوير البستنة كانوا متوسطي العمر، والحالة الاقتصادية - الاجتماعية 63.0%، وكان زهاء ثلثهم 32.0% أميين. لقد لاحظ (Kumar, 1993) أن غالبية المزارعين 83.33% اعتمدوا على الأقارب كمصدر أساسي للمعلومات، يليهم الجيران 83.33%

\* المجموعة الإحصائية الزراعية 2003 الصادرة عن وزارة الزراعة، دمشق، سورية.

والأصدقاء 72.92% . أما Sonawne *et al*, (2001) فقد وجد أن الغالبية العظمى من المزارعين 96.87% يعتمدون على المرشد الزراعي كمصدر للمعلومات، ثم يليه الأصدقاء 90.0%، والتلفزيون 89.00%، والإذاعة 82.81% والجيران 76.56%. لقد وجد (Shinde *et al*, (2001) أن المرشد الزراعي، والأصدقاء والأقارب كانوا المصدر الرئيسي للمعلومات بالنسبة للمزارعين.

أما بالنسبة للاحتياجات التدريبية للمزارعين فإن (Streedaya & Sushama, (2000) وجد أن الأنشطة التي تتعلق بوقاية النبات من الآفات احتلت المركز الأول، تليها طرائق التسميد وكمياته، ثم طرائق تخزين الخضار. أما (Sharma *et al*, (2000) فقد لاحظوا أن كميات الأسمدة ومواعيدها، وطرائق جمع البطاطا وتخزينها، وطرائق وقايتها من الأمراض كانت من أهم الأنشطة التي يرغب المزارعون في التدريب عليها.

بالنسبة للمعوقات التي تعترض المنتجين فقد لاحظ (Waman & Patil, (2000) أن غلاء ثمن الأسمدة 94.66% والبذور 86.0%، وغلاء ثمن المبيدات العشبية وقلّة فاعليتها 76.67% وصعوبة تمييز الآفات 54.66%، كانت من أهم المعوقات الإنتاجية التي عانى منها مزارعو البصل. أما بالنسبة للمعوقات التسويقية فكان أهمها انخفاض أسعار المنتج 92.0%، وتقلب الأسعار 86.0% وعدم المعرفة بطرائق التخزين 75.33% والتدريج 56.66%. أما (Mulkule *et al*, (2001) فقد وجدوا أن غالبية المزارعين 93.33% عانوا من غلاء أسعار المبيدات، وتقلب أسعار المحاصيل 86.0%، وعدم توافر الأسمدة في الوقت المناسب 85.33%، وغلاء ثمن الأسمدة 74.66%، وغلاء البذور 64.60% وعدم توافر البرادات من أجل التخزين 60.0%. كما أن (Patil *et al* (2001) وجد أن غالبية مزارعي القرع عانوا من غلاء ثمن الأسمدة والمبيدات فضلاً عن نقص العمالة وشح المياه في الصيف.

كان غياب المعلومات التسويقية (الداخلية والخارجية)، وعدم كفاية وسائل النقل المخصصة لنقل المنتجات الزراعية، والنقص الكبير في المخازن المبردة وتعدد القنوات التسويقية والوسطاء، ومن ثم ارتفاع التكاليف التسويقية، من أهم المعوقات التسويقية التي اعترضت المزارعين في معظم الدول العربية (المنظمة العربية للتنمية الزراعية، (2000). أما في سورية فأهم المعوقات التسويقية التي يعاني منها تسويق الخضروات هي: عدم كفاية وسائل النقل المبردة، وارتفاع الهدر في السلع المخزنة وضعف خدمات التدريج والفرز والتي تعتمد على الطرائق اليدوية في معظم الأحيان (المنظمة العربية للتنمية الزراعية، 1985).

## مواد البحث وطرائقه

### اختيار عينة الدراسة

أجريت هذه الدراسة في محافظة دمشق، سنة 2004، نظراً لأهمية زراعة الخضروات في هذه المحافظة، لذلك فقد اختيرت منطقتان منها بشكل عشوائي هما دوما وقطنا، ثم اختيرت أربع قرى من كل منطقة، بشكل عشوائي، وعشرة مزارعي خضار من كل قرية، عشوائياً، ليكون حجم العينة الكامل ثمانين مزارعاً.

### طريقة جمع البيانات

صممت استمارة خاصة من أجل جمع البيانات المتعلقة بالدراسة، وذلك في ضوء الأهداف البحثية السابقة، ثم جربت هذه الاستمارة على مجموعة (15 مزارعاً) من المزارعين من خارج العينة، وبناءً على ذلك عدّلت الاستمارة بما يخدم أهداف البحث. جمعت البيانات عن طريق المقابلة الشخصية للمستهدفين في حقولهم أو منازلهم بعد أن شرحت لهم أهداف المقابلة والغاية من الدراسة.

### عوامل الدراسة و طرائق قياسها

ركزت هذه الدراسة على بعض العوامل الشخصية والاقتصادية - الاجتماعية للمزارعين وهذه العوامل هي: العمر، والمستوى التعليمي، وحجم العائلة، ومساحة الحيازة الزراعية، ونوع الحيازة، والمشاركة الاجتماعية، والحالة الاقتصادية - الاجتماعية للمزارعين، ومصادر المعلومات الزراعية (الإنتاجية والتسويقية)، والقنوات التسويقية، والاحتياجات التدريبية للمزارعين والمعوقات الإنتاجية والتسويقية. بالنسبة لكل من العمر، والمستوى التعليمي، وحجم العائلة، ومساحة الحيازة الزراعية، ونوع الحيازة، ومصادر المعلومات الزراعية (الإنتاجية والتسويقية)، والقنوات التسويقية والمعوقات الإنتاجية والتسويقية قيست عن طريق تضمين الاستمارة أسئلة خاصة بهذه العوامل. وقيست المشاركة الاجتماعية والحالة الاقتصادية - الاجتماعية للمزارعين باستخدام مقياس الحالة الاقتصادية - الاجتماعية المصمم من قبل (Trivedi, 1963) والمعدل من قبل (Abdullah, 2003). أما بالنسبة للاحتياجات التدريبية للمزارعين فقد حددت سبعة أنشطة تدريبية وهي: تحديد علامات نضج المحصول، والفرز، والتغليف، والتخزين، وطرائق الزراعة، وأساليب خدمة المحصول والتعرف على الآفات ومكافحتها. قيس مدى الاحتياج التدريبي لكل نشاط باستخدام مقياس ثلاثي الخيارات وهم: بحاجة ماسة، بحاجة ولست بحاجة وأعطيت الدرجات 3, 2, 1 لهذه الخيارات، على التوالي، ولكل نشاط من الأنشطة التي يرغب المزارعون في التدريب عليها، ومن ثم حسبت علامة كل نشاط وذلك بضرب تكرار هذا النشاط بالدرجة المقابلة للخيار، ثم جمعت العلامة الكلية لكل

نشاط على حدة ورتبت الأنشطة بحسب درجاتها ومن ثم قيست باستخدام التوزيع التكراري لها والنسبة المئوية.

### التحليل الإحصائي

عُدَّت العوامل الشخصية (العمر والمستوى التعليمي) والعوامل الاقتصادية - الاجتماعية (حجم العائلة، ومساحة الحيازة، ونوع الحيازة، والمشاركة الاجتماعية والحالة الاقتصادية الاجتماعية للمزارعين) كعوامل مستقلة والاحتياجات التدريبية للمزارعين كعامل متغير، وحددت العلاقة بينهم عن طريق معامل الارتباط البسيط (r) Pearson's Correlation Co-efficient واختبار معنوية هذا العامل وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي Microsoft Excel. كما استخدم كل من معامل الانحراف المعياري (Sd) والمتوسط الحسابي (X) وذلك لتقسيم بعض عوامل الدراسة (العمر، وحجم العائلة، ومساحة الحيازة، والمشاركة الاجتماعية والحالة الاقتصادية - الاجتماعية) إلى ثلاث فئات وذلك بحسب  $x \pm Sd$ . كما استخدم التوزيع التكراري والنسبة المئوية لعرض النتائج وتحليلها.

### المناقشة

#### أولاً- العوامل الشخصية والاقتصادية - الاجتماعية لمزارعي الخضار

##### 1- المستوى التعليمي:

نلاحظ من الجدول (1) أن أكثر من نصف المزارعين 56.25% متدنون المستوى التعليمي، وأكثر من ربعهم بقليل 28.75% متوسطو المستوى التعليمي، أما المزارعون ذوو المستوى التعليمي العالي والأميون فكانت نسبهم 5 و10 بالمئة، على التوالي. إذاً الغالبية العظمى 90% من المزارعين متعلمون، وهذا يساعد على تواصل المرشدين الزراعيين معهم و يمكنهم من استخدام جميع الطرائق الإرشادية المتاحة من أجل توصيل التقانات الزراعية الحديثة لهم. هذه النتائج لا تتوافق مع نتائج Bhujbal, (1997).

##### الجدول (1) توزيع مزارعي الخضار بحسب المستوى التعليمي لهم

مسلسل	المستوى التعليمي للمزارعين	التكرار (N=80)	النسبة المئوية %
1	أمي	8	10
2	متدن (حتى الابتدائية)	45	56.25
3	متوسط (حاصل على إعدادية أو ثانوية)	23	28.75
4	عال (أكثر من ثانوية)	4	5

المصدر: احتسبت اعتماداً على بيانات الاستمارة

## 2- العمر:

تظهر البيانات في الجدول (2) أن غالبية مزارعي الخضار 57.5% متوسطو العمر، أي ما بين 34 و55 سنة، وهذا يدل على أن غالبية المزارعين ناضجين فيزيائياً واجتماعياً الأمر الذي يمكنهم من العطاء المستمر والقدرة الكاملة على اتخاذ القرارات فيما يتعلق بشؤونهم الزراعية. أما بقية المزارعين فقد كان زهاء ربعهم 21.5% متقدمين في العمر ونسبة قليلة 12.25% منهم لا يزالون في ريعان الشباب. هذه النتائج تتوافق مع Bhujbal, (1997)

الجدول (2) توزيع مزارعي الخضار بحسب الفئات العمرية

مسلسل	الفئات العمرية	التكرار N=80	النسبة المئوية %
1	شباب (حتى 35 سنة)	17	12.25
2	متوسطو العمر (من 36 - 55 سنة)	46	57.5
3	متقدمو العمر (أكثر من 55 سنة)	17	21.25

SD= 10

X=45

المصدر: احتسبت اعتماداً على بيانات الاستمارة

## 2- حجم العائلة:

تشير الدراسة، كما في الجدول (3)، إلى أن غالبية مزارعي الخضار في المحافظة 58.75% لديهم عائلات متوسطة الحجم. أما المزارعون الذين لديهم عائلات كبيرة وصغيرة الحجم فكانت نسبتهم 22.5 و18.75 بالمئة، على التوالي.

الجدول (3) توزيع مزارعي الخضار بحسب حجم العائلة

مسلسل	حجم العائلة	التكرار N=80	النسبة المئوية %
1	صغيرة (حتى 5 أشخاص)	15	18.75
2	متوسطة (من 6 - 10 أشخاص)	47	58.75
3	كبيرة (أكثر من 10 أشخاص)	18	22.5

SD= 2.4

X=7.6

المصدر: احتسبت اعتماداً على بيانات الاستمارة

## 4- مساحة الحيازة الزراعية:

بالنظر إلى الجدول (4) نجد أن أكثر من ثلثي المزارعين 66.25% يمتلكون حيازات زراعية صغيرة المساحة (أقل من 20 دونماً)، وهذا ربما يعود بشكل أساسي إلى محدودية الأراضي القابلة للزراعة ومصادر الري في هذه المناطق، فضلاً عن قانون الإرث السائد في القطر والذي يقضي بتقسيم أرض الفلاح بين أبنائه بعد وفاته، الأمر الذي يؤدي إلى تفتيت الحيازة الزراعية التي قد تكون صغيرة بالأصل. أما بقية المزارعين فقد كان 22.5% و11.25% منهم يمتلكون حيازات زراعية متوسطة وكبيرة، على التوالي.

الجدول (4) توزيع مزارعي الخضار بحسب مساحة الحيازة

مسلسل	مساحة الحيازة	التكرار N=80	النسبة المئوية %
1	صغيرة (حتى 20 دونما)	53	66.25
2	متوسطة (من 20 حتى 50 دونما)	18	22.5
3	كبيرة (أكثر من 50 دونما)	9	11.25

SD= 14.8

X=35

المصدر: احتسبت اعتماداً على بيانات الاستمارة

#### 5- نوع الملكية:

تشير البيانات الموجودة في الجدول (5) إلى أن الغالبية العظمى من المزارعين 81.25% لديهم حيازات ذات طابع ملكية خاصة. المنتفعون من قانون الإصلاح الزراعي والمستأجرون للأرض كانت نسبهم 6.25 و 22.5 بالمئة، على التوالي. إن تملك المزارع للأرض التي يعمل بها عامل مهم جداً في التنمية الزراعية. إذ إن ملكية الفلاح لأرضه تعطيه نوعاً من الأمان والاستقرار وتؤمن مصدر دخل دائماً له ولأسرته، وتحفزه على الاستخدام الأمثل لهذا المورد وتعطيه الحرية الكاملة في اختيار المحاصيل والأساليب التي يراها مناسبة له ولأسرته. لذلك فإن امتلاك معظم مزارعي الخضراوات لأرضهم (كما بينت الدراسة) يعد مؤشراً جيداً لعملية التنمية الريفية.

الجدول (5) توزيع مزارعي الخضار بحسب نوع الملكية للحيازة الزراعية

مسلسل	نوع الملكية	التكرار N=80	النسبة المئوية %
1	خاصة	57	81.25
2	إصلاح زراعي	5	6.25
3	أجار	18	22.5

المصدر: احتسبت اعتماداً على بيانات الاستمارة

#### 6- الحالة الاقتصادية - الاجتماعية للمزارعين :

نستخلص من الجدول (6) أن أكثر من ثلثي 71.25% مزارعي الخضار في محافظة دمشق متوسطو الحالة الاقتصادية - الاجتماعية، وأقل من خمسهم 16.25% ذوو حالة اقتصادية - اجتماعية عالية. أما المزارعون ذوو الحالة الاقتصادية - الاجتماعية المتدنية فقد شكلوا نسبة قليلة 12.5% من المزارعين. هذه النتائج تتوافق مع (Bhujbal, 1997). نظراً لأن معظم المزارعين ذوو وضع اقتصادي - اجتماعي متوسط فهذا يتطلب الكثير من العمل من أجل المساعدة في تحسين أحوالهم المعيشية مع التركيز على المزارعين الفقراء (ذوي الحالة الاقتصادية - الاجتماعية المتدنية) في برامج التنمية.

الجدول (6) توزيع مزارعي الخضار بحسب الحالة الاقتصادية والاجتماعية

مسلسل	الحالة الاقتصادية - الاجتماعية	التكرار N=80	النسبة المئوية %
-------	--------------------------------	--------------	------------------

12.5	10	ضعيفة (حتى 28 نقطة)	1
71.25	57	متوسطة (من 29 - 48)	2
16.25	13	عالية (أكثر من 48 نقطة)	3

SD= 11

X=39

المصدر: احتسبت اعتماداً على بيانات الاستمارة

## 7- المشاركة الاجتماعية :

تشير المشاركة الاجتماعية إلى مدى انخراط الفرد في مختلف المنظمات الاجتماعية الموجودة في مجال بيئته، وبناءً على ذلك فقد حددت المشاركة الاجتماعية للمزارعين كما يظهرها الجدول (7)، والذي يبين أن أكثر من نصف المزارعين 52.5% مشاركتهم الاجتماعية ضعيفة، أما المزارعون الذين يتمتعون بمشاركة اجتماعية متوسطة وعالية فقد كانت نسبتهم 40% و 7.5%، على التوالي. تشير الكثير من الدراسات إلى أن مستوى المشاركة الاجتماعية للمزارعين يؤثر في مستوى انخراطهم في البرامج والنشاطات الإرشادية المعنية بهم. لذلك كما نلاحظ من البيانات السابقة أن الغالبية العظمى من المزارعين كانت مشاركتهم الاجتماعية وسطاً وما دون، الأمر الذي يدعو إلى تكثيف جهود المرشدين الزراعيين وجميع الفعاليات المعنية بالتنمية الريفية على حث المزارعين وتشجيعهم على الانخراط في جميع النشاطات الإرشادية والتثقيفية المقدمة لهم.

## الجدول (7) توزيع مزارعي الخضار بحسب المشاركة الاجتماعية

النسبة المئوية %	التكرار N=80	المشاركة الاجتماعية	مسلسل
52.5	42	ضعيفة (1 نقطة)	1
40	32	متوسطة (2-3 نقاط)	2
7.5	6	عالية (4-5 نقاط)	3

SD= 1

X=2

المصدر: احتسبت اعتماداً على بيانات الاستمارة

## ثانياً: مصادر المعلومات الإنتاجية والتسويقية لمزارعي الخضار

المقصود بمصادر المعلومات هو عدد الأشخاص الذين يتواصل معهم المزارع من أجل الحصول على المعلومات المتعلقة بإنتاج الخضروات أو تسويقها (Shirke et al, 2002).

لقد تم تمييز ستة مصادر للمعلومات التي يعتمد عليها المزارعون في إنتاجهم لمحاصيل الخضار (جدول 8). وقد لوحظ أن غالبية المزارعين 61.25% يحصلون على المعلومات المتعلقة بزراعة الخضار من أقاربهم. يليهم المزارعون الذين يحصلون على المعلومات عن طريق جيرانهم 42.5%، ثم الذين يعتمدون على المرشد الزراعي في الوحدة الإرشادية المجاورة 41.25% كمصدر للمعلومات. أما المزارعون الذين يعتمدون على المراكز الزراعية الخاصة الموجودة بالمنطقة (الصيدليات الزراعية)، وعلى وسائل

الإعلام (تلفزيون وإذاعة بشكل خاص) وعلى الأصدقاء فقد كانت نسبتهم 25 و 15 و 13.75 بالمئة، على التوالي. هذه النتائج تتوافق -إلى حد ما- مع Kumar, (1993) ولا تتوافق كثيراً مع Sonawne (2001), *et al*. نلاحظ مما سبق أن ترتيب المرشد الزراعي كمصدر للمعلومات الزراعية يأتي ثالثاً بعد الأقارب والجيران، في الوقت الذي يجب أن يكون هو المصدر الأساسي لهذه المعلومات، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على ضعف أداء المرشدين الزراعيين في هذه المناطق وربما قلة ثقة المزارعين بهم. كما نلاحظ أيضاً أن دور وسائل الإعلام المختلفة (مرئي، مسموع، مقروء) كان هامشياً جداً بالمقارنة مع التطور الذي حصل في هذا القطاع الحيوي في سورية والعالم.

الجدول (8) توزيع مزارعي الخضار بحسب مصادر المعلومات الإنتاجية

مسلسل	مصادر المعلومات الإنتاجية	التكرار	النسبة المئوية %
1	الأصدقاء	11	13.75
1	الأقارب	49	61.25
2	الجيران	34	42.5
4	المرشد الزراعي	33	41.25
5	المراكز الزراعية الخاصة	20	25
6	وسائل الإعلام	12	15

المصدر: احتسبت اعتماداً على بيانات الاستمارة

أما بالنسبة للمعلومات التسويقية (عرض، طلب، أسعار) فقد أشارت البيانات الموجودة في الجدول (9) إلى أن سوق الهال 65.0% وتجار المنطقة 30% كانا المصدر الأساسي للمعلومات التسويقية بالنسبة للمزارعين. أما الجيران فقد كان دورهم ضعيفاً 12.5% كمصدر للمعلومات. وهنا نلاحظ الغياب التام لدور الإعلام بوصفه مصدراً موثقاً به للمعلومات التسويقية التي تهتم المزارعين.

الجدول (9) توزيع مزارعي الخضار بحسب مصادر المعلومات التسويقية

مسلسل	المعلومات التسويقية	التكرار N=80	النسبة المئوية %
1	الجيران	10	12.5
2	التجار	24	30
3	السوق	52	65
4	وسائل الإعلام	0	0

المصدر: احتسبت اعتماداً على بيانات الاستمارة

## ثالثاً: القنوات التسويقية:

لقد تطرقت الدراسة إلى معرفة الطرائق المختلفة التي يتبعها المزارعون في تسويق منتجاتهم من الخضار، و كانت النتائج كما يوضحها الجدول (10). إذ يلاحظ أن غالبية المزارعين 61.25% يبيعون منتجاتهم من الخضار في سوق الهال المجاور، وزهاء ثلث المزارعين 31.25% يبيعون خضرواتهم إلى التجار مباشرة. أما الذين يبيعون إنتاجهم إلى الباعة المحليين فقد شكلوا 27.5% من المزارعين. بالنسبة للطرائق التسويقية الأخرى التي لوحظت هي البيع ذاتياً من قبل المزارع 12.5%، والبيع في أسواق المدن الأخرى 7.5%.

الجدول (10) توزيع مزارعي الخضار بحسب القنوات التسويقية

النسبة المئوية %	التكرار N=80	القنوات التسويقية	مسلسل
12.5	10	ذاتي	1
27.5	22	الباعة المحليون	2
31.25	25	التاجر	3
61.25	49	سوق الهال المجاور	4
7.5	6	إلى مدينة أخرى	5

المصدر: احتسبت اعتماداً على بيانات الاستمارة

## رابعاً: الاحتياجات التدريبية للمزارعين:

يعني مصطلح الحاجة وجود نقص أو عوز في جانب معين أو أمر ما، وهي تؤدي إلى حالة من عدم التوازن، وعليه فإن إحدى المهام الرئيسية للمجتمع هي مقابلة احتياجات أفراد. وهناك عدد من العوامل التي تؤثر في تحديد الحاجة منها الأوضاع المادية والعادات والثقافة والعمر.....إلى غير ذلك من العوامل التي يصعب حصرها (مرسي، 1999).

نلاحظ من الجدول (11) أن أكثر العمليات الزراعية التي يحتاج المزارعون للتدريب عليها هي طرائق التعرف على الآفات ومكافحتها 83.75%، ثم يليه كيفية تخزين المحصول 51.25%، وأساليب خدمة المحصول، والتغليف، وطرائق الزراعة، وفرز المحصول وتحديد علامات نضج المحصول. هذه النتائج تتوافق -إلى حد كبير- مع نتائج Streedaya & Sushama, (2000).

الجدول (11) توزيع مزارعي الخضار بحسب احتياجاتهم التدريبية

النشاطات الزراعية		الترتيب		مجموع العلامات		بحاجة ماسة		بحاجة		لست بحاجة							
						%		F		%							
تحديد علامات نضج المحصول		4		112		9		11.25		14		17.5		57		71.5	

75	60	21.25	17	3.75	3	103	7	فرز المحصول
58.75	47	33.75	27	7.5	6	119	3	التغليف
48.75	39	30	24	21.25	17	138	2	التخزين
73.75	59	20	16	6.25	5	106	6	طرائق الزراعة
16.25	13	47.5	38	36.25	29	176	1	التعرف على الآفات ومكافحتها
70	56	26.25	21	3.75	3	107	5	أساليب خدمة المحصول

المصدر: احتسبت اعتماداً على بيانات الاستمارة

إن قلة معلومات المزارعين فيما يخص وقاية النبات تعكس مدى خطورة هذه المسألة وأهميتها بالنسبة للمزارعين وكذلك تعكس تقصير المرشدين الزراعيين في هذا المجال وعدم تواصلهم الجيد مع المزارعين ومن ثم تحقيق رغباتهم. كذلك الأمر بالنسبة لبعض النشاطات التسويقية التي يرغب المزارعون بالتدريب عليها ولاسيما عمليتي التخزين والتغليف. وبشكل عام فإن العمليات التسويقية لا تحظى بالاهتمام المناسب من قبل أنظمة الإرشاد الزراعي في الجمهورية العربية السورية. إذ ظلت عملية الإرشاد الزراعي قاصرة على تدريب المزارعين على أداء العمليات الزراعية الفنية الخاصة بالإنتاج وتطبيقها دونما إعطاء الجانب التسويقي الاهتمام الكافي، (المنظمة العربية للتنمية الزراعية، 1999).

#### خامساً: تحديد العلاقة بين العوامل الاقتصادية والاجتماعية للمزارعين واحتياجاتهم التدريبية

دُرست العلاقة بين العوامل الاقتصادية والاجتماعية (كعوامل ثابتة) والاحتياجات التدريبية للمزارعين (كعامل متغير) من أجل معرفة ماهية هذه العلاقة بين هذه العوامل وطبيعتها، وذلك باستخدام معامل الارتباط البسيط (r) Pearson's Correlation Co-efficient واختبار معنوية هذا العامل عند مستوى معنوية 1% و5%، ونتائج هذا الاختبار موضحة بالجدول 12.

نلاحظ أن ثلاثة عوامل مستقلة من أصل سبعة وهي العمر وحجم العائلة والمشاركة الاجتماعية أظهرت ارتباطاً إيجابياً ومعنوياً (عند مستوى 1%) مع الاحتياجات التدريبية للمزارعين. أي إن حاجة المزارعين للتدريب تزداد مع التقدم بالعمر وزيادة عدد أفراد الأسرة وزيادة مستوى نشاطهم الاجتماعي. أظهر المستوى التعليمي للمزارعين علاقة سلبية ومعنوية (عند مستوى 5%) مع احتياجاتهم التدريبية.

الجدول (12) العلاقة بين العوامل الاقتصادية والاجتماعية للمزارعين واحتياجاتهم التدريبية

مسلسل	العوامل الاقتصادية والاجتماعية للمزارعين	معامل الارتباط
1	العمر	0.39 **
2	المستوى التعليمي	-0.25 *

3	حجم العائلة	0,44 **
4	مساحة الحيازة	0,03
5	نوع الملكية	0,1
6	المشاركة الاجتماعية	0,49 **
7	الحالة الاقتصادية - الاجتماعية	0,11

\* معنوي عند مستوى 5% \* \* معنوي عند مستوى 1%

أي إن حاجة المزارعين للتدريب تقل مع تقدم مستواهم التعليمي، وهذا ربما يعود إلى اعتقاد بعضهم أنه كلما ازداد المستوى التعليمي للفرد ازدادت اطلاعاته وخبراته في مجالات مختلفة ولاسيما ما يتعلق بالعمل الذي يمارسه؛ لذلك يمكن أن يستعوض هؤلاء الفلاحون عن التدريب بالاطلاع على كل ما هو جديد عن عملهم الزراعي. أما بقية العوامل (مساحة الحيازة، ونوع الملكية والحالة الاقتصادية الاجتماعية) فلم تظهر ارتباطاً معنويًا مع الاحتياجات التدريبية للمزارعين.

### المعوقات الإنتاجية والتسويقية التي واجهت مزارعي الخضار

تناولت هذه الدراسة أهم المعوقات الإنتاجية التي تواجه مزارعي الخضروات في المحافظة والنتائج موضحة بالجدول (13). إذ لوحظ أن الغالبية العظمى من المزارعين 80.0% يعانون من ارتفاع أسعار بذار الخضروات، ولاسيما المستورد منها. لأن استيراد البذار العالي الإنتاجية من الدول الأجنبية يحتم علينا دفع ثمنه بالعملة الصعبة، الأمر الذي ينعكس سلباً على سعره الذي يدفعه الفلاحون، وهذا يعكس مدى الحاجة إلى تطوير أصناف محلية ذات إنتاجية عالية من قبل هيئة البحوث العلمية المعني الأول بهذا الأمر. المشكلة الثانية التي يعاني منها المزارعون هي صعوبة تمييزهم للأمراض التي تصيب محاصيلهم 60.0%. إن عمق هذه المشكلة بدأ واضحاً عند دراسة الاحتياجات التدريبية للمزارعين. إذ إن غياب الدورات الزراعية (والذي تفرضه أحياناً صغر مساحة الحيازة)، وتركيز المزارعين على زراعة الخضروات مع الدور المحدود للإرشاد الزراعي، وقلة خبرة المرشدين أنفسهم في هذا المجال، وغياب التنسيق مع أجهزة البحوث الزراعية أدى إلى وجود خلل في موضوع الآفات والمبيدات اللازمة لمكافحتها. المشكلة الثانية كانت ارتفاع أسعار الأسمدة 55.0%. إذ إن زيادة الطلب على الأسمدة في بعض المواسم يؤدي إلى زيادة أسعارها في السوق السوداء عندما لا يستطيع المصرف الزراعي تغطية هذا الطلب. كان نقص المياه في الصيف 46.25% ونقص المعلومات عن البذار المحسن 40.0% وعدم توافر المبيدات الفعالة وغلاء ثمنها 33.75% أيضاً من المشاكل المهمة التي واجهها المزارعون.

أما المعوقات الأخرى التي ذكرت فهي نقص الأيدي العاملة من أجل خدمة المحصول 28.75% عدم توافر البذار في الوقت المناسب 25.0%، وعدم المعرفة بطرائق الرش

وكمياته 22.5%، وعدم المعرفة بكمية الأسمدة وطرائق التسميد 16.25%. هذه النتائج تتوافق -إلى حد كبير- مع (Streedaya & Sushama, 2000).

**الجدول (13) المعوقات الإنتاجية والتسويقية التي واجهها مزارعو الخضروات**

النسبة المئوية %	N=80 التكرار	1- المعوقات الإنتاجية
40	32	نقص المعلومات عن البذر المحسن
25	20	عدم توافر لبذار في الوقت المناسب
80	64	ارتفاع أسعار البذار
55	44	ارتفاع أسعار الأسمدة
25	20	عدم توافر الأسمدة في الوقت المناسب
16.25	13	عدم المعرفة بكمية الأسمدة و طرائق التسميد
46.25	37	نقص المياه في الصيف
28.75	23	نقص الأيدي العاملة من أجل خدمة المحصول
33.75	27	عدم توافر المبيدات الفعالة أو غلاء ثمنها
60	48	صعوبة تمييز الأمراض التي تصيب المحصول
22.5	18	عدم المعرفة بطرائق الرش وكمياته
		2- المعوقات التسويقية
68.75	55	قلة أسعار المحاصيل
61.25	49	غلاء العمولة
65	52	تقلب الأسعار
30	24	عدم توافر المعلومات التسويقية
23.75	19	عدم توافر وسائل النقل المناسبة
16.25	13	صعوبة تخزين المحصول
12.5	10	غلاء مواد التغليف

المصدر: احتسبت اعتماداً على بيانات الاستمارة

بالنسبة للمعوقات التسويقية التي واجهها المزارعون، كان أهمها قلة أسعار الخضروات، والتي ذكرها ثلاثة أرباع المزارعين 68.75%. هذا ناتج بالدرجة الأولى عن عدم وجود أسواق لتصريف الفائض فضلاً عن عدم وجود الصناعات الغذائية الكافية لتعليب هذا الإنتاج. ثم مشكلة تقلب الأسعار من وقت إلى آخر 65.0%، الناجم عن موسمية الإنتاج، وغلاء عمولة التجار 61.25% وعدم توافر المعلومات التسويقية 30.0%. أما المعوقات الأخرى فكانت صعوبة تخزين المحصول 16.25%، وغلاء مواد التغليف 12.5% وعدم توافر وسائل النقل المناسبة 23.75%. هذه النتائج تتوافق مع (Mutkule et al, 2001).

### الاستنتاجات

- 1- غالبية مزارعي الخضار 56.25% في محافظة ريف دمشق متدو المستوى التعليمي (ابتدائية وما دون).
- 2- أكثر من نصف المزارعين 57.5% من ذوي الأعمار المتوسطة (من 36- 55 سنة).
- 3- غالبية المزارعين 58.75% يعيلون عائلات متوسطة الحجم (من 6 - 10 أفراد).
- 4- ثلثا المزارعين في المحافظة 66.25% لديهم حيازات زراعية صغيرة المساحة (حتى 20 دونماً)، وأكثر من أربعة أخماسهم 81.25% يمتلكون الأرض التي يعملون بها.
- 5- أكثر من ثلثي مزارعي الخضراوات 71.25% ذوو حالة اقتصادية واجتماعية متوسطة، وأكثر من نصفهم 52.0% مشاركتهم الاجتماعية ضعيفة.
- 6- بالنسبة لمصادر المعلومات الزراعية، فقد أظهرت الدراسة أن أقارب المزارعين 61.25% احتلوا المركز الأول كمصدر للمعلومات الإنتاجية، يليهم الجيران 42.5% ثم الوحدة الإرشادية 41.25%. أما بالنسبة للمعلومات التسويقية فقد كان سوق الهال هو المصدر الأهم لهذه المعلومات.
- 7- غالبية المزارعين 61.25% يبيعون منتجاتهم في سوق الهال المجاور، وزهاء ثلثهم 31.25% يبيعونها إلى التجار المحليين مباشرة.
- 8- الغالبية العظمى 83.75% من المزارعين يحتاجون إلى التدريب على طرائق التعرف على الآفات ومكافحتها وعمليات ما بعد الحصاد كالتخزين 51.25% وغيره.
- 9- أشارت الدراسة إلى أن ثلاثة عوامل مستقلة من أصل سبعة، وهي عمر المزارع وحجم عائلته ومستوى مشاركتهم الاجتماعية، أظهرت ارتباطاً إيجابياً ومعنوياً مع الاحتياجات التدريبية للمزارعين. أما المستوى التعليمي فقد أظهر علاقة سلبية ومعنوية مع العامل المتغير (الاحتياجات التدريبية).
- 10- فيما يخص المعوقات الإنتاجية والتسويقية التي تواجه المزارعين فقد تبين أن الغالبية العظمى من المزارعين 80.0% يعانون من ارتفاع أسعار البذار المستورد، يليها صعوبة تمييزهم للأمراض 60.0% وارتفاع أسعار الأسمدة 55.0%. كما تبين أن أكثر من ثلثي المزارعين 68.75% يعانون من قلة أسعار محاصيلهم وتقلب أسعارها 65.0%، وارتفاع عمولة التجار في سوق الهال 61.25%.

### التوصيات

- 1 – تأهيل وتدريب المرشدين الزراعيين في المحافظة على أحدث الممارسات الزراعية لمحاصيل الخضار، وتكثيف أنشطتهم الإرشادية لكي يكونوا المصدر الأساسي للمعلومات الزراعية بالنسبة للمزارعين.
- 2 – إقامة دورات تدريبية لمزارعي الخضار في المحافظة على عمليات مكافحة المتكاملة لأهم الآفات الزراعية التي تصيب محاصيلهم.
- 3 – تدريب مزارعي الخضروات على معاملات ما بعد الحصاد من فرز و تسريع و تعبئة وتغليف وغيرها، من قبل متخصصين في هذا المجال، وذلك حتى تصل منتجاتهم إلى المستهلكين بنوعية جيدة وسعر مناسب.
- 4 – حث مراكز البحوث الزراعية على تطوير أصناف محلية من الخضروات ذات إنتاجية عالية، ومقاومة للأمراض للحد ما أمكن من استيراد بذار هذه المحاصيل ومن ثم تقليل التكلفة على المنتج.
- 5 – العمل على تأسيس مركز وطني للمعلومات التسويقية يقوم بمتابعة مستمرة لحركة الأسواق المحلية والمجاورة ودراسة هذه الأسواق (عرض وطلب وأسعار) وتزويد الجهات المعنية (ولاسيما مديرية الإرشاد الزراعي) بالمعلومات والتوصيات اللازمة.
- 6 – العمل من قبل الجهات المعنية على مراقبة عمليات البيع و الشراء في أسواق الهال من أجل حصرها في فواتير نظامية، ومن ثم ضبط العمولات المحتسبة للوسطاء.

## المراجع REFERENCES

- المجموعة الإحصائية الزراعية 2003 الصادرة عن وزارة الزراعة، دمشق، سورية.
- المنظمة العربية للتنمية الزراعية، 1985. "تطوير وتسويق الخضروات والفواكه و المنتجات الحيوانية في الجمهورية العربية السورية". الخرطوم.
- المنظمة العربية للتنمية الزراعية، 1999. "الدراسة القومية حول تعزيز دور الإرشاد الزراعي التسويقي في الوطن العربي". الخرطوم.
- المنظمة العربية للتنمية الزراعية، 2000. "الدراسة الأولية للبنيات و النظم التسويقية الزراعية في بعض الأقطار العربية". الخرطوم.
- مرسي، محمد عبده، 1999. "طرق تحديد حاجات و تحليل اهتمامات الأفراد و مجموعات الزراع والمجتمعات الريفية المحلية". محاضرة في الدورة التدريبية القومية في مجال تخطيط البرامج الإرشادية الزراعية، المنظمة العربية للتنمية الزراعية، القاهرة 3-1999/7/8.
- Abdullah Mohammad, 2003. "A Study of Planning and implementation of Agricultural Extension Programme for Cotton Crop in Syria"., Ph.D. Thesis submitted to the Mahatma Phule Agricultural University, Rahuri, Ahmednagar, Maharashtra, India.
- Bhujbal, A. A., 1997. "A Critical Analysis of Horticulture Development Programme in Maharashtra State". Ph.D. Thesis submitted. to M.P.A.U., Rahuri, Ahmednagar ,Maharashtra, India.
- Kumar Nirmal, 1993. "Source of Information for Crop Loans." Indian J.Extn. Edu., 24:( 3&4): 59-61.
- Mutkule, S. R, Wattamwar, G. S. Narkar and Geete, H.2001. "Constrains in Adoption of Chilli Technology". Maharashtra J. Extn. Edu., 20 : 85 - 87.
- Patil,V.G., Bhairamkar, M.S. and Chрге, K.V. 2002. "Problems Perceived by the Growers in Cultivation of Little Gourd ". Maharashtra J. Extn. Edu., 20: 132-134.
- Sharma, R. C.; Thakur, P. and Rupendra Khandwe, 2000. "Inclination of Potato Growers on Training Needs". Maharashtra J. Extn. Edu., 19 : 332-334.
- Shinde, S. B. 2001. "Utilization of Farm Information Sources by the Groundnut Growers of Satara District from Western Maharashtra". Maharashtra J. Extn. Edu., 20: 149 -151.

- Shirke, V. S., Sonawane, H. P. and Palande, R. S. 2002. "Information Sources Used by the Strawberry Growers in Mahabaleshwar *Tahsil* of Satara District (M.S)". Maharashtra J. Extn. Edu., 21 : 123-124.
- Snawane, S. B.; Chikhalikar, P. J. and Nirban, A.G., 2001. "Utilization of Communication Sources by the Farmers for Seeking Farm Information.". Maharashtra J. Extn. Edu., 20 : 61 - 62.
- Streedaya, G. S. and Kumar Sushama. 2000. "Training Needs of Farmers in Vegetables Cultivation". Maharashtra J. Extn. Edu., 19: 92 - 94.
- Trivedi, G. 1963. "Measurement Analysis of Socio-Economic Status of Rural Families". Ph.D. Thesis submitted to IARI, New Delhi. .
- Waman, G. K. and Patil, P. S. 2000. "Production, Storage and Marketing Constraints Faced by Onion Growers". Maharashtra J. Extn. Edu., 19: 104-108.

Received	2005/07/07	إيداع البحث
Accepted for Publ.	2006/02/20	قبول البحث للنشر