

أهداف زوار المعرض السعودي لعام ١٩٨٥م ووجهات نظرهم في وسائل تحسينه وتطويره

محمد صالح الشيفي

قسم الاقتصاد الزراعي والمجتمع الريفي - كلية الزراعة - جامعة الملك سعود - الرياض - المملكة العربية السعودية.

يهدف هذا البحث إلى التعرف على أهداف زوار المعرض الزراعي السعودي لعام ١٩٨٥م، وعلى دور المعارض الزراعية في انتشار وتبني الأفكار الزراعية المستحدثة. ولتحديد الأهداف تم أخذ عينة عشوائية حجمها ٢١٩ زائراً من زوار المعرض والبالغ عددهم ١٣.٧٦٧ زائراً. وقد أوضحت النتائج أن الهدفين الأول والثاني لزوار المعرض الزراعي هما التعرف على التقدم الحادث في شتى المجالات الزراعية، والتعلم والثقافة العامة. وهذان الهدفان يعبران إلى حد ما عن مضمون المرحلة الأولى من مراحل تبني الأفكار الزراعية المستحدثة والتي تعرف بمرحلة الوعي أو التعرف بالفكرة. وعلى هذا فإن المعارض الزراعية تعتبر من أهم طرق الإرشاد الزراعي المستعملة للاتصال بالجمهور في المملكة والتي تقوم بدور فعال في انتشار وتبني الأفكار الزراعية المستحدثة. لذا فإن الباحث يوصي بضرورة دعم وتشجيع المعارض الزراعية والعمل على تفادي جميع الصعوبات والمشكلات التي تعوق الاستفادة الحقيقية منها كاللغة المستخدمة في الشرح والتوضيح إذ يجب الإكثار من الأخصائين الزراعيين ومدربي الشركات الذين يتحلون باللغة العربية بدلاً من اللغة الإنجليزية.

الإرشاد الزراعي نظام تعليمي غير رسمي يتميز عن نظم التعليم الرسمية كالمدراس والمعاهد والجامعات في أنه يلبي حاجات عدد كبير من الزراع الذين يختلفون اختلافاً واضحاً في مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية وفي أعمارهم وعاداتهم.

ونتيجة هذا التباين الواضح بين الزراع تعددت أساليب وطرق الإرشاد الزراعي حتى يتم التأثير على الزراع بالرغم من اختلاف مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية و التعليمية.

وتقسم طرق الإرشاد الزراعي إلى طرق الاتصال بالأفراد وطرق الاتصال بالجماعات وطرق الاتصال بالجمهير. وطرق الاتصال بالأفراد تشمل الزيارات الفردية والاتصال التليفوني والحطبات الشخصية، أما طرق الاتصال بالجماعات فتشمل الاجتماعات الإرشادية والرحلات والمعسكرات وزيارة الحقول الإرشادية، وتشمل طرق الاتصال بالجمهير المطبوعات الإرشادية والنصحف والراديو والتلفزيون والملصقات والمتاحف والمعارض (عمر ١٩٨٠م).

والمعارض الزراعية من طرق الإرشاد المستعملة للاتصال بالجمهير التي أثبتت نجاحا كبيرا في كثير من دول العالم. ويعرف عبدالغفار (١٩٧٦م) المعرض الزراعي تعريفاً وظيفياً على أنه لقاء تعليمي وإيضاحي لعرض وإبراز المنجزات الفنية والتقنية بهدف تقديم المشورة وتبادل الخبرات بين المعارضين والزراع حيث يقدم المعارضون نتائج البحث العلمي والتطبيقي العلمي لأدوات الإنتاج والخبرات الفنية والتنظيمية الزراعية لخدمة الإنتاج الزراعي كمنوعاً وكذا التخزين والتصنيع الغذائي ويختلف الأفكار والتنظيمات المساعدة للقطاع الزراعي من خلال استخدام مكثف - متوازي ومتوالي - لجميع قنوات الاتصال الممكنة بصورة بسيطة وواضحة ومفصلة. وقد ذكر العادلي (١٩٧٣م) ثلاث مميزات للمعارض الزراعية وهي :

أولاً: إتاحة الفرصة للزراع للاتصال برجال الإرشاد بالإضافة إلى أن المعارض تتيح فرصة للقاء بين الزراع والمسؤولين والأخصائيين فيمكن هؤلاء المسؤولين التعرف على مشكلات الزراع والإجابة على أسئلتهم واستفساراتهم.

ثانياً: تعتبر مصدراً للتعليم والثقافة بجانب كونها مصدراً للترويج والترفيه.

ثالثاً: خلق روح المنافسة بين الهيئات أو الأفراد المشتركين مما يؤدي في النهاية إلى جودة وإتقان العمل والإنتاج.

وتقوم المعارض الزراعية بدور فعال في انتشار وتبني الأفكار المزرعية المستحدثة ويعرف روجرز 1965. Rogers الانتشار بأنه العملية التي يتم فيها انتقال الفكرة

الجديدة من مصادرها الأصلية إلى الذين يستعملونها . أما عملية التثبي فيعرفها ورجرز (١٩٦٥م) بأنها العملية العقلية التي يمر فيها الفرد من سماعه بالفكرة الجديدة لأول مرة وحتى تثبتها النهائي . وتمر عملية تثبي الأفكار المستحدثة بخمس مراحل هي :

١ - مرحلة الوعي أو التعرف بالفكرة

وفي هذه المرحلة يسمع الفرد عن الفكرة الجديدة ولكن تنفصه الكثير من المعلومات الضرورية لفهم وإدراك هذه الفكرة .

٢ - مرحلة الاهتمام بالفكرة

وفي هذه المرحلة يصبح الفرد مهتماً بالبحث عن المعلومات لزيادة معرفته بالفكرة الجديدة .

٣ - مرحلة التقييم

وفي هذه المرحلة يبدأ بتحديد محاسن وعيوب الفكرة الجديدة وما يتوقعه منها في المستقبل وفي ضوء نتائج هذا التقييم يتم تحديد موقف الفرد من الفكرة الجديدة إما بتجريبها أو بصرف النظر عنها .

٤ - مرحلة التجريب

وفي هذه المرحلة يتم استخدام الفكرة الجديدة على نطاق ضيق للتحقق من مدى صلاحيتها وملاءمتها لظروف المنطقة .

٥ - مرحلة التثبي

وفي هذه المرحلة تستخدم الفكرة الجديدة على نطاق واسع في المنطقة .

وتعتبر مصادر الإعلام الجماهيرية كالصحف والراديو والتلفزيون والمنطوعات الإرشادية والمعارض الزراعية من أهم الوسائل وأقواها أثراً في نشر وذبوع الفكرة أو الخبرة الزراعية الجديدة في المراحل الأولى من عملية تثبي الأفكار المستحدثة ويقل تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية في المراحل الأخيرة من عملية التثبي عدا المعارض الزراعية وذلك لأنها تهيم الرد القوي والمقنع الذي يحتاجه الزراع في التقييم والتجريب وذلك لوجود الأخصائيين الذين يقومون بالإجابة على جميع الاستفسارات .

والمعرض الزراعي السعودي بدأت إقامته في عام ١٩٨٢م وفتح المعرض الرابع للزراعة والري والصناعات الزراعية لعام ١٩٨٥م أبوابه للزوار في الفترة من ٣ - ٧ رجب ١٤٠٥هـ الموافق ٢٤ - ٢٨ مارس ١٩٨٥م . وقد اشترك في المعرض ٤٠٠ شركة رائدة في مجال إنتاج وتوريد المنتجات والمعدات الزراعية في جميع أنحاء العالم تشمل

هولندا والدنمارك وبريطانيا وفرنسا وجمهورية ألمانيا الاتحادية والنمسا وإيطاليا وأستراليا والولايات المتحدة الأمريكية إضافة إلى الشركات السعودية. وقد تضمنت المعارضات أنظمة إنتاج الألبان ووقاية وتغذية النبات وتنقية البذور والري وهندسة المياه والبيوت المحمية والبستنة وأدوات اخصاد وأساليب مناولة وتخزين الحبوب والرعاية الصحية للدواجن والمواشي والجرارات الزراعية والمعدات الزراعية الأخرى وبمزارع الأسماك. وتتلخص أهداف هذا البحث فيما يلي:

- ١ - التعرف على أهداف زوار المعرض الزراعي السعودي ٨٥.
- ٢ - التعرف على دور المعارض الزراعية في انتشار وتبني الأفكار والطرق والأساليب المزرعية المستحدثة.
- ٣ - تحديد مدى تأثير السن والمهنة والمستوى التعليمي لزوار المعرض الزراعي السعودي على أهداف زوار المعارض الزراعية.
- ٤ - التعرف على وجهات زوار المعرض الزراعي السعودي ٨٥ بالنسبة لوسائل تحسيته وتطويره.

طريقة البحث

تكون مجتمع البحث من زوار المعرض الزراعي كافة حيث تم توزيع الاستمارات على الزوار الخارجين من المعرض وطلب منهم الإجابة على الاستمارات وقد تم جمع ٢١٩ استشارة خلال اليومين الأول والثاني من أيام المعرض عن طريق ما يسمى بالعينة العشوائية على أبعاد متساوية، إذ تم وقوف الباحث ومساعدته على الباب الرئيسي للمعرض وكل ١١ شخصا خارجين من المعرض، يستفتى الشخص الحادي عشر. وتم العمل بهذه الطريقة حتى تم جمع ٢١٩ استشارة وقد اكتفى الباحث باليومين الأول والثاني من أيام المعرض حيث كثر في اليومين الثالث والرابع عدد الزائرين لدرجة الثانية أو الثالثة إما لأغراض الترفيه أو لزيادة الاطلاع. وقد بلغ عدد زوار المعرض ١٣,٧٦٧ زائراً. وعند تفريغ الاستمارات تم إخراج ٦ استمارات لعدم استكمال البيانات. . وقد اشتملت الاستشارة البحثية على ثلاثة أجزاء هي:

- الجزء الأول: تتضمن بعض البيانات الشخصية كالسن والمهنة ومستوى التعليم
- الجزء الثاني: اشتمل على سبعة أهداف من الأهداف العامة لزوار المعارض الزراعية جمعت من مراجع في الإرشاد والتعليم الزراعي.

الجزء الثالث : خاص بالتعرف على وجهات نظر زوار المعرض الزراعي السعودي ٨٥ بالنسبة لوسائل تحسينه وتطويره .
وقد تم عرض الاستشارات على إدارة المعرض لتتعرف على آراء ومقترحات الإدارة حول الاستشارات، وقد تم تعديل بعض الأسئلة بناء على طلب الإدارة كما تم تعديل صياغة بعض الأسئلة في اليوم الأول من أيام المعرض بناء على اقتراحات مجموعة صغيرة من زوار المعرض تم اختيارهم لاختيار مدى مقدرة الزوار على فهم الأسئلة . ولم تدخل هذه المجموعة في العينة لأنها اعتبرت دراسة استطلاعية .
وقد تم تحليل البيانات باستخدام التعبير بالأرقام المطلقة والنسب المئوية لتوزيع أفراد العينة حسب المعلومات الشخصية، كما استخدمت الأرقام المطلقة لترتيب أهداف زوار المعرض الزراعي حسب درجة الأولوية . وقد استخدم تحليل التباين عند دراسة مدى تأثير السن والمهنة والمستوى التعليمي للزوار على أهداف زوار المعرض الزراعية . وقد استخدم مقياس أقل فرق معنوي (LSD) لتحديد مواقع الفروقات .

النتائج والمناقشة

تراوح المستوى التعليمي لزوار المعرض الزراعي في العينة بين المستوى المتوسط والمستوى الجامعي . . فقد بلغ عدد الزوار من المستوى المتوسط (٢٣) ويشكلون ١٠.٨٠٪ من مجموع أفراد العينة، وبلغ عدد الزوار من المستوى الثانوي (٥٣) يشكلون ٢٤.٨٨٪ من مجموع أفراد العينة بينما بلغ عدد الزوار من المستوى الجامعي (١٢٢) منهم ٦٩ من كليات الزراعة أما الزوار في مستوى المعهد الزراعي فقد بلغ عددهم اثنين . . ولم يقصص ١٣ من الزوار عن مستواهم التعليمي .
ولقد بلغ عدد زوار المعرض الزراعي في العينة الذين تقل أعمارهم عن (٢٠ سنة) ١٥ شخصا . . وبلغ عدد الزوار الذين تراوح أعمارهم بين (٢٠ و ٢٩ سنة) ١٠٢ ويشكلون ٧٤.٨٩٪ من مجموع أفراد العينة . . أما الزوار الذين تراوحت أعمارهم بين (٣٠ و ٣٩ سنة) فقد بلغ عددهم ٦٥ شخصا ويشكلون ٥١.٣٠٪ من مجموع أفراد العينة . . بينما بلغ عدد الذين تراوحت أعمارهم بين ٤٠ و ٤٩ سنة ٢٧ بنسبة ١٢.٦٨٪، أما الذين تزيد أعمارهم على ٥٠ سنة فقد بلغ عددهم أربعة ويشكلون ١.٨٨٪ من مجموع أفراد العينة .
ولقد بلغ عدد زوار المعرض الزراعي من المزارعين في العينة ٤٠ بنسبة ١٨.٧٨٪، أما رجال الأعمال التجارية فقد بلغ عددهم ٣٥ بنسبة ١٦.٤٧٪ وقد

بلغ عدد الزوار الذين تتعلق أعمالهم بالزراعة كالمطلبة ورجال الإرشاد الزراعي والأخصائيين الزراعيين ٩١ بنسبة ٤٢,٧٢٪. أما الذين لم يبينوا نوع مهنتهم فقد بلغ عددهم ٤٧ بنسبة ٢٢,٠٧٪. أما من حيث الجنسية فقد بلغ عدد الزوار السعوديين ١٧٥، وبلغ عدد الزوار من جنسيات أخرى ٥٦، والجدول رقم (١) يبين توزيع أفراد عينة البحث حسب المعلومات الشخصية للزوار.

وعند ترتيب الأهداف حسب الأولوية جاءت الأهداف كما يلي:

- ١ - التعرف على التقدم الحادث في شتى المجالات الزراعية.
- ٢ - التعليم والثقافة العامة.
- ٣ - الاتصال برجال الأعمال والشركات الأجنبية المهمة بالزراعة.
- ٤ - الاطلاع أو الوقوف على مشاهدة المنافسة بين الهيئات والشركات المشتركة في المعرض.
- ٥ - الاتصال برجال الإرشاد والمسؤولين والأخصائيين الزراعيين.
- ٦ - الاستفادة من التزييلات في أسعار بعض السلع المعروضة في المعرض.
- ٧ - الترويح والترفيه.
- ٨ - بدون هدف.

وتبين الجداول أرقام (٢، ٣، ٤) توزيع أفراد عينة البحث حسب الأهداف والمستوى التعليمي والمهنة والسن. هذا ولم توجد فروق معنوية بين مستويات التعليم في مدى تحديد أهداف زوار المعرض الزراعي السعودي - ٨٥ - فقد بلغت قيمة ف المحسوبة ١,٣٨ بينما قيم ف الجدولية هي ٢,٩٢ عند مستوى معنوي ٥٪، و٤,٥٧ عند مستوى معنوي ١٪، أما فيما يتعلق بالمهنة فقد وجدت فروق معنوية بين المهن المختلفة في مدى تحديد أهداف زوار المعرض عند مستوى معنوي ٥٪، فقد بلغت قيمة ف المحسوبة ٣,٠٠٩ وهي أعلى من قيمة ف الجدولية والتي تساوي ٢,٩٢ عند مستوى معنوي ٥٪ ولتحديد مواقع الفروقات بين المهن المختلفة حسب قيم أقل فرق معنوي لتحديد أقل فرق ممكن بين متوسطات المهن المختلفة. وقد وجد الفرق بين الأفراد الذين تتعلق أعمالهم بالزراعة ورجال الأعمال والمزارعين معنوية عند مستوى ٥٪ فقد وجد أن عدد الأفراد الذين تتعلق أعمالهم بالزراعة زاروا المعرض الزراعي لعدة أهداف. وقد يعزى الفرق بين الأفراد الذين تتعلق أعمالهم بالزراعة (كالطلبة

جدول رقم (٢). توزيع أفراد عينة البحث حسب ترتيب الأهداف والمستوى التعليمي.

التعليم				ترتيب الأهداف
درجة متوسطة		درجة جامعية		
معهد زراعي	ثانوية	زراعية	أخرى	
٢٤	٣٩	٦٨	٤٠	١ - التعرف على التقدم الحادث في شتى المجالات الزراعية
١٢	٢١	٤٥	٢٤	٢ - التعليم والثقافة العامة
١٠	١٨	٢١	١٨	٣ - الاتصال برجال الأعمال والشركات الأجنبية المهتمة بالزراعة
٦	١٩	١٩	١٥	٤ - مشاهدة المنافسة بين الهيئات والشركات المشتركة في المعرض
٩	١٢	٢٥	١٢	٥ - الاتصال برجال الإرشاد والمسؤولين والأخصائيين الزراعيين
٦	١٩	٨	١٠	٦ - الاستفادة من التنزيلات على بعض السلع المعروضة بالمعرض
٧	٧	٨	٨	٧ - الترويج والترفيق
١٤	٨	٤	٢	٨ - بدون هدف

والمرشدين والأخصائيين الزراعيين ورجال الأعمال والمزارعين) إلى أن الأفراد الذين تتعلق أعمالهم بالزراعة ينظرون إلى المعارض الزراعية نظرة تعليمية بينما ينظر رجال الأعمال والمزارعين إلى المعارض الزراعية نظرة تجارية.

وعند دراسة مدى تأثير فئات السن في تحديد أهداف زوار المعرض الزراعي، وجد أن الفروق معنوية بين فئات السن، فقد بلغت قيمة F المحسوبة ٢٨,٨٥ وهي أعلى من قيمة F الجدولية والتي تساوي ٢,٩٢ عند مستوى معنوية ٥٪ ولتحديد مواقع الفروقات بين فئات السن وباستعمال أقل فرق معنوي لتحديد أقل فرق ممكن بين فئات السن فقد وجدت الفروق معنوية بين فئات السن (٢٠ - ٢٩ سنة) وباقي

جدول رقم (٣) - توزيع أفراد عينة البحث حسب ترتيب الأهداف والمهنة

المهنة				ترتيب الأهداف
غير مابين	عمل له علاقة بالزراعة	رجل أعمال تجارية	مزارع	
٤٢	٨٠	٢٠	٢٩	١ - التعرف على التقدم الحادث في شتى المجالات الزراعية
٢٩	٤٥	١٣	١٣	٢ - التعليم والثقافة العامة
٩	٢٩	١١	١٧	٣ - الاتصال برجال الأعمال والشركات الأجنبية المهتمة بالزراعة
١٣	٢٤	١١	١١	٤ - مشاهدة المنافسة بين الهيئات والشركات المشتركة في المعرض
١٤	٢٢	٨	١٣	٥ - الاتصال برجال الإرشاد والمسؤولين والأخصائيين الزراعيين
٧	١٦	٥	٩	٦ - الاستفادة من التنزيلات على بعض السلع المعروضة بالمعرض
٦	١٤	٦	٣	٧ - الترويج والتزقيع
٧	٨	٦	٦	٨ - بدون هدف

فئات السن الأخرى، كما وجد أن الفروق معنوية بين فئة السن (٣٠ - ٣٩ سنة) والفئتين (أقل من ٢٠ سنة) و (٤٠ - ٤٩ سنة) فقد وجد أن الأفراد في فئات السن (٢٠ - ٢٩ سنة) و (٣٠ - ٣٩ سنة) زاروا المعرض الزراعي لعدة أهداف وقد ركزوا على الأهداف التعليمية.

وعند دراسة مدى اقتناع الزوار بالمعرض الزراعي من حيث المعارضات وتخطيط المعرض وجد أن المعرض الزراعي قد حاز على رضا وإعجاب الزوار فقد وجد أن ١٨٥ من الزوار أجمعوا على أن المعرض مخطط بصورة جيدة، وهذا العدد يشكل ٨٦,٨٥٪ من مجموع أفراد العينة كما وجد أن ١٧٥ من الزوار أجمعوا على أن مكان ووقت إقامة المعرض كان مناسباً، وهذا العدد يشكل ٨٢,٦٪ من مجموع أفراد العينة

جدول رقم (٤) . توزيع أفراد عينة البحث حسب ترتيب الأهداف والسنة

ترتيب الأهداف	السنة			
	أقل من ٢٠	٢٠-٢٩	٣٠-٣٩	٤٠-٤٩
١ - التعرف على التقدم الحادث في نتي المجالات الزراعية	١٤	٩٠	٤٨	١٥
٢ - التعليم والثقافة العامة	٦	٢٧	١٥	٧
٣ - الاتصال برجال الأعمال والشركات الأجنبية المهتمة بالزراعة	٥	٢٩	١٨	١٤
٤ - مشاهدة المنافسة بين الهيئات والشركات المشتركة في المعرض	٥	٢٩	١٩	٧
٥ - الاتصال برجال الإرشاد والمسؤولين والأخصائيين الزراعيين	١٢	٦٥	١٧	٧
٦ - الاستفادة من التزييلات على بعض السلع المعروضة بالمعرض	٦	١٨	٣	٢
٧ - الترويع والترفيه	٤	٢١	٦	٧
٨ - بدون هدف	٢	٥	١٠	٦

.. كما أجمع ١٤٩ من الزوار (بنسبة ٦٩,٩٥٪) على أن المعرض بصورته الحالية سوف يكون له آثاره الإيجابية على تغيير نظرة الكثير من زواره المزارعين والتجار والشركات الزراعية في العديد من المجالات الزراعية . أما الذين تحققت أهدافهم من زيارة المعرض فقد بلغ عددهم ١٥٣ من الزوار بنسبة ٧١,٨٣٪ من مجموع أفراد العينة.

أما الذين هم على استعداد لزيارة المعرض إذا أقيم في منطقة أخرى غير مدينة الرياض فقد بلغ عددهم ٩٨ من الزوار (بنسبة ٤١,٧٨٪). بينما بلغ عدد الزوار الذين لا يستطيعون زيارة المعرض إذا أقيم خارج مدينة الرياض ٧٥ فرداً (بنسبة ٣٥,٢٢٪).

أما فيما يتعلق بأعداد الفنين القائمين بعملية الشرح والإيضاح فقد وجد أن ٩١ من الزوار أجمعوا على أن أعدادهم كافية بينما أفاد ٦٧ آخرون على أن أعدادهم تعتبر غير كافية. ويمكن أن يعزى قلة عدد الذين اقتنعوا بأعداد الفنين القائمين بالشرح والإيضاح إلى أن غالبية الفنين القائمين بالشرح يتحدثون باللغة الإنجليزية والتي تشكل - في حد ذاتها - عائقاً أمام فهم الكثير من زوار المعرض الزراعي. والجدول رقم (٥) يبين توزيع أفراد العينة وفقاً لمرئياتهم فيما يتعلق بتحسين وتطوير المعرض الزراعي.

جدول رقم (٥) توزيع أفراد العينة وفقاً لمرئياتهم فيما يتعلق بتحسين وتطوير المعرض الزراعي

أسس تقويم المعرض الزراعي	نعم		لا		لم أقرر
	عدد	%	عدد	%	
١ المعرض مخطط له بصورة جيدة.	١٨٥	٨٦.٨٥	٥	٢.٣٥	٢٣ ١٠.٨٠
٢ مكان إقامة المعرض مناسب.	١٧٥	٨٢.١٦	٢١	٩.٨٦	١٧ ٧.٩٨
٣ وقت إقامة المعرض مناسب.	١٧٥	٨٢.١٦	٢٩	١٣.٦٢	٩ ٤.٢٢
٤ البيانات والإعلانات مناسبة وواضحة.	١٤٢	٦٦.٦٧	٣٤	١٥.٩٦	٣٧ ١٧.٣٧
٥ إعداد الفنين القائمين بعملية الشرح والإيضاح كافية.	٩١	٤٢.٧٢	٦٧	٣١.٤٥	٥٥ ٢٥.٨٣
٦ فكرة المعرض تشجيعية ولا يوجد بها أي تجديد.	٥٠	٢٣.٤٧	١٠٨	٥٠.٧٠	٥٥ ٢٥.٨٣
٧ طريقة عرض وتقديم المعارضات لم يبدت بها أي تغير.	٧٠	٣٢.٨٦	٧٧	٣٦.١٥	٦٦ ٣٠.٩٩
٨ أرى أن أكثر زوار المعرض يذهبون إليه للترفيه والترفيه.	٩١	٤٢.٧٢	٧٧	٣٦.١٥	٤٥ ٢١.١١
٩ المعرض بصورته الحالية سيعمل على تمثيل نظرة الكثير من زواره المزارعين والتجار والشركات الزراعية في العديد من المجالات الزراعية.	١٤٩	٦٩.٩٥	١٢	٥.٦٣	٥٢ ٢٤.٤١
١٠ فكرة وتخطيط المعرض في حاجة إلى تغير.	٧١	٣٢.٣٣	٨٣	٣٨.٧	٥٩ ٢٧.٧٠
١١ لقد تحقق الهدف من زيارتي للمعرض.	١٥٣	٧١.٨٣	٦٨	١٣.١٥	٣٢ ١٥.٠٢
١٢ إذا أقيم هذا المعرض في منطقة أخرى غير منطقة الرياض هل أنت على استعداد لزيارته.	٨٩	٤١.٧٨	٧٥	٣٥.٢٢	٤٩ ٢٣.٠٠

وفي ضوء ما أسفر عنه هذا البحث من نتائج فإنه يمكن الخروج ببعض المقترحات والتوصيات لرفع مستوى المعارض الزراعية من الناحية التجارية وزيادة كفاءتها من الناحية التعليمية، وفيما يلي أهم هذه المقترحات والتوصيات:

١ - ضرورة دعم وتشجيع المعارض الزراعية لأنها من أهم وسائل نشر الأفكار والمعلومات الزراعية التي يتم فيها الاتصال في اتجاهين وهذا يعني أن هناك تبادلًا للأفكار بين الأخصائيين الزراعيين ومندوبي الشركات العارضة من ناحية وزوار المعارض الزراعية من ناحية أخرى.

٢ - حيث إن المعارض الزراعية من أهم وسائل التعليم الزراعي والثقافة العامة لذا يجب تضافي جميع الصعوبات والمشكلات التي تعين العملية التعليمية كاللغة المستخدمة في الشرح والإيضاح إذ يجب الإكثار من الأخصائيين الزراعيين ومندوبي الشركات الذين يتحدثون باللغة العربية بدلًا من اللغة الإنجليزية التي تعتبر عقبة كبيرة في تعليم وترشيد الزوار نظرًا لأن غالبيتهم لا يستطيعون التحدث باللغة الإنجليزية... ويمكن تضافي هذه العقبة بالاستعانة بالمرشدين الزراعيين من وزارة الزراعة والأخصائيين الزراعيين من البنك الزراعي وطلبة كليات الزراعة للقيام بعملية الشرح والإيضاح.

٣ - الاهتمام بالمعارض الزراعية من الناحية الإعلامية إذ يجب الإعلان الواسع النطاق عنها في الصحافة والراديو والتلفزيون من أجل جذب أكبر عدد ممكن من المزارعين والتجار من خارج مدينة الرياض... كما يجب استعمال طرق الاتصال الشخصي حيث أثبتت الأبحاث أهميتها كمصدر من مصادر المعلومات للزراع في المملكة العربية السعودية.

٤ - يفضل توزيع الشركات العارضة حسب التخصصات بحيث يوجد كل تخصص في قسم على حدة حتى يسهل على الزوار الاتصال بالشركات ومفازة المعارضات، كما يفضل وجود دليل عن أقسام المعرض بحيث يكون مصحوبًا بخارطة توضيحية تبين مواقع الشركات العارضة حتى يسهل على الزوار الوصول إلى الشركة المطلوبة.

٥ - يتوقع بعض زوار المعارض الزراعية الحصول على بعض الحوافز عند إقامة المعارض الزراعية، لذلك يوصي الباحث بإيجاد بعض الحوافز تتمثل في تخفيض الأسعار أو إطالة مدة الضمان أو توفير الصيانة وقطع الغيار.

المراجع

- ١ - المراجع العربية
العادي، أ. (١٩٧٣م) أساسيات علم الإرشاد الزراعي، دار المطبوعات الجديدة، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية.
- عمر، أ. (١٩٨٠م) الإرشاد الزراعي، أوفستا للطباعة، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- عبدالمعطي، ع. (١٩٧٦م) الإرشاد الزراعي بين الفلسفة والتطبيق، دار المطبوعات الجديدة، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية.
- شركة معارض الرياض المحدودة (١٤٠٥هـ) كتالوج المعرض الزراعي للزراعة والري والصناعات الزراعية، الرياض، المملكة العربية السعودية.

ب- المراجع الأجنبية

- Rogers, M. (1965) *Diffusion of Innovations*. The Free press, new York, U. s. A.

Objectives of Visitors to Saudi Arabian Agricultural Exhibit 85, their Perspective for Improvement

M.S.Al-Shenaifi

*Department of Agricultural Economics and Rural Sociology,
College of Agriculture, King Saud University, Riyadh, Saudi
Arabia.*

The primary purposes of the study were to ascertain the objectives of visitors to Saudi Arabian Agricultural Exhibit 85, as well as the overall role of the Agricultural Exhibits in the diffusion of Agricultural innovations in Saudi Arabia. A random Sample of 219 out of 13,767 visitors was used. A questionnaire, especially developed for this study was used for collecting the data.

Visitors first objective was to obtain information about recent advances in agricultural development and technology. This objective, a vital component of the adoption process' first stage, known as the 'Awareness stage'. It was also concluded that Saudi Agricultural Exhibit was one of the main channels of diffusion of agricultural innovations. Therefore, it recommended that Saudi Agricultural Exhibit be supported, providing that the Arabic Language is widely used by the exhibitors.