



جامعة الموصل
كلية الزراعة والغابات

مشكلات إنتاج وتسويق التفاح في محافظة دهوك وعلاقتها ببعض المتغيرات

هاشم سعيد مراد عبدالرحيم الزبياري

رسالة ماجستير
الإرشاد الزراعي ونقل التقنيات

بإشراف
الدكتور نبيل عبدالمسيح بهنام القس موسى
أستاذ مساعد

الخلاصة

استهدف البحث التعرف على مشكلات انتاج وتسويق محصول التفاح وترتيبها من وجهتي نظر كل من المزارعين وموظفي الإنتاج والتسويق الزراعي في محافظة دهوك، وكذلك تحديد العلاقة الارتباطية بين مشكلات انتاج وتسويق التفاح وبعض المتغيرات المستقلة الآتية: (العمر، مستوى التعليم، مصدر الدخل، الخبرة الزراعية، نوع الملكية، مساحة مزرعة التفاح، المشاركة في التدريب، المشاركة في الأنشطة الإرشادية، والتعرض لمصادر المعلومات الزراعية).

شمل البحث جميع الموظفين العاملين بإنتاج محصول التفاح والبالغ عددهم (66) موظفاً، وكذلك جميع الموظفين العاملين في لجان تسويق التفاح والبالغ عددهم (33) موظفاً، كما تضمنت عينة مزارعي محصول التفاح (101) مزارع يمثلون 25% من مجتمع البحث الكلي. تم جمع البيانات خلال الفترة من 2011/1/2 الى 2011/2/21 بواسطة ثلاث استمارات استبيان هي: الأولى استمارة استبيان خاصة بموظفي الانتاج، تضمنت (10) مجالات هي: (مشكلات خاصة باختيار الموقع، مشكلات خاصة بالمناخ، مشكلات خاصة بالتربة، مشكلات خاصة بإعداد الأرض للزراعة، مشكلات خاصة باختيار الأصول والأصناف المناسبة، مشكلات خاصة بعملية التسميد، مشكلات خاصة بعملية التقليم، مشكلات خاصة بعملية الري، مشكلات خاصة بالأمراض والحشرات التي تصيب المحصول، ومشكلات خاصة بجني المحصول)، أما استمارة الاستبيان الثانية فإنها تخص الموظفين العاملين في لجان التسويق، وتضمنت (7) مجالات هي: (مشكلات خاصة بالقطف، مشكلات خاصة بالفرز وتدرج الثمار، مشكلات خاصة بالتعبئة والتجميع، مشكلات خاصة بالنقل، مشكلات خاصة بالترويج، مشكلات خاصة بخزن المحصول، ومشكلات خاصة بالبيع)، في حين كانت استمارة الاستبيان الثالثة خاصة بمزارعي التفاح وتضمنت جزأين، الجزء الاول خاص ببعض المتغيرات الشخصية والاجتماعية والاتصالية للمزارعين، والجزء الثاني تضمن قسمين، قسماً خاصاً ومشكلات إنتاج محصول التفاح وقسماً ثانياً يتعلق بمشكلات تسويق محصول التفاح على وفق المجالات المذكورة سابقاً.

تم التحقق من الصدق الظاهري من خلال عرض الاستبيان على متخصصين في الإرشاد الزراعي وعلم النفس التربوي. كما تم التحقق من صدق المحتوى من خلال عرض استمارة الاستبيان على المتخصصين في البستنة والوقاية والاقتصاد الزراعي والتربة، حيث كان عدد فقرات المقياس (180) فقرة بشكلها الاول، وتم حذف (49) فقرة وتعديل بعض الفقرات لتصبح (131) فقرة بشكلها النهائي.

أخذت عينة استطلاعية تكونت من (30) مبحوثاً لاستخراج الثبات باستخدام طريقة التجزئة النصفية، اذ صححت النتيجة بمعادلة جتمان حيث كانت قيمة الثبات لمجالات الإنتاج

الخاصة بالمزارعين (0,798), في حين كانت قيمة الثبات لمجالات التسويق الخاصة بالمزارعين (0,811) وكانت قيمة الثبات الخاصة بموظفي الإنتاج (0,815), وكانت قيمة الثبات الخاصة بموظفي التسويق (0,846).

بعد جمع البيانات بالمقابلة الشخصية تم تحليلها باستخدام البرنامج الاحصائي spss حيث تم استخدام المتوسط الحسابي الموزون, ومعامل الارتباط البسيط بيرسون, ومعامل ارتباط الرتبى سبيرمان, ومعادلة جتمان, والاختبار التائي.

بينت النتائج بان المشكلات الخاصة بالأمراض والحشرات التي تصيب محصول التفاح جاءت بالمرتبة الاولى عند ترتيب مجالات إنتاج التفاح من وجهة نظر المزارعين بمتوسط حسابي قدره (46,376), كما جاء مجال المشكلات الخاصة بالتربة في المرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي قدره (11,217), وبينت النتائج أن مشكلة ارتفاع اسعار المبيدات جاءت بالمرتبة الاولى في ترتيب مشكلات إنتاج التفاح من وجهة نظر المزارعين بمتوسط حسابي موزون قدره (3,930) في حين جاءت مشكلة عدم تحديد عرض الطريق بين خطوط الاشجار بالمرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي موزون قدره (2,390). أما ما يخص ترتيب مجالات إنتاج التفاح من وجهة نظر الموظفين الزراعيين بينت النتائج أن مجال المشكلات الخاصة بالأمراض والحشرات التي تصيب المحصول جاء بالمرتبة الاولى بمتوسط حسابي قدره (49,484), وجاءت المشكلات الخاصة بالتربة في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (12,151). وفيما يتعلق بترتيب مشكلات إنتاج التفاح من وجهة نظر الموظفين الزراعيين فقد جاءت فقرة ارتفاع اسعار الاسمدة في السوق المحلية في المرتبة الاولى بمتوسط حسابي موزون قدره (4,166), اما فقرة عدم معرفة علامات نضج المحصول فجاءت بالمرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي موزون قدره (2,803).

كما أن مجال المشكلات الخاصة بالبيع جاء بالمرتبة الاولى في ترتيب مجالات تسويق التفاح من وجهة نظر المزارعين بمتوسط حسابي قدره (43,138), كما جاء مجال المشكلات الخاصة بالنقل بالمرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي قدره (17,316), وإن مشكلة استغلال التجار جاءت بالمرتبة الاولى في ترتيب مشكلات تسويق التفاح من وجهة نظر المزارعين بمتوسط حسابي موزون قدره (4,604) في حين جاءت فقرة عدم معرفة علامات نضج الثمار بالمرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي موزون قدره (2,554). أما ما يخص ترتيب مجالات تسويق التفاح من وجهة نظر الموظفين الزراعيين, فقد أظهرت النتائج بأن مجال المشكلات الخاصة بالبيع جاءت بالمرتبة الاولى بمتوسط حسابي قدره (40,303) في حين جاء مجال المشكلات الخاصة بالنقل في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (17,757). أما ما يتعلق بترتيب مشكلات تسويق التفاح من وجهة نظر الموظفين الزراعيين, فقد جاءت فقرة استغلال التجار في المرتبة الاولى بمتوسط

حسابي موزون قدره (4,515)، وجاءت فقرة عدم تحديد موقع لتجميع المحصول بالمرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي موزون وقدره (3).

ومن ناحية اخرى ظهر ان هناك علاقة ارتباط معنوية بين مشكلات الإنتاج والخبرة الزراعية، في حين لم تكن هناك علاقة ارتباط معنوية بين مشكلات إنتاج محصول التفاح وكل من العوامل المستقلة الآتية: (العمر، مستوى التعليم، مصدر الدخل، نوع الملكية، مساحة مزرعة التفاح، المشاركة في التدريب، المشاركة في الأنشطة الإرشادية، والتعرض لمصادر المعلومات الزراعية). ومن جهة أخرى ظهر ان هناك علاقة ارتباط معنوية بين مشكلات التسويق والخبرة الزراعية، في حين لا توجد علاقة ارتباط معنوية بين مشكلات تسويق محصول التفاح وكل من العوامل المستقلة الآتية (العمر، مستوى التعليم، مصدر الدخل، نوع الملكية، مساحة مزرعة التفاح، المشاركة في التدريب، المشاركة في الأنشطة الإرشادية، والتعرض لمصادر المعلومات الزراعية).

اما ما يخص المقارنة بين مزارعي التفاح والموظفين الزراعيين من ناحية مجالات مشكلات إنتاج التفاح، فقد أوضحت النتائج وجود فروق معنوية بين الفئتين في المجالات الآتية (مشكلات خاصة باختيار الموقع، مشكلات خاصة بالتربة، مشكلات خاصة بإعداد الأرض للزراعة، مشكلات اختيار الأصول والأصناف المناسبة، مشكلات خاصة بعملية التسميد، مشكلات خاصة بعملية التقليم، ومشكلات خاصة بعملية الري)، في حين لا توجد فروق معنوية بين المزارعين والموظفين الزراعيين في المجالات الآتية: (مشكلات خاصة بالمناخ، مشكلات خاصة بالأمراض والحشرات التي تصيب المحصول، ومشكلات خاصة بجني المحصول). وفيما يخص المقارنة بين مزارعي التفاح والموظفين الزراعيين من ناحية مجالات مشكلات تسويق التفاح، فقد بينت النتائج وجود فروق معنوية في المجالات الآتية (مشكلات خاصة بالقطف، مشكلات خاصة بالفرز، مشكلات خاصة بتدريج الثمار، مشكلات خاصة بالترويج، ومشكلات خاصة بالبيع). في حين لا توجد فروق معنوية بين المزارعين والموظفين الزراعيين في المجالات الآتية: (مشكلات خاصة بالتعبئة والتجميع، مشكلات خاصة بالنقل، ومشكلات خاصة بخزن المحصول).

ومن اهم استنتاجات البحث وجود تشابه كبير بين وجهتي نظر كل من مزارعي التفاح والموظفين الزراعيين من حيث ترتيب المشكلات ومجالاتها المتعلقة بإنتاج وتسويق محصول التفاح. كما هناك ارتفاع كبير في أسعار المبيدات الزراعية وقلة توفرها في الاسواق المحلية. وكذلك فان الوسطاء يلعبون دوراً سلبياً في استغلال المزارعين في عملية التسويق، كما تقدم الدولة دعماً مادياً في عملية نقل محصول التفاح.

واستناداً الى نتائج البحث المذكورة فقد جرى وضع مجموعة من التوصيات أهمها:

1. توصيات تخص الجهاز الإرشادي الزراعي في محافظة دهوك، وهي:
 - أ- إقامة دورات تدريبية متخصصة لتزويد مزارعي التفاح بالمعارف والمهارات الحديثة والخاصة بإنتاج وتسويق محصول التفاح وذلك من قبل المراكز الإرشادية في محافظة دهوك.
 - ب- استخدام طرائق إرشادية متنوعة مثل الاجتماعات والندوات الإرشادية والمزارع النموذجية واعداد برامج زراعية اذاعية وتلفزيونية لتطوير محصول التفاح.
2. توصيات تخص التعاون والتنسيق بين وزارتي الزراعة والتجارة في الإقليم في المجالات الآتية:
 - أ- الحد من ظاهرة استغلال التجار والوسطاء للمزارعين في اثناء عمليات تسويق المحصول من خلال تشكيل لجان خاصة تشرف على تسويق المحصول في موعده مع الابقاء على دعم الدولة لوسائل النقل.
 - ب- تقديم تسهيلات مختلفة لمزارعي التفاح بأسعار مناسبة مثل الاسمدة والمبيدات.
 - ت- اتباع سياسة سعرية تشجيعية لمزارعي التفاح، وكذلك وضع شروط وضوابط على استيراد التفاح الاجنبي من الخارج تؤدي الى التقليل من منافسته للتفاح المحلي.
 - ث- إنشاء مخازن مبردة قريبة من مزارع التفاح لتسهيل عمليات خزن التفاح.
 - ج- إنشاء معامل تعليب التفاح قريبة من مزارع التفاح لتسلم جزء من محصول التفاح بدلاً من تلف نسبة كبيرة منه في الحقل.
 - ح- منح قروض مالية لمزارعي التفاح بشروط مناسبة.

Summary

This research aimed to identify the problems of producing and marketing of apples and ranking them from the standpoints of farmers and agricultural administrators staff in the governorate of duhok, and to determine the relation between the problems of production and marketing of apples and some independent variables comprising; (age, education level, income source, agricultural experience, the type of land property, apples orchard acreage, participation in training, participation in extension activities, involvement to agricultural information sources).

The search included all staff of apple producing about (66) employees in addition to (33) other employees who work with marketing and about (101) apples growers and harvester, those representing about 25% of the overall research community. Data were collected during the period from 2/1/2011 to 21/2/2011 using three questionnaires application forms: the first form was for the producer employees comprised (10) aspects: (location selection problems, climate problems, soil problems, land preparation problems, the problems of selecting suitable apples stocks and varieties; trees pruning, fertilization; irrigation, and insects and diseases corbel, and finally the problems of apple harvesting). The second questionnaire, form concerned marketing staff, and comprised (7) aspects: (problems of picking, sorting and grading, packing, collecting, transporting, promotion, storing, and selling. While the third ones is peculiar to apples growers, which included two parts, firstly concerned personal social and communication variables to farmers. Secondly, also consist two aspects: firstly problems of apples producing and secondly the marketing as formerly mentioned.

The face validity had been verified through the presentation of the virtual questionnaire to specialists in agricultural extension and educational psychology department. The content validity was verified through presenting the questionnaire to specialists in horticultural, protection, agricultural economics and soil sciences experts. The measured traits comprised (180) items in its first form, which then reduced to (131) items in its final form.

Sample consisting of (30) researches was taken to extract the reliability using the retail mid-term as the result corrected by the Guttman equation where the reliability value of the areas of production for farmers was (0.798), while the reliability value of marketing areas farmers was (0.811), but the reliability value of production staff was (0.815), finally the reliability value of marketing staff was (0.846).

After collecting data by the questionnaires through personal interview, data were analyzed by using statistical software SPSS, means, weighted means, the simple Pearson $\square$ s correlation coefficient, Spearman correlation coefficient equation, and T test, were all determined.

The results showed that the problems of diseases and insects that affect apple crop rank the first the order of the fields of production of apple from the

perspective of farmers with mean (46.376) while the problems of soil came in the last with mean (11.217), the results again showed that the problem of prices rising of pesticides came first in the order of apple production problems from the perspective of farmers weighted mean (3.930), the problem of irregularly in road width between trees lines came in the last order weighted mean (2.390). As for the arrangements of the production of apples from the viewpoint of agricultural personal the results showed that the problems of diseases and insects that affect crop rank first with mean (49.484), while soil problems ranked last with mean (12.151). Regarding the order of paragraphs of production problems of apples from the viewpoint of the staff of farmers with the paragraph of rising prices of fertilizers in the domestic market came in first place with weighted mean of (4.166), while the paragraph of unknowing the signs of crop maturity came in last with weighted mean and reached (2.803).

The results showed that the selling problems came first in the areas of marketing of apples from the perspective of farmers with an average mean (43.138) also the transport problems ranked last with mean (17.316), the problem of exploitation of traders also came first within the problems of marketing apples from the perspective of farmers with weighted mean (4.604), while the item unknown signs of maturity of the fruit came last with weighted mean (2.554). As for the order of the areas of marketing apples from the viewpoint of agricultural personnel, the results showed that the problems with the selling was the first mean (40.303) while problems of transportation came in the last rank with mean of (17.757). In regard to the order of the item of the problems of apple marketing from the viewpoint of agricultural personnel the item of merchants in the first place weighted mean of (4.515). The item unselected site to collect the crop came in the last rank and weighted mean of (3). On the other hand the morale relation appeared between productivity problems and agricultural expertise the lack of the moral, whereas relation between the production problems of apple harvest and all of the independent factors such as (age, education level, income source, property type, area of apples orchard, participation training, extension activities, and exposure to agricultural information source) did not appear. As for determining the relation between the problems of marketing of apples, the results showed a significance correlation between the marketing problems and experience in the cultivation of apple harvest. While there is no significance correlation between the problems of marketing of apple harvest and all of the variables independent such as (age, level of education, income source, property type, area of apples orchard, participation in training, extension activities, and involvement to agricultural information sources).

As for the comparison between the apples growers and agricultural employees in terms of the problems of apple production, the results showed of significant differences in the following fields (particular problems with site

selection, special problems with soil, special problems to orchard establishment, particular problems with selection of assets and items appropriate, particular problems with fertilization, pruning of special problems, especial problems with irrigation). While there were no significant differences between the farmers and staff in the following fields (climate, diseases and insects that infect the crop, harvesting). With regard to the comparison between apples farmers and staff in terms of the areas of marketing problems of apples, it was shown of significant differences in the following fields (Picking, sorting, ranked the special problems of fruits, promoting, and selling). While no significant differences between the views of growers, agricultural administrators and staff in the following fields (packing and collecting, transporting, storing the crop).

It was suggested that there are great similarities between the two points of view of both apple farmers and staff in terms of the order of problems and areas for crop production and marketing of apples. that there is a substantial rise in the prices of agricultural pesticides and the lack of availability in the market. Also, mediators are playing a negative role in the exploitation of farmers in marketing operations. And have to state that the country is providing material support in the process of transfer of the crop.

Based on the results of this research a set of recommendations had been included:

1. Recommend the Duhok Extension office to follow:
 - A. Establishment of specialized training courses to provide apple growers with the knowledge and modern skills of apples production and marketing special, by extension centers in of Duhok governorate.
 - B. Using different methods of extension such as meetings, seminars and prepare agricultural radio and television programs to develop apples production.
2. Recommend cooperation and coordination between the ministries of Agriculture and Trade in the Region to do the following:
 - A. Limiting the traders and mediators exploitation of farmers during marketing process of the crop through establishing committees to supervise the crop marketing in time and keeping the support of the state for transportation.
 - B. Provide wide facilities for the apple growers with reasonable prices such as fertilizer and pesticides.
 - C. Follow the pricing policy of encouragement for the apple growers and set conditions and controls on the importation of apples that leading to reduce the competition with local products.
 - D. Established cooled stores close to the apple growers.
 - E. Establishing canning factories close to apple producers, to minimize loss due spoilage in the field.
 - F. Provide financial loans for apple growers with appropriate conditions.

PROBLEMS OF PRODUCING AND MARKETING APPLE IN DUHOK GOVERNORATE AND THEIR RELATION WITH SOME VARIABLES

**A Thesis Submitted
by
Hashim Saeed Murad Al-Zebari**

**to
The Council of the College of Agriculture and Forestry
University of Mosul
In Partial Fulfillment of the Requirements
For the Degree of Master of Science
in
Agricultural Extension**

**Supervised by
Dr. Nabeel Abdel – Maseeh K. Mousa
Assistant Professor**

2011 A.D.

1432 A.H.

University of Mosul
College of Agriculture and Forestry



**PROBLEMS OF PRODUCING AND
MARKETING APPLE IN DUHOK
GOVERNORATE AND THEIR RELATION
WITH SOME VARIABLES**

**A Thesis Submitted
by
Hashim Saeed Murad Al-Zebari
to
The Council of the College of Agriculture and Forestry
University of Mosul
In Partial Fulfillment of the Requirements
For the Degree of Master of Science
in
Agricultural Extension**

**Supervised by
Dr. Nabeel Abdel – Maseeh K. Mousa
Assistant Professor**

2011 A.D.

1432 A.H.