

الدور الإرشادي والتعليمي للمعارض الزراعية

عبدالله إبراهيم العضيبي، عبدالله عوض الزايدي و محمد مصطفى شبية
قسم الاقتصاد الزراعي والمجتمع الريفي، كلية الزراعة، جامعة الملك سعود،
الرياض، المملكة العربية السعودية

ملخص البحث. كان الهدف الرئيس من الدراسة هو التعرف على دور المعارض الزراعي كوسيلة إرشادية وتعليمية ومدى مساهمته في إكساب الخبرات للزوار. وقد شملت الدراسة عينة عشوائية مكونة من ١٢٢ زائراً للمعرض الزراعي الخامس بالرياض و٥٩ شركة ومؤسسة عارضة. كما استخدمت النسب المئوية والمتوسطات الحسابية بالإضافة إلى حساب قيمة (t) لتوضيح الفروق المعنوية.

أوضحت النتائج أن ٧٣٪ من الزوار هم من حملة الشهادات الجامعية وكان الهدف الرئيس لزيارة ٩٤٪ منهم هو التعرف على الحديث في الزراعة وقد سبق لـ ٦٦٪ من الزوار زيارة معارض مماثلة.

وكانت الفروق في مدى اكتساب الخبرة من المعارض في مجالات عديدة معنوية عند مستوى ٠١، هذا وقد انحصرت معظم الأنشطة للمعارضين في مجالي الهندسة الزراعية والإنتاج الحيواني وكان أقلها يتعلق بمزارع الأسماك. وقد أوضحت النتائج أيضاً أن ٦١٪ من المعارضين يمثلون شركات غير سعودية و٦٣٪ اشتركوا لأكثر من مرة وكان الهدف من اشتراكهم هو البيع والعرض وقد أبدى ٩٠٪ من المعارضين رضاهم عن المعرض مع جودته مقارنة بالمعارض السابقة والنسبة نفسها كان لديهم الرغبة في الاشتراك في المعارض الزراعية مستقبلاً.

ويوصي الباحثون بالتركيز على تكرار مثل هذه المعارض وعقدتها في مناطق المملكة المختلفة مع التركيز على الموضوعات التي يهتم بها المزارعون مع تجنب تكرار المعارض والتركيز على عنصر التجديد والتقويم المستمر لهذه المعارض.

مقدمة

يحظى قطاع الزراعة في المملكة باهتمام ورعاية المسؤولين نظراً لما له من دور مهم في الاقتصاد الوطني وقد وضعت ونفذت في سبيل ذلك خطط التنمية الزراعية والتي شملت الكثير من المشاريع المختلفة التي تهدف إلى التوسع الأفقي والرأسي في جميع المجالات الحيوانية والنباتية على السواء . هذا بالإضافة إلى ما رافق ذلك من زيادة الاهتمام بنشر الوعي الزراعي بين المشتغلين في مجالات الزراعة المختلفة عن طريق وسائل الإعلام العديدة من إذاعة وتلفزيون وصحافة ومعارض زراعية ، وغيرها وكان لاستخدام جميع هذه الوسائل أثر كبير في نشر وتوصيل أحدث المعلومات والخبرات الزراعية في تلك المجالات المختلفة .

وتعتبر المعارض الزراعية إحدى طرق الإرشاد الزراعي الرئيسة للاتصال بالجمهور والتي عن طريقها يمكن جذب تلك الجماهير وتعريفها بكل ما هو جديد من وسائل التقنية المتطورة .

وقد يكون الهدف المباشر للمشاركين في المعارض الزراعية هو لتعريف بمنتجاتهم وضمان تسويقها بالإضافة إلى زيادة الكفاءة الإنتاجية الزراعية نتيجة ما يصحب ذلك من تغير في معارف واتجاهات العاملين في الحقل الزراعي وهذه تعتبر عملية تعليمية إرشادية ويشكل عام فإن أهداف العارضين كما أوضحها [Edward] [١] تشمل مقابلة عدد جديد من المتابعين بالإضافة إلى مبتاعين سابقين وعرض المنتجات الجديدة عليهم ، كما أنها تهدف أيضاً إلى البحث عن وكلاء لتسويق المنتجات الجديدة وإثراء الخدمات الاستشارية بالمعلومات الحديثة مما يساعد في زيادة حجم مبيعاتهم بشكل عام .

ونظراً لما لهذه المعارض من دور كبير وما يتطلبه تنظيمها وإعدادها من جهود مضيئة فإنه يجب أن تخضع لثلاثة اعتبارات أساسية ، إذا أريد لها النجاح وتحقيق الهدف المنشود من إقامتها . وهذه الاعتبارات هي :

- ١ - أن تكون مبنية على أساس احتياجات المزارعين والمهتمين بالزراعة في منطقة العرض . ومن ثم العمل على تلبية تلك الاحتياجات .
- ٢ - أن تكون معدة وفق خطة سليمة .
- ٣ - أن تخضع لعملية التقييم المستمر .

وعند استعراض تلك الاعتبارات نجد أن « الحاجة » تعرف بأنها عبارة عن الفرق بين الوضع الحالي وما يجب أن يكون وهي نوعان الأول هي الحاجات المحسوسة من قبل جمهور المزارعين يدركونها ويعانون من عدم توافرها وبالتالي يحاولون جهدهم ملء ذلك الفراغ الناتج من نقصها بشتى الطرق. ولا شك أن إشباع هذه الحاجات يكون أقرب الطرق إلى ذهن المزارع وتبنيه للأفكار أو الحلول الجديدة. والأسلوب العلمي للتعرف على هذا النوع من الحاجات أو المشكلات إن صح التعبير هو المسح الميداني أو الاستناد إلى نتائج الأبحاث المتعلقة بذلك والتي على أساسها يتم تحديد الأولويات لأنها تمثل الحاجات الأكثر إلحاحاً وبالتالي الأكثر قبولاً، ومن أمثلة ذلك مشكلات الري والأمراض النباتية المختلفة. أما النوع الثاني من الحاجات فهي الحاجات أو المشكلات غير المحسوسة أو التي لا يدركها المزارع ويدخل ضمن ذلك جميع الابتكارات الحديثة في مجال التقنية والأصناف الجيدة وغيرها. وهذه تتطلب عناية فائقة في عرضها وتقديمها للمستفيد مراعيًا في ذلك جميع النواحي الفنية والنفسية التي تجعل إدراكها ومن ثم تقبلها أمرًا ميسورًا. وتجدر الإشارة هنا إلى أن هناك بعض العوامل التي يجب الانتباه إليها عند تحديد الأفكار الجديدة أو البدائل المناسبة والتي يجب أن يضعها العارضون في الاعتبار لتحقيق تلك الحاجات أو حل مثل تلك المشكلات. وهذه العوامل كما أشار إليها الخولي [٢].

١ - تكاليف الفكرة ومردودها الاقتصادي.

٢ - مدى تعقيد الفكرة.

٣ - مدى وضوح مشاهدة الفكرة.

٤ - إمكانية تجزئة الفكرة.

٥ - التوافق العام للفكرة.

أما الاعتبار الثاني الذي يجب الانتباه له فيتعلق بتخطيط المعارض تخطيطاً سليماً وخاصة فيما يتعلق بشكل المعارض وما يجب أن يكون عليه لجذب الزائرين والاستفادة منه، ويمكن تلخيص ذلك في النقاط التالية طبقاً لما ذكره بدران وآخرون [٣].

١ - اختيار المكان المناسب للمعرض بشكل عام من حيث السعة ومواقف السيارات مع توافر الخدمات العامة كالتليفون ودورات المياه والنظافة والإضاءة ومكاناً لتقديم بعض المشروبات والمأكولات الخفيفة والمسجد .

٢ - أن يكون الشكل الداخلي لمكان العرض ملائماً لطبيعة العروض بحيث تتوافر فيه الأرفف الكافية مع مراعاة البساطة في ترتيب العروض وعدم التداخل والتعقيد أو ازدحام العروض حتى لا تربك المشاهد .

٣ - الاستعانة بالكتابة لبيان أسماء العروض ووصفها على أن يكون ذلك بخط واضح وبسيط ويفضل أن تكون ملونة لجذب الانتباه ومضائة بشكل يسهل قراءتها لكل زائر .

٤ - استخدام النماذج الواقعية وخاصة المتحركة لجذب الانتباه . وبالنسبة للمعارض الزراعية فيفضل توافر بعض الحيوانات أو بعض النباتات والمنتجات الزراعية .

٥ - استخدام التسجيلات الصوتية الكلامية والموسيقية أو الفيديو للشرح والتوضيح وجذب الانتباه .

٦ - ضرورة توافر من يقوم باستقبال الزوار والإجابة على استفساراتهم وتوزيع بعض المطبوعات أو الهدايا الرمزية وتسجيل أسمائهم وعناوينهم بمتابعة استفساراتهم لما في ذلك من إظهار للاهتمام بهم .

وبالإضافة إلى ذلك فإن فاعلية الاتصال مع الجمهور تتوقف كما أشار حسين [٣] على هؤلاء الأشخاص الذين يعتبرون مصدراً للاتصال ، وعلى ذلك فإن درجة تأثير المصدر أو درجة تأثيره الإقناعي للجمهور تتوقف على بعض الخصائص المختلفة لذلك المصدر ومنها درجة مصداقيته أو قابلية المصدر للتصديق أو الثقة التي يوليها الجمهور لذلك المصدر وهذه

تتأثر بتوافر درجة الخبرة لدى المصدر ومدى إلمامه بجوانب الموضوع الذي يتحدث فيه وتوافر درجة الإعجاب بالمصدر وهذا مرتبط بمدى قدرة المصدر على أن يكون أكثر جاذبية للجمهور. ويفضل في مثل تلك الحالات أن يكون من ضمن القائمين بعملية الشرح والإيضاح أفراد أو قادة محليون ممن يتوافر لديهم خبرة بالظروف المحلية لمكان العرض.

أما الاعتبار الثالث فيتعلق بعملية التقييم المستمر لتلك المعارض وخاصة تلك المقامة بشكل دوري. ويمكن تعريف عملية التقييم أو ما يشار إليها أحياناً بعملية التقييم بأنها تحديد قيمة الشيء [٤] أو قياس درجة إجادته ما نحاول إنجازه من أعمال [٥] وهي هنا تتعلق بقياس مدى فاعلية المعارض الزراعية سواء من ناحية التخطيط والتنفيذ أو مدى إقبال الناس عليها ودرجة تبنّيهم للأفكار والابتكارات المعروضة بما يساعد في معرفة الأشياء التي يمكن إضافتها أو تعديلها كما توضح الأخطاء التي حدثت وكيفية تلافيها وعملية التقييم تعد جزءاً من عمل الإدارة المنظمة للمعارض بشكل عام كما أنها واجب على المعارضين أنفسهم فيما يتعلق بمعرضاتهم ومع ما يبدو من أهميتها إلا أن القليل منهم يعمل بها وذلك إما خوفاً من الفشل المحتمل بعد عملية التقييم أو لارتفاع تكاليفها، كما أن البعض قد يلجأ إلى الأسلوب البسيط في عملية التقييم كأن يقوم بحصر عدد الزوار أو كمية المبيعات لبعض الأشياء المعروضة من قبل المؤسسات [١] تعطي فكرة جيدة عن مدى نجاح المعارض ولا تعتبر أساساً سليماً في تقييم نتائج المعارض وبالتالي فإن طرق التقييم الحالية قد تفشل في إيجاد التحسينات المستقبلية وبناء عليه فإن عملية التقييم عملية شاقة وتتطلب مهارة فائقة في آدائها ولضمان نجاحها قد يلجأ إلى جهات خارجية كالجامعات أو المؤسسات الخاصة وعموماً فإن من أهم الطرق المستخدمة في تقييم المعارض ما يسمى بطريقة تحليل قيمة العرض (Exhibiting value analysis) [١] التي تعتمد على المقاييس التالية:

- ١ - كفاءة المعرض للوصول إلى الجمهور المقصود.
- ٢ - نوعية الزوار وتحدد من خلال إقبالهم على المعرض وشراء ما هو معروض.
- ٣ - أداء العاملين بالمعرض ومدى مساعدتهم وتعاونهم مع الزوار.

٤ - نسبة الأداء مقارنة بالمعارض المنافسة وهذه المقارنة تتم بين منصات المعارض داخل المعرض الواحد أو بين المعارض المتشابهة .

٥ - القدرة على التذكر، فكلما كان زائر معين لا يستطيع تذكر ما رآه بعد فترة من إقبال المعرض فإن ذلك يعد نقطة سلبية بحساب المعارض وكان المعرض لم يترك أثراً إيجابياً أو مرغوباً لدى الزائر.

٦ - تفضيل الشراء، وذلك بمعرفة مدى تفضيل الزوار للمعروضات في هذا المعرض مقارنة بالمعروضات الأخرى في المعارض المنافسة .

٧ - التكاليف المخصصة لكل زائر، ويتم ذلك بمقارنتها بتكاليف الزيارات المخصصة في عملية البيع، وقد لا يخفى على أحد ما تنطوي عليه تلك الطريقة من تكاليف إلا أنها أقصر الطرق لتجنب الخسارة وضياح الوقت والجهد في المستقبل .

ويمكن أن يكون لوجهات نظر الزائرين المشتركين في المعارض دور كبير في استمرارية المعارض ونجاحها في المستقبل ويتوقف ذلك على صفاتهم الشخصية حيث أشار حسين [٦] بأن نجاح الجهود الإعلامية يتوقف على وصولها إلى نوع الجمهور المستهدف الذي تختلف فئاته فيما بينها من حيث الخصائص النوعية كالسن والجنس ودرجة التعليم ومستوى المعيشة والمهنة والقطاع الوظيفي، كما أشار إلى أن هذه المتغيرات الشخصية لها تأثير على درجة اقتناع الجمهور بالرسالة المرغوب توصيلها .

مشكلة البحث

من المعروف أن المعارض الزراعية تقوم من خلال جهد مشترك من مؤسسات زراعية مختلفة وحيث إن فاعلية هذه المعارض من الناحية الإرشادية والتعليمية تعتبر من الأسس التي يجب أن يركز عليها إقامة المعارض إلا أن هذه الفعالية من الناحية الإرشادية والتعليمية تحتاج إلى دراسة وافية وشاملة من خلال تحقيق أهداف البحث التالية :

- ١ - تحديد الصفات الشخصية لزوار المعرض والعارضين .
- ٢ - مدى أهمية المعرض في نشر التقنيات الزراعية .
- ٣ - تحديد دور المعرض كوسيلة إرشادية وتعليمية .
- ٤ - تحديد أهداف زيارة المعرض من قبل الزوار .
- ٥ - التعرف على آراء الزوار والعارضين نحو دور المعرض مقارنة بالمعارض السابقة في إكساب الخبرات للمرتادين .

منطقة البحث

أجريت هذه الدراسة على المعرض الزراعي السعودي الخامس الذي أقيم في الفترة من ٢٧ رجب إلى ١ شعبان ١٤٠٦هـ [٧] بمقر المعارض بمدينة الرياض وقد كان هذا المعرض امتداداً لمعارض سابقة تقام كل سنة وقد بلغ عدد الشركات الوطنية والأجنبية ٧٢٠ شركة عارضة من خلال ٤٢٠ منصة عرض وتمثل ٢٦ دولة مشتركة (دليل المعرض ١٩٨٦م).

طريقة البحث

صمم استبيان خاص لهذا الغرض بناء على دراسات سابقة وكان الاستبيان الخاص بالزوار عبارة عن نسختين قبل الزيارة وبعد الزيارة وكذلك استبيان خاص بالشركات العارضة وقد اختبر الاستبيان من حيث وضوح المعلومات وكفائتها. وقد شملت الدراسة عينة عشوائية من زوار المعرض عبارة عن ١٢٢ زائراً و٥٩ شركة ومؤسسة عارضة .

بعد جمع البيانات صنفت وفرغت في جداول خاصة بذلك وتمت عملية التحليل باستخدام النسبة المئوية وحساب المتوسطات الحسابية وحساب قيمة (t) لتوضيح الفروق المعنوية بالنسبة للخبرة المكتسبة والتي تعبر عن الفرق بين معلومات الزائر قبل دخوله للمعرض وبعد خروجه منه .

النتائج والمناقشة

أولاً: دور المعرض

اتضح من نتائج البحث أن معظم زوار المعرض هم من الحاصلين على الشهادة الجامعية حيث بلغت نسبتهم (٧٣٪) من جملة زوار المعرض، بينما بلغت نسبة الزوار الحاصلين على الثانوية (٢١٪) مما يعطي مؤشراً على أن المهتمين بزيارة هذا المعرض هم من فئة المتعلمين كما بينت النتائج أن الغالبية العظمى من الزوار (٩٤٪) كان هدفهم الأساسي من الزيارة هو التعرف على الحديث في الزراعة، وأن (٦٦٪) منهم سبق أن قاموا بزيارة المعارض الزراعية التي عقدت بمدينة الرياض في السنوات السابقة، وعند مقارنة هذا المعرض مع المعارض السابقة لوحظ أن مستوى الخبرة المكتسبة من هذا المعرض تقل عن تلك المكتسبة من المعارض السابقة وعند التعرف على درجة الاستفادة من هذا المعرض عن طريق حساب الفرق في متوسط مستوى المعرفة قبل وبعد دخول المعرض فقد تم إجراء اختبار (t-Pairs) وهو اختبار عييتين غير مستقلتين (Dependent) لمعرفة ما إذا كان هناك فرق في مستوى المعرفة قبل دخول المعرض وبعد الخروج منه فكانت (t) المحسوبة من البيانات هي ٦٩, ١٣ وبمقارنتها بقيمة (t) الجدولية عن مستوى معنوية (١٪) درجة الحرية (٣٦) كانت قيمتها (٧٢, ٠٢) ونظراً لأن (t) المحسوبة من بيانات العييتين غير المستقلتين وهي عينة الفروق أكبر فهي تعتبر معنوية. وهذا يعني وجود فرق معنوي مؤكد في متوسطي المعرفة لعينة الباحثين قبل دخولها المعرض وبعد خروجهم منه. هذا مما يوضح أن هناك استفادة بصفة عامة بالنسبة لجميع المعلومات التي تهم الزائر في مجالات التقنية الزراعية والمنتجات الزراعية والدراسات الاقتصادية والمعدات والآلات الزراعية كما هو موضح في الجدول رقم ١. ومن أبرز المعلومات التي حدثت الاستفادة بدرجة عالية نسبياً من المجالات المختلفة ما يلي:

- ١ - المبيدات بأنواعها المختلفة.
- ٢ - علف الحيوان ومركباته.
- ٣ - دراسات الإشراف وإدارة وتشغيل المشروعات الزراعية.
- ٤ - آلات إعداد التربة.

في حين كانت أقل استفادة تم الحصول عليها في المجالات التالية :

- ١ - الزراعة الحديثة (المائية والمحمية) .
- ٢ - الأسمدة بأنواعها المختلفة .
- ٣ - المنتجات المذبابة لمعالجة المياه المستخدمة في مزارع الطيور والدواجن والمواشي .
- ٤ - دراسات الجدوى الاقتصادية .
- ٥ - معدات معالجة الماء بالكلور .

ثانياً: المعارضات

يتضح من الجدول ٢ أن معظم الأنشطة المتعلقة بالعمل الزراعي ممثلة في المعرض وكان أبرزها ما يتعلق بهندسة الزراعة (٣٩ , ٢٤٪) والإنتاج الحيواني (٥٣ , ١٨٪) في حين كان أقلها مساهمة هي الأنشطة المتعلقة بنواحي مزارع الأسماك (٠٢ , ٠٪) .

كما تبين من هذه الدراسة أن غالبية العارضين (٦١٪) يمثلون شركات غير سعودية وأن (٦٣٪) من جملة العارضين قد اشتركوا أكثر من مرة معظمها في معارض زراعية داخل المملكة - وكان الغرض الأساسي من اشتراكهم في هذا المعرض هو العرض والبيع (٥٣٪) بالإضافة إلى البحث عن وكيل (١٨٪) ، كما كانت غالبية العارضين قد سبق لها الاشتراك في معارض زراعية خارج المملكة حيث بلغت نسبتهم (٦٣٪) من جملة العارضين . أما فيما يتعلق بمدى رضاهم عن هذا المعرض فكانت ٩٠٪ مقارنة بالمعارض السابقة والتي كانت (٤٣٪) . وقد أشار (٨١٪) من جملة العارضين بأن ذلك المعرض له الجودة نفسها أو أفضل من المعارض السابقة .

أما فيما يتعلق بوجهة نظر العارضين في دور المعرض كوسيلة تعليمية إرشادية فقد اتضح أن غالبية العارضين يرون أن المعرض له دور وأهمية كبيرة كوسيلة إرشادية وتعليمية يستفيد منها زوار المعرض الزراعي وهذه النسبة تعطي مؤشراً للاهتمام بالمعارض الزراعية لنقل ونشر التقنية الزراعية . . وعند التعرف على مدى رغبة العارضين في الاشتراك في المعارض القادمة فقد أفاد معظمهم (٩٠٪) بأنهم يرغبون في الاشتراك في المستقبل .

جدول رقم ١: متوسط مستوى المعرفة قبل وبعد الخروج من المعرض

الفرق في مستوى المعرفة	متوسط مستوى المعرفة		المعلومات
	بعد الخروج	قبل الدخول	
			١ - التقنيات الزراعية
١٠٢	٢,٧٣	٢,٦١	١ - الزراعة الحديثة (المائية والمحمية)
٠٣٦	٢,٣٣	١,٦٧	٢ - زراعة الأزهار (القرنفل، الورد والسوسن)
			٣ - أنظمة الري الحديثة (المحورية، التنقيط، المرشحات)
٠٣٣	٣,٠٠	٢,٦٧	٤ - مناعة الدواجن وما يتعلق بها (المضادات، الأدوية والمحصنات)
٠٤٢	٢,٢١	١,٧٩	٥ - أنظمة التحكم البيئي
٠٢٤	٢,٠٦	١,٨٢	٦ - المبيدات بأنواعها المختلفة
٠٥٢	٢,٨٥	٢,٣٣	٧ - الأسمدة الكيميائية المختلفة
٠٤٦	٢,٧٦	٢,٣٠	
			ب - المنتجات الزراعية
٠٤٠	٢,٦٤	٢,٢٤	١ - السلالات الجيدة من ماشية الألبان
٠٣٣	٢,٣٩	٢,٠٦	٢ - الأصناف الممتازة من الدواجن
٠٤٥	٢,١٥	١,٧٠	٣ - خلايا النحل والأصناف الجيدة منها
٠٥٤	٢,٣٠	١,٧٦	٤ - علف الحيوان ومركباته
٠٣٣	٢,٢٤	١,٩١	٥ - معاملة البذور
٠١٢	٢,٣٩	٢,٢٧	٦ - الأسمدة بأنواعها المختلفة
			٧ - المنتجات المذابة لمعالجة المياه المستخدمة في مزارع الطيور الداجنة والمواشي.
٠١٢	١,٨٥	١,٧٣	٨ - مبيدات الجراثيم الخاصة بصحة الحيوان
٠٣٣	٢,١٢	١,٧٩	
			ج - الدراسات
٠١٢	٢,٢١	٢,٠٩	١ - دراسات الجدوى الاقتصادية
			٢ - دراسات التصاميم التفصيلية للمشروعات الزراعية
٠٣٠	٢,٢١	١,٩١	٣ - دراسات الإشراف وإدارة وتشغيل المشروعات الزراعية
٠٤٣	٢,٥٢	٢,٠٩	

تابع جدول رقم ١

الفرق في مستوى المعرفة	متوسط مستوى المعرفة		المعلومات
	بعد الخروج	قبل الدخول	
			د - المعدات والآلات والمشآت الزراعية
٠,٣٧	٢,٨٢	٢,٤٥	١ - معدات الرش
٠,٢٢	٢,٥٥	٢,٣٣	٢ - معدات عزق التربة
٠,١٨	٢,٧٠	٢,٥٢	٣ - معدات الري
٠,٣٠	٢,٣٠	٢,٠٠	٤ - معدات الصرف
٠,١٥	٢,٤٥	٢,٣٠	٥ - معدات النخيل
٠,١٢	٢,٢٤	٢,١٢	٦ - معدات صوامع تخزين الغلال
٠,٢١	١,٩٧	١,٧٦	٧ - معدات الاحتضان
٠,٠٠	١,٩٧	١,٩٧	٨ - معدات معالجة الماء بالكلور
٠,٣٩	٢,٤٥	٠,٠٦	٩ - آلات حفر القنوات
٠,٤٠	٢,٧٦	٢,٣٦	١٠ - آلات الحصاد المختلفة متعددة الأغراض
٠,٥٢	٢,٧٠	٢,١٨	١١ - آلات إعداد التربة
٠,٢٢	٢,٥٨	٢,٣٦	١٢ - الحصادات المختلفة (البرسيم والبطاطا والتمس)
			١٣ - المحارث بأنواعها المختلفة (المشطية، القرصية تحت التربة وأزميلية)
٠,٣٦	٣,٠٣	٢,٦٧	١٤ - آلات صنع الصناديق
٠,٣٣	٢,١٥	١,٨٢	١٥ - آلات المستنبتات الزجاجية
٠,٤٨	٢,٠٩	١,٦١	١٦ - منشآت مشاريع الإنتاج الحيواني المختلفة
٠,٢٤	٢,٤٨	٢,٢٤	١٧ - المحركات والمضخات التوربينية للآبار العميقة
٠,٣٧	٢,٥٢	٢,١٥	١٨ - مضخات توزيع الماء الساخن
٠,٣٠	١,٨٨	١,٥٨	١٩ - مصانع التقطير ووحدات معالجة مخلفات المجاري والمصارف
٠,١٥	٢,٠٦	١,٩١	

جدول رقم ٢ : طبيعة العمل أو الأنشطة التي تمارسها الشركات والمؤسسات العارضة

النسبة المئوية	العدد	طبيعة العمل أو النشاط
١٢,٦٤	١١	الإنتاج النباتي
١٧,٢٤	١٥	الإنتاج الحيواني
٢٢,٩٩	٢٠	الهندسة الزراعية
٤,٦٠	٤	وقاية النبات
٦,٩٠	٦	التربة واستصلاح الأراضي
٦,٩٠	٦	الصناعات الزراعية
٢,٣٠	٢	مزارع الأسماك
—	—	أنظمة الطاقة الشمسية
—	—	أنظمة التسويق المتخصصة
١١,٥٠	١٠	الأنظمة الإدارية وإدارة المزارع
٥,٧٥	٥	غير مبين
١٠٠	٨٧	المجموع

الاستنتاج

اتضح من نتائج البحث ما يلي :

وجد أن معظم الزائرين للمعرض ممن حصلوا على تعليم ثانوي على الأقل وكان الهدف الرئيس للزيارة التعرف على الحديث في الزراعة وزاروا المعرض لأكثر من مرة كما أشاروا إلى أن مستوى الخبرة المكتسبة أقل من المعارض السابقة من وجهة نظرهم وهذا قد يعود إلى تكرار المعارضات أو المعلومات أو الخبرات الزراعية في المعرض . كما وجد أن هناك استفادة كبيرة بصفة عامة بالنسبة لمعظم المعلومات التي تهم الزائرين كما أشارت لذلك المتوسطات الحسابية وقيمة (t) المحسوبة . أما فيما يختص ببعض المجالات التي لم يحصل فيها استفادة فقد يعزى هذا إلى عدم وجود الجودة في العرض أو قلة خبرة العارضين بالإضافة إلى كون هذه المواضيع ذات أهمية قليلة لزوار المعرض مقارنة بالمواضيع التي حصل منها استفادة كبيرة .

أما بالنسبة للمعارضين فقد اتضح أن معظمهم يمثلون شركات أجنبية سبق أن اشتركوا في مثل هذه المعارض أكثر من مرة سواء داخل أو خارج المملكة وكانت أهدافهم الرئيسية من الاشتراك هي العرض، والبيع أو البحث عن وكيل وقد أبدوا رضاهم عن هذا المعرض مقارنة بالمعارض السابقة أما جودة هذا المعرض فتصاهي أو تفوق المعارض السابقة وقد أبدوا رغبتهم في الاشتراك في المعارض الزراعية المستقبلية وهذا يعكس مدى التطور الحاصل في هذا المعرض نتيجة الخبرات المكتسبة من المعارض السابقة.

التوصيات

- ١ - التركيز على الموضوعات التي لها مساس مباشر بالمزارعين ويتم ذلك عن طريق الاعتماد على نتائج دراسات ميدانية لكي تكون أكثر واقعية.
- ٢ - الاهتمام بعملية التقويم المستمرة لهذه المعارض مع الأخذ بنتائج التقويم السابقة في عملية تطوير المعارض المستقبلية.
- ٣ - تحاشي التكرار في المعروضات ومحاولة التجديد في أساليب العرض والمعروضات لتقليل الملل لدى الزائرين الذين سبق لهم زيارات سابقة للمعرض الزراعي لأكثر من مرة.
- ٤ - تقريب فترات عقد مثل هذه المعارض لكي تتاح الفرصة للمزارعين للإطلاع ومتابعة التطور الذي يحصل في مجال التقنية الزراعية.
- ٥ - تكرار إقامة هذا المعرض على أن يشمل المناطق الزراعية الأخرى لكي تعم الفائدة ويساعد في نشر المعرفة.

المراجع

- [١] Edward, Micheal. *The Exhibitor's Handbook, The Complete Exhibitors Guide to UK and Overseas Trade Affairs and Exhibitions*. London: Kogan page Ltd, 81/1982.
- [٢] الخولي، حسين زكي . الإرشاد الزراعي ودوره في تطوير الريف . جمهورية مصر العربية ، القاهرة: دار الكتب الجامعية ، الطبعة الثانية ١٩٧٧م .
- [٣] بدران، مصطفى . الوسائل التعليمية . جمهورية مصر العربية ، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٥٩م .
- [٤] Tyler R. W. *Basic Principles of Curriculum and Instruction*. Chicago, Illinois: University of Chicago Press 1956.
- [٥] Boyle, P.G. and Brown, E.J. "Evaluation of Cooperative Extension Work." *Extension service Bulletin*, College of Agriculture, University of Wisconsin, Madison, Wisconsin, USA, May, (1985).
- [٦] حسين ، سمير محمد . الإعلام والاتصال بالجمهور والرأي العام . جمهورية مصر العربية ، القاهرة: عالم الكتب ، ١٩٧٧م .
- [٧] المعرض الزراعي السعودي . مركز معارض الرياض - شركة معارض الرياض المحدودة ، المملكة العربية السعودية ، الرياض ، (١٩٨٥م) .

The Effectiveness of Agricultural Exhibitions as an Extension and Educational Method

Abdullah I. Al-Odaibi, Abdullah A. Al-Zaidi and Mohammed M. Shibah
Agricultural Economics and Rural Sociology Department, College of Agriculture, King Saud University, Riyadh, Saudi Arabia

Abstract. The main objective of this study was to identify the role of the Agricultural Exhibition as an extension and educational method and its contribution to the visitors experiences. The study included a random sample of 122 visitors and 59 exhibitors. Percentages and means in addition to "t" values were calculated to show any significant differences.

The results indicated that, 73% of the visitors were university graduates the main objective of 94% of them was to get acquainted with the recent developments in agriculture, and 66% of the visitors had visited similar exhibitions before.

The differences in the experiences gained in several areas were significant at the 1% level. The major activities of the exhibitors were in the fields of agricultural engineering and animal production while the least was in the area of fisheries. 61% of the exhibitors represented non Saudi companies while 63% have participated more than once and their main objective of participation was sales and exhibition. 90% of the exhibitors expressed their satisfaction concerning the standard of the exhibition as compared with previous exhibitions. A similar percentage indicated their desire to participate in agriculture exhibitions in future.

It is recommended that similar exhibitions be held in the various regions of the kingdom, emphasizing on the subjects that are of direct interest to the farmers. However, it is important also to avoid repetition and to concentrate on renewal and the continuous evaluation of these exhibitions.