مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإدارية والاقتصادية

**اسم المقال:** واقع قطاع تصنيع الألبان في الأسواق الفلسطينية من وجهة نظر العاملات في التعليم الحكومي في طولكرم
**اسم الكاتب:** د. خالد محمد الصويص، د. رامي سامي القيسي، د. أحمد "محمد أكرم" شويكة، م. سيف الدين محمد أبو عجوه
**رابط ثابت:** https://political-encyclopedia.org/index.php/library/1609
**تاريخ الاسترداد:** 2026/11/01 22:44 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإدارية والاقتصادية ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

# واقع قطاع تصنيع الألبان في الأسواق الفلسطينية من وجهة نظر العاملات في التعليم الحكومي في طولكرم *


د. خالد محمد الصويص **

د. رامي سامي القيسي ***

د. أحمد "محمد أكرم" شويكة ****

م. سيف الدين محمد أبو عجوه *****



* تاريخ التسليم: ١/ ١/ ٢٠١٤م، تاريخ القبول: ٢٩/ ٣/ ٢٠١٤م.



** أستاذ مشارك في الاقتصاد/ كلية الاقتصاد والإدارة والأعمال/ جامعة فلسطين التقنية– خضوري/ طولكرم/ فلسطين.

*** أستاذ مساعد/ المركز الوطني للبحوث الزراعية/ برنامج تقنيات ما بعد الحصاد/ وزارة الزراعة الفلسطينية/ فلسطين.

**** أستاذ مساعد/ رئيس قسم العلوم المالية والمصرفية المحوسب/ كلية الاقتصاد والإدارة والأعمال/ جامعة فلسطين التقنية- خضوري/ طولكرم/ فلسطين.

***** مدير إعداد المشاريع في الإدارة العامة للتخطيط/ وزارة الزراعة الفلسطينية/ فلسطين.

## ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى القدرة التنافسية لقطاع تصنيع الألبان في الأسواق الفلسطينية، إذ أجريت هذه الدراسة على العاملات في المدارس الحكومية للإناث في مدينة طولكرم، والبالغ عددهن (٥٦٠) موظفة. ولأغراض جمع المعلومات، فقد وزعت الاستبانات على مجتمع الدراسة بالكامل، واستردت (٤٣٦) استبانة صالحة للدراسة، أي ما نسبة (٧٨٪) من مجتمع الدراسة. عولجت هذه الاستبانات إحصائياً باستخدام حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، واستخدمت المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية والنسب المئوية. وكان من أبرز نتائج هذه الدراسة: أن ألبان الجنيدي أكثر انواع الألبان استهلاكاً، وأن نسبة عالية من المستهلكين يفضلون الألبان المصنعة محلياً، وأن قرار الشراء عند المستهلك يعتمد بنسبة عالية على جودة المنتج ومذاقه، وتاريخ الإنتاج، كما بينت الدراسة عدم وجود اختلاف بين وجهات النظر للمبحوثين بناءً على الدخل الشهري للأسرة، أو مكان السكن، وذلك على مجالات الدراسة كافة.

## *The Reality of Dairy Manufacturing in the Palestinian Markets from the Perspective of Working in Public Education in Tulkarm*


# *Abstract:*

*This study aimed to identify the competitiveness of dairy manufacturing in the Palestinian market. It was conducted on the female employees in public schools for girls in the city of Tulkarm, and the number of these employees was (560) . The population of the study was asked to answer a questionnaire out of which 436 were recovered, that is, (78%) . The collected data were processed by the SPSS; means, percentages and standard deviations were employed. The most prominent findings were as follows: Al- Juneedi Dairy local products are the most consumed. A great percentage of consumers prefer local dairy products. Consumers, when buying these products, consider quality, taste and production date. Finally, it was found that there are no critical differences in the points of view of the study population based on monthly income and place of living, and this was true for all aspects of the study.*

## مقدمة:

مما لا شك في أن ارتفاع الأسعار المستمر مع ثبات الدخل النسبي أدخل كثيراً من الأسر الفلسطينية في صراع لمحاولة الحفاظ على مستواها المعيشي، والسعي لرفع هذا المستوى، خاصة في ظل زيادة النزعة الاستهلاكية التي تجتاح العالم في عصرنا الحديث. فقد أظهرت نتائج مسح واستهلاك الأسرة للعام (٢٠١١) الذي قام به الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني أن معدل استهلاك الأسرة الفلسطينية الشهري بلغ (١٠٥٨) ديناراً، يُنفق (٣٦٪) منها على الطعام، في حين بلغت نسبة الانفاق على الألبان ومنتجات الألبان ما يقارب (٣٪) .

أما في محافظة طولكرم، فقد بلغ معدل الاستهلاك الشهري ما يقارب (٩٤٤) ديناراً، اما ما ينفق على الطعام فقد بلغ (٣١٥) ديناراً (اي ما نسبته ٣٤٪) ، في حين بلغ مقدار الانفاق على الألبان ومنتجات الألبان ما يقارب (٢٨) ديناراً (٣٪) ، (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني ٢٠١٢) .

من ناحية اخرى، تعدّ صناعة منتجات الألبان في فلسطين من الصناعات القديمة التي كانت تأخذ الطابع اليدوي ضمن ما يعرف بالاقتصاد المنزلي، أما الشكل الحديث لصناعة منتجات الألبان، فقد كانت بداياته في السبعينيات من القرن الماضي، إذ تشير الإحصاءات الخاصة بوزارة الاقتصاد الفلسطينية إلى أن اعداد المنشات الخاصة بصناعة منتجات الألبان بلغت ثلاث منشات، من الفترة الواقعة بين (١٩٧٨– ١٩٨٧) ، ومن ثم استمر التطور في الصناعة إلى أن بلغ عددها نحو خمس منشآت من الفترة (١٩٨٨ – ١٩٩٣) .ومع قدوم السلطة الوطنية الفلسطينية، تم التوسع في صنع منتجات الألبان، إذ أصبحت أعداد المنشات الخاصة في هذا النشاط في العام (٢٠٠٢) نحو (٣١) منشأة، (وزارة الاقتصاد الوطني، ٢٠٠٤) .ومع تطور هذا القطاع فقد بلغ عدد المنشات العاملة في قطاع منتجات الألبان عام (٢٠١٢) حوالي (١٠٠) منشأة (٦٠ منها في الضفة الغربية، و٤٠ في قطاع غزة) يعمل فيها ما يقارب (١٧٢٠) عاملاً، (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، ٢٠١٢) .

تتفاوت النسب والحصص في السوق الفلسطيني لمنتجات الألبان، وخاصة مع وجود المنتج الإسرائيلي في السوق الفلسطيني الذي تأثرت به المدن الفلسطينية بشكل كبير، إذ يعدّ منافساً قوياً للمنتجات المحلية.تعددت الأرقام في التقارير عن حجم الإنتاج الفلسطيني

والمستورد بتعدد المصادر، سواءً أكان من اتحاد الصناعات الغذائية، أم جمعية حماية المستهلك الفلسطيني، أم الغرف التجارية، ولكن كان لا بد من إعطاء البيانات الرسمية من السلطة الوطنية الفلسطينية، وبالتحديد من وزارة الزراعة الفلسطينية، ومركز الإحصاء الفلسطيني اللذين كان بيانهما حسب آخر الإحصائيات (٢٠١٣) كالآتي:

**الجدول (١)**

**إجمالي المنتج المحلي والمستورد من الحليب يوميا**

| البيان | حجم الإنتاج اليومي للضفة الغربية (الكمية بالطن) | حجم الإنتاج اليومي في طولكرم (الكمية بالطن) |
|---|---|---|
| إنتاج الحليب | ٣٦٠ | ١٣,٥ |
| الاستهلاك من الحليب | ٦١٠ | ٤٢ |
| المستورد من الحليب | ٢٥٠ | ٢٨,٥ |

المصدر: وزارة الزراعة (٢٠١٣)

**الجدول (٢)**

**يمثل المنتج المحلي والمستورد من الحليب لتصنيع المنتجات**

| البيان | المنتج المحلي يومياً (بالطن) | المستورد اليومي (بالطن) |
|---|---|---|
| حليب مبستر | ٩٠,٦٣ | ١٣,٤٥ |
| لبن رايب | ٩٧,٩ | ١٤,٦٣ |
| لبن شراب | ٢,٧ | ٠,٤٠ |
| لبن معلّب | ٥٠,٧٠ | ٧,٦٠ |
| جبنة بيضاء | ٧٢,٥٠ | ١٠,٨٠ |
| جبنة مغلية | ٢٩ | ٤,٣٣ |
| جميد | ٢٥,٤٠ | ٣,٨٠ |

المصدر: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (٢٠١٣)

## مشكلة البحث:

في إطار سعي دولة فلسطين للحصول على العضوية الكاملة في منظمة التجارة العالمية (WTO) ، فإن كثيراً من القطاعات الاقتصادية سوف تتأثر بشكل مباشر نتيجة

لذلك، خاصة القطاعات الإنتاجية منها، ولذلك فإن القطاع الصناعي الفلسطيني بحاجة إلى إعادة هيكلة نفسه وتطويرها؛ لمواجهة هذا التحدي الجديد.

وبالطبع، يعدّ قطاع التصنيع الغذائي من القطاعات الرئيسة للقطاع الصناعي الفلسطيني، وخاصة قطاع تصنيع الألبان الذي سيجد نفسه أمام تحد جديد، إضافة إلى التحديات التي يواجهها حالياً، إذ يحتاج هذا القطاع إلى الاستعداد الجيد، والمدروس للدخول في المنافسة العالمية، هذا إلى جانب المنافسة الشرسة وغير العادلة التي يواجهها حالياً مع نظيره الاسرائيلي، إضافة إلى المنافسة الداخلية بين المنتجات الفلسطينية نفسها.

ومن هنا يأتي السؤال حول مدى قدرة قطاع تصنيع الألبان الفلسطيني على اقناع المستهلك الفلسطيني بمنتجاته في ظل هذه المنافسة– الحالية والمستقبلية– القوية، للحفاظ على حصته في السوق، بل زيادتها في مواجهة المنتجات الإسرائيلية والأجنبية.

## أهداف الدراسة:

١. التعرف إلى حجم السوق الفلسطيني لصناعة الألبان، ومدى إسهام المنتجات المحلية في استيعاب السوق.

٢. تحليل آراء المستهلك الفلسطيني، ومناقشتها في قطاع إنتاج الألبان في فلسطين.

٣. تقديم توصيات تساعد قطاع إنتاج الألبان على الاستمرارية والمنافسة للسلع الأجنبية.

٤. التعرف إلى مدى إمكانية الدعم الحكومي لهذا القطاع.

## أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة من خلال التعرف إلى حجم صناعة الألبان في السوق الفلسطيني، ومدى استيعاب المنتجات المحلية للسوق، والتعرف إلى أذواق المستهلكين، ومدى تفضيلهم لأنواع الألبان المصنعة محلياً، وموازنتها بالألبان الإسرائيلية المتداولة في السوق المحلي.

## حدود الدراسة:

تغطي هذه الدراسة الفترة الزمنية للعام (٢٠١٣) على جميع العاملات في المدارس الحكومية في مدينة طولكرم؛ وذلك لاعتبارها الفئة المثقفة، والقادرة على الحكم بموضوعية على طبيعة الألبان المستخدمة في المنازل. أمّا الحدود المكانية فهي مدينة طولكرم لسهولة وصول الباحثين فيها إلى الفئة المستهدفة، والحكم على الدراسة بدقة متناهية، إذ شارك

جميع الباحثين في توزيع الاستبانة ليصل البحث إلى أكبر عدد ممكن من فئة العاملات في مدارس الحكومة في المدينة.

## فرضيات الدراسة:

١. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha$ = ٠,٠٥) في استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير العمر.

٢. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha$ = ٠,٠٥) في استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية.

٣. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha$ = ٠,٠٥) في استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير عدد أفراد الأسرة.

٤. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha$ = ٠,٠٥) في استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير دخل الأسرة الشهري.

٥. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha$ = ٠,٠٥) في استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير مكان السكن.

## الدراسات السابقة:

دراسة **أبو منديل** (٢٠١٢) ، هدفت هذه الدراسة إلى تحليل واقع الثروة الحيوانية من الإنتاج الحيواني داخل الأراضي الفلسطينية، وتحدثت كذلك عن التنمية الزراعية المستدامة، وعلاقتها بالثروة الحيوانية، والأمن الغذائي، والاتفاقات الدولية الاقتصادية، وأثرها على الثروة الحيوانية، وعن فرص الاستثمار في قطاع الإنتاج الحيواني. بينت الدراسة كذلك نقاط الضعف والقوة للمناخ الاستثماري في الثروة الحيوانية، والحوافز، والإعفاءات الممنوحة للمستثمرين، وحصول بعض المشاريع على إعفاءات من الضرائب من الهيئة الفلسطينية العليا لتشجيع الاستثمار. كما تحدثت تلك الدراسة عن وجود مجالات استثمار جاذبة في قطاع الإنتاج الحيواني في الضفة الغربية. وكان من نتائج هذه الدراسة أنها أظهرت وجود نقص في حجم الحيازات من الأراضي المتعلقة بمزارع الحيوانات وصغرها؛ إذ أثبتت الدراسة أن (٧٦٪) من الحيازات مساحتها أقل من عشرة دونمات، وأنها تعاني من قلّة الإرشاد الزراعي والبحوث الزراعية، ونقص في المربين للثروة الحيوانية، وخاصة صغار المستثمرين، وعدم وجود تغيير في أعداد الأبقار منذ المسح الهيكلي للعام (٢٠٠٤/

٢٠٠٥) . أمّا أهم توصيات الدراسة فكانت:

- ضرورة اعتماد تربية السلالات الإنتاجية المتخصصة، مثل: الأبقار الهولندية، وأغنام العساف من الماعز الشامي، واعتماد النمط المكثف في تربيتها.
- ضرورة الحصول على الارشاد الزراعي العلمي.
- العمل على تطوير إدارات المزارع الإنتاجية الحيوانية.

دراسة **بدر** (٢٠١٢) ، وهدفت إلى التعرف إلى توجهات المستهلك الفلسطيني نحو الحليب ومشتقاته المصنعة محلياً، من خلال دراسة تأثير عناصر المزيج التسويقي، وبعض العوامل الاجتماعية والوطنية. ولأغراض جمع المعلومات، وزّعت استبانة على مجتمع الدراسة، وهو العيزرية، وأبوديس، إذ حُلِّلت (٨٥) استبانة بوساطة حزم البرامج للعلوم الإحصائية (spss) ، واستخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ففقرات الاستبانة كلها، وفحصت باختبار (T- test) ، واختبار التباين الأحادي (ANOVA) ، ومعادلة الثبات (كرونباخ الفا) . وأظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير كبير في كل عنصر من عناصر المزيج التسويقي، إضافة للعوامل الاجتماعية والوطنية. وكان من اهم توصيات الدراسة:

- ضرورة اهتمام الشركات المحلية بجودة منتجاتها.
- العمل على تقديم تشكيلة متنوعة من المنتجات التي تتلاءم مع رغبات المستهلك.
- الإعلان عن أسعار المنتجات المحلية بشكل واضح.
- الاهتمام بالإعلان عن منتجاتها بالشكل الذي يبقي المنتج في ذهن المستهلك، وتوزيعها بكميات كافية.
- الاهتمام بدور المرأة كمشترية، بالإضافة إلى تشجيع حملات لمقاطعة المنتجات الإسرائيلية.

دراسة **التميمي، والحلاق** (٢٠٠٩) ، بعنوان أثر تطوير المنتجات في درجة ولاء المستهلك عن مستهلكي منتجات الألبان في منطقة أمانة عمان الكبرى، إذ هدفت الدراسة إلى التعرف إلى أثر تطوير المنتجات (مواصفات المنتج، وجودة المنتج، والتكنولوجيا المستخدمة) في درجة ولاء المستهلك من وجهة نظر المستهلكين، والتحقق من وجود اختلاف في درجة ولاء المستهلك لمنتجات الألبان في منطقة أمانة عمان الكبرى، تبعاً لاختلاف الخصائص الديمغرافية. ولتحقيق أهداف الدراسة، وزع الباحثان استبانة أعدت لهذا الغرض على عينة ملائمة مكونة من (٥٠٠) مستهلك من مستهلكي منتجات الألبان،

وفي ضوء ذلك جرى جمع البيانات وتحليلها، واختبار الفرضيات باستخدام الحزمة الإحصائية (SPSS) ، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان أهمها:

- وجود تأثير ذي دلالة إحصائية بين مواصفات المنتج، وجودة المنتج، والتكنولوجيا المستخدمة، ودرجة ولاء المستهلك.

- عدم وجود اختلاف ذي دلالة إحصائية لدرجة ولاء المستهلك تبعاً للجنس، والدخل.

- وجود اختلاف ذي دلالة إحصائية لدرجة ولاء المستهلك تبعاً للعمر، والمستوى التعليم، وبناء على هذه النتائج قدمت مجموعة من التوصيات التي ركزت على ضرورة الاهتمام بجودة المنتج، والتركيز على التكنولوجيا المستخدمة، والاهتمام بتعزيز ولاء المستهلك.

دراسة **مصطفى** (٢٠٠٥) ، وهدفت إلى معرفة القدرة التنافسية للصناعات الغذائية الفلسطينية، وآفاق تطورها، واستخدم الباحث المنهجية الآتية:

- دراسة المفاهيم والنظريات والمقترحات والمقاييس لموضوع القدرة التنافسية.

- استعراض بعض الدراسات السابقة وتجارب بعض الدول والإطلاع عليها.

- المقابلات الميدانية مع جميع أطراف العملية الإنتاجية، والوكلاء والموزعين والمستهلكين.

- تصميم استبانتين، الأولى: تخص المنتجين والثانية: تخص المستهلكين– تخدمان جميع أغراض الدراسة

وقد خلصت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها:–

- يعاني الاقتصاد الفلسطيني من اختلالات هيكلية شملت معظم قطاعاته.

- ارتفاع أداء القطاع الخاص الفلسطيني بشكل عام، والقطاع الصناعي بشكل خاص في السنين العشرة الأخيرة من القرن الماضي، وتراجع هذا الأداء بشكل كبير في السنوات الثلاثة الأخيرة.

- تعدّ الصناعات الغذائية الفلسطينية من أهم الصناعات الفلسطينية؛ وذلك بدلالات متعددة، أهمها استيعابها لعدد كبير من العمال، وحجم استثماراتها العالية نسبي.

- تعاني الصناعات الغذائية من كبر حجم المواد الخام المستوردة اللازمة للصناعة، وانخفاض المهارات المتخصصة في هذا النوع من الصناعات، واعتماد هذه الصناعات على الآلات المستعملة من إسرائيل.

دراسة **الراعي** (٢٠٠٤) ، بعنوان صناعة منتجات الألبان في فلسطين (الواقع والتحديات) . بينت هذه الدراسة أهم المشكلات والمعوقات التي تواجه صناعة الألبان، والتراجع العام في حجم الإنتاج، والقيمة المضافة بسبب الهجمة الشرسة من قبل الاحتلال الإسرائيلي على الأراضي الفلسطينية التي أضعفت مقومات القطاع الإنتاجي لهذه الصناعة، بعد ان هدف الاجتياح الإسرائيلي عام (٢٠٠٠) إلى تدمير البنى التحتية للصناعات الفلسطينية. وقد أوصت الدراسة بضرورة العمل على توفير سلالات جيدة من الأبقار الحلوب المنتجة للحليب، وضرورة العمل على توفير الصناعات المكملة لصناعات الألبان، مثل صناعة (البلاستيك) اللازمة للتعبئة والتغليف. وأفادت الدراسة بأن مستقبل صناعة منتجات الألبان في فلسطين مرتبطة بوجود استقرار اقتصادي، ومناخ استثماري مشجع لاستقطاب رؤوس الأموال الخارجية، إضافة إلى ضرورة تشكيل البنية الأساسية لإقامة صناعات ذات الصلة (من هذا النوع) .

دراسة **الطنيب** (٢٠٠٣) ، وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى الأوضاع الحالية والمستقبلة لإنتاج الألبان وتسويقها وتصنيعها في الوطن العربي، وبخاصة صغار المنتجين، وتحديد المشاكلات والمعوقات التي تواجه أعمالهم، والتعرف إلى السياسات والبرامج الوطنية الهادفة إلى تطوير الإنتاج، والتسويق، وتوثيق التجارب العربية الناجحة، والرائدة في مجالات الإنتاج والتسويق والتصنيع. وقد قدمت الدراسة نبذة عن تطور أعداد المزارع المنتجة للألبان في الوطن العربي، مثل: السودان، ومصر، وسوريا، والجزائر. ومن نتائج الدراسة أظهرت ضخامة الثروة الحيوانية في معظم بلدان الوطن العربي، ورغم ذلك، فانها ما زالت غير قادرة على تحقيق الاكتفاء الذاتي في هذا القطاع المهم؛ بسبب النمو السكاني الذي يزيد عن معدل التسارع في عملية التصنيع، حيث يزداد استهلاك الألبان للأعمار لدى الأطفال، ويقل نسبياً بتقدم العمر، ويزداد ثانية لدى الأعمار الكبيرة، إذ يزداد الوعي الغذائي لأهمية الألبان، بمساعد تطور الإعلام في الوطن العربي. وكان من أهم التوصيات: ضرورة تحقيق التكامل والتنسيق بين الدول العربية في مشروعات إنتاج الألبان وتصنيعها، وإنشاء شبكة قومية للمعلومات تربط بين مؤسسات البحث العلمي كافة، خاصة في مجال الألبان مع الجهات ذات الاختصاص في الدول العربية، وإنشاء مشاريع في قطاع الألبان بإنتاج كبير يستثمر فيه العرب للألبان المجففة، وضرورة توحيد مواصفات قياسية خاصة بجودة منتجات الألبان في الوطن العربي.

## الطريقة والإجراءات:

تتضمن وصفاً للإجراءات التي اتبعها الباحثون في تحديد مجتمع الدراسة، والعينة

ووصفها، وشرح الخطوات والإجراءات العملية التي أُتبعت في بناء أداة الدراسة ووصفها، ثم إجراءات صدق أداة الدراسة وثباتها، ثم شرح مخطط تصميم الدراسة ومتغيراتها، والإشارة إلى أنواع الاختبارات الإحصائية التي استخدمت في دراسة استهلاك الألبان في فلسطين ومثيلاتها – دراسة حالة محافظة طولكرم.

## مجتمع الدراسة:

تشكل مجتمع الدراسة من جميع العاملات في المدارس الحكومية للبنات في مدينة طولكرم، وكان عدد العاملات– المعلمات والموظفات– (٥٦٠) شخصاً.

## عينة الدراسة:

وُزّعت (٥٦٠) استبانة على العاملات جميعهن في مدارس البنات، وهم مجتمع الدراسة في مدينة طولكرم، واستردّت (٤٣٦) استبانة، إذ راعى الباحثون عند اختيار العينة التوزيع حسب العمر ، والحالة الاجتماعية، وعدد أفراد الأسرة، ودخل الأسرة الشهري (بالشيقل) ، ومكان السكن، إذ كانت موزعة على الفئات كافة وتحقق الهدف، إذ اختيرت العينة باستخدام أسلوب العينة المقصودة. والجدول الآتي يصف عينة الدراسة بناء على متغيراتها المستقلة.

**الجدول (٣)**

**توزيع عينة الدراسة بناء على متغيراتها الاساسية**

| المتغير | الفئة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| العمر | (٢٥) فاقل | ٢٢ | ٥ |
| | ٢٦– ٣٥ | ١٢٧ | ٢٩,١ |
| | ٣٦– ٤٥ | ١٧٨ | ٤٠,٨ |
| | ٤٦– ٥٥ | ٩٠ | ٢٠,٦ |
| | اكثر من (٥٥) | ١٩ | ٤,٤ |
| | المجموع | ٤٣٦ | ١٠٠ |
| الحالة الاجتماعية | متزوج | ٣٢٧ | ٧٥ |
| | عازب | ٧٩ | ١٨,١ |
| | غير ذلك | ٣٠ | ٦,٩ |
| | المجموع | ٤٣٦ | ١٠٠ |

| المتغير | الفئة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| عدد أفراد الأسرة | (٣) فاقل | ٨٣ | ١٩ |
| | ٣– ٦ | ٢٤٦ | ٥٦,٤ |
| | ٧– ٩ | ٩٨ | ٢٢,٥ |
| | اكثر من (٩) | ٩ | ٢,١ |
| | المجموع | ٤٣٦ | ١٠٠ |
| دخل الأسرة الشهري | اقل من (٢٠٠٠) | ٣٧ | ٨,٥ |
| | ٢٠٠١– ٣٠٠٠ | ١٤٥ | ٣٣,٣ |
| | ٣٠٠١– ٤٠٠٠ | ٨٣ | ١٩ |
| | ٤٠٠١– ٥٠٠٠ | ٨٣ | ١٩ |
| | اكثر من (٥٠٠٠) | ٨٨ | ٢٠,٢ |
| | المجموع | ٤٣٦ | ١٠٠ |
| مكان السكن | مدينة | ٢٩٧ | ٦٨,١ |
| | بلدة | ٤٠ | ٩,٢ |
| | قرية | ٦٦ | ١٥,١ |
| | مخيم | ٣٣ | ٧,٦ |
| | المجموع | ٤٣٦ | ١٠٠ |

## أداة الدراسة وصدقها:

صمَّم الباحثون استبانة خاصة من أجل دراسة استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها – دراسة حالة– محافظة طولكرم، وقد عُرضت الاستبانة على خمسة محكمين في مجال التخصص، وعدّلت بعض الفقرات حسب اقتراحاتهم، **واشتملت أداة الدراسة على جزأين أساسيين هما:**

- **أولا**: البيانات الشخصية التي تتعلق بالعمر، والحالة الاجتماعية، وعدد أفراد الأسرة، ودخل الأسرة الشهري، ومكان السكن.
- **ثانيا**: تكون هذا الجزء من فقرات الاستبانة جميعها البالغ عددها (٢٥) فقره موزعة على ثلاثة مجالات تمثل الناحية الاقتصادية (قرار الشراء) ، و (٨) فقرات أخرى تمثل الناحية الحسية لقرار الشراء.

### ثبات أداة الدراسة:

- **معامل ثبات الاستبانة:**

يعرف الثبات: «بأنه الدقة في تقدير العلامة الحقيقية للفرد على السمة التي يقيسها الاختبار». وثبات أداة الدراسة التي استخدمها الباحث هي حسب معامل الثبات، باستخدام معادلة (كرونباخ ألفا) ، وقد كان مقداره (٠,٧٥) على جميع فقرات الاستبانة وهو مناسب للتحليل الإحصائي، ولأغراض الدراسة.

## إجراءات الدراسة:

**قام الباحثون بالإجراءات الآتية:**

١. تأهيل الاستبانة بصورتها النهائية.

٢. تحديد أفراد عينة الدراسة.

٣. توزيع الاستبانة على أفراد عينة الدراسة، وبعد جمع الاستبيانات الموزعة، تم تفريغها في جداول خاصة من اجل معالجتها.

## تصميم الدراسة:

استخدم الباحثون أسلوب المنهج الوصفي التحليلي لدراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة، وجمع المعلومات، واُستخدم التحليل الإحصائي لفحص الفرضيات بهدف تفسير النتائج. **وشملت الدراسة المتغيرات الآتية:**

- **المتغيرات المستقلة:**

- متغير العمر، وله خمسة مستويات.
- متغير الحالة الاجتماعية، وله ثلاثة مستويات.
- متغير عدد أفراد الأسرة، وله أربعة مستويات
- متغير مستوى الدخل (بالشيقل) ، وله خمسة مستويات.
- متغير مكان السكن، وله أربعة مستويات.

- **المتغيرات التابعة:**

وتمثلت هذه المتغيرات في الاستجابة عن فقرات الاستبانة المتعلقة بدراسة استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها – دراسة حالة– محافظة طولكرم. ومن أجل

معالجة البيانات، فقد استخدم برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) ، وذلك باستخدام المعالجات الآتية:

- التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية.
- اختبار (ت) للعينات المستقلة.
- معادلة (كرونباخ ألفا) لاستخراج معامل الثبات.
- تحليل التباين الاحادي.

## نتائج الدراسة:

### التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات الإحصائية:

يتناول هذا الجزء الإجابة عن فرضيات الدراسة، وفحصها إحصائياً على برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) ، وفيما يأتي عرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

### نتائج سؤال الدراسة الرئيس:

قبل البدء بالتحليل الإحصائي، يجب الإجابة عن السؤال الرئيس للدراسة وهو:

**ما مدى قدرة قطاع تصنيع الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها على إقناع المستهلك الفلسطيني بمنتجاته في ظل المنافسة القوية في محافظة طولكرم؟** للإجابة عن هذا السؤال، حسبت المتوسطات الحسابية كنسب مئوية ونتائج الجدول ( ٤) تبين ذلك:

**الجدول (٤)**

**المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لفقرات الدراسة على مجال الناحية الاقتصادية- قرار الشراء**

| الرقم | الرقم بالاستبانة | الفقرة | المتوسطات | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|---|
| ٩ | ٩ | اقوم بالشراء لأني من هواة تجريب منتجات الألبان | ٣,٢٠٤١ | ٦٤,٠٨٢ |
| ٥ | ٥ | الدعاية والاعلان يؤثران في قراري لشراء المنتج | ٣,٣١٤٢ | ٦٦,٢٨٤ |
| ٤ | ٤ | اسم المنتج التجاري له اهمية في قرار الشراء | ٣,٦٥١٤ | ٧٣,٠٢٨ |

| الرقم | الرقم بالاستبانة | الفقرة | المتوسطات | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|---|
| ٧ | ٧ | طريقة عرض المنتج في المحل التجاري له تاثير في قرار الشراء | ٣,٧٧٥٢ | ٧٥,٥٠٤ |
| ٦ | ٦ | اختيار المنتج الوطني بالشراء يكون في المقام الاول | ٣,٨٦٩٣ | ٧٧,٣٨٦ |
| ١ | ١ | يعدّ سعر المنتج اساسا في قرار الشراء | ٣,٩٧٩٤ | ٧٩,٥٨٨ |
| ٨ | ٨ | اقوم بالشراء حسب خبرتي والمعلومات المتوفرة لدي | ٤,٢٢٧١ | ٨٤,٥٤٢ |
| ١ | ١٠ | اقوم بالشراء بناء على تاريخ الإنتاج | ٤,٤٥٦٤ | ٨٩,١٢٨ |
| ٣ | ٣ | المذاق للمنتج مهم في قرار الشراء | ٤,٥٩١٧ | ٩١,٨٣٤ |
| ٢ | ٢ | الجودة للمنتج عامل اساسي في قرار الشراء | ٤,٦١٧ | ٩٢,٣٤ |
| المجال الكلي | | | ٣,٩٦٨٦ | ٧٩,٣٧٢ |

يتضح من خلال نتائج الجدول (٤) أن (٩٢,٣٤٪) من أفراد العينة يقمن بالشراء بناءً على جودة المنتج، في حين نجد إن (٩١,٨٪) من العاملات يعدّن أن المذاق مهم في قرار الشراء، وأن (٦٤,٠٨٪) من العاملات يقمن بالشراء من أجل ممارسة هواية تجريب الألبان، كما يتضح من النتائج أن (٧٧,٣٨٦٪) من العاملات يريْن أن المنتج الوطني في المقام الأول في قرار الشراء.

**الجدول (٥)**

**المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لفقرات الدراسة على مجال صفات المنتج**

| الرقم | الرقم بالاستبانة | الفقرة | المتوسطات | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|---|
| ١ | ١١ | اختياري للمنتج حسب حجم العبوة | ٣,٣٤٨٦ | ٦٦,٩٧٢ |
| ٢ | ١٢ | اختياري للمنتج حسب طريقة التغليف | ٣,٦٨١٢ | ٧٣,٦٢٤ |
| ٤ | ١٤ | اقوم بشراء المنتج لتضمنه أكثر من خاصية | ٣,٨٨٥٣ | ٧٧,٧٠٦ |
| ٣ | ١٣ | اقوم بشراء المنتج وفقا للخصائص المكتوبة على العبوة | ٣,٩٠٣٧ | ٧٨,٠٧٤ |
| المجال الكلي | | | ٣,٧٠٤٧ | ٧٤,٠٩٤ |

يتضح من نتائج الجدول (٥) أن (٧٨,٠٧٪) من العاملات يقمن بشراء المنتج بناء على الخصائص المكتوبة عليه، في حين نجد أن (٦٦,٩٧٪) من العاملات يقمن بالشراء حسب حجم العبوة، وأن (٧٣,٦٪) من العاملات يقمن بالشراء حسب طريقة التغليف.

**الجدول (٦)**

**المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لفقرات الدراسة على مجال الدعاية والاعلام**

| الرقم | الرقم بالاستبانة | الفقرة | المتوسطات | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|---|
| ١ | ٢١ | اقوم بالشراء وفقا للون العبوة | ٢,٣٨٣ | ٤٧,٦٦ |
| ٢ | ٢٣ | اقوم بالشراء بناء على الصورة الموجودة على العبوة | ٢,٤٧٩٤ | ٤٩,٥٨٨ |
| ٣ | ٢٢ | اقوم بالشراء بناء على وجود عبارات ترويجية محفزة على العبوة | ٢,٥٨٤٩ | ٥١,٦٩٨ |
| ٤ | ١٩ | اقوم بالشراء لتصديقي لما جاء في الاعلان | ٢,٧٣٦٢ | ٥٤,٧٢٤ |
| ٥ | ١٨ | اقوم بالشراء لتذكري للاعلان عن هذا المنتج | ٢,٩١٥١ | ٥٨,٣٠٢ |
| ٦ | ١٧ | اقوم بالشراء لولائي للعلامة التجارية | ٣,٠١٦١ | ٦٠,٣٢٢ |
| ٧ | ١٦ | لصاحب المحل تاثير في اختياري للمنتج | ٣,٠٢٥٢ | ٦٠,٥٠٤ |
| ٨ | ١٥ | يتم اختياري للمنتج حسب تواجده في المحل | ٣,٢٢٢٥ | ٦٤,٤٥ |
| ٩ | ٢٤ | اختار المنتج بناء على الراي العام فيه | ٣,٤٦٣٣ | ٦٩,٢٦٦ |
| ١٠ | ٢٠ | اقوم بالشراء بناء على اراء اصدقائي أو من اثق بهم | ٣,٤٧٠٢ | ٦٩,٤٠٤ |
| ١١ | ٢٥ | اقوم بنقل وجهة نظري للاخرين عن المنتج | ٤,٠٩٤ | ٨١,٨٨ |
| | | **المجال الكلي** | ٣,٠٣٥٤ | ٦٠,٧٠٨ |

يتضح من نتائج الجدول (٦) أن (٨١,٨٨٪) من العاملات يقمن بعمل دعاية للمنتج، إذ يقمن بنقل وجهات نظرهن للآخرين عن المنتج، كما نجد من النتائج أن (٤٧,٦٦٪) من العاملات يقمن بالشراء بناءً على لون العبوة، في حين يرى (٦٠,٥٪) من العاملات أن لصاحب المحل تأثيراً في اختيار المنتج، كما نجد أن (٦٩,٤٪) منهن يقمن بشراء المنتج بناءً على آراء الأصدقاء، أو من يثقن بهم.

**الجدول (٧)**

**المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لفقرات الدراسة على المجالات كافة**

| الرقم | المجال | المتوسطات | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| ١ | الدعاية والاعلام | ٣,٠٣٥٤ | ٦٠,٧٠٨ |
| ٢ | صفات المنتج | ٣,٧٠٤٧ | ٧٤,٠٩٤ |
| ٣ | الناحية الاقتصادية – قرار الشراء | ٣,٩٦٨٦ | ٧٩,٣٧٢ |
| | **المجال الكلي** | ٣,٥٦٩٦ | ٧١,٣٩٢ |

## اختبار الفرضيات:

### الفرضية الأولى:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = ٠,٠٥$) في استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير العمر.ومن أجل اختبار هذه الفرضية، حسبت المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمعرفة استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير العمر.

**الجدول (٨)**

**المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير العمر على المجالات كافة**

| المجال | العمر | العدد | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|---|---|---|
| الناحية الاقتصادية– قرار الشراء | (٢٥) فاقل | ٢٢ | ٣,٨٩٥٥ | ٠,٢٦٤٥٣ |
| | ٢٦– ٣٥ | ١٢٧ | ٤,٠١٥٧ | ٠,٦٢١٢٤ |
| | ٣٦– ٤٥ | ١٧٨ | ٣,٩١٤٠ | ٠,٣٨١٩٠ |
| | ٤٦– ٥٥ | ٩٠ | ٣,٩٨٦٧ | ٠,٣١٨٣٥ |
| | اكثر من (٥٥) | ١٩ | ٤,١٦٣٢ | ٠,٣٧٤٨٣ |
| صفات المنتج | (٢٥) فاقل | ٢٢ | ٣,٨٠٦٨ | ٠,٤٠٠٣٩ |
| | ٢٦– ٣٥ | ١٢٧ | ٣,٦٤٧٦ | ٠,٦١١٨٥ |
| | ٣٦– ٤٥ | ١٧٨ | ٣,٧٢١٩ | ٠,٦١١٧٢ |
| | ٤٦– ٥٥ | ٩٠ | ٣,٦٨٦١ | ٠,٦٩٦٦٦ |
| | اكثر من (٥٥) | ١٩ | ٣,٨٩٤٧ | ٠,٦٥٢٥٤ |
| الدعاية والاعلام | (٢٥) فاقل | ٢٢ | ٣,٢٢٧٣ | ٠,٤٧٢٥٩ |
| | ٢٦– ٣٥ | ١٢٧ | ٣,٠٥٧٣ | ٠,٥٠٠٩٢ |
| | ٣٦– ٤٥ | ١٧٨ | ٣,٠٢٥٠ | ٠,٥٨١٩٦ |
| | ٤٦– ٥٥ | ٩٠ | ٢,٩٥٣٥ | ٠,٥٨٠٣٠ |
| | اكثر من (٥٥) | ١٩ | ٣,١٥٣١ | ٠,٤٨٧٧٣ |

| المجال | العمر | العدد | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|---|---|---|
| المجال الكلي | (٢٥) فاقل | ٢٢ | ٣,٦٤٣٢ | ٠,٢٦٥١٠ |
| | ٢٦– ٣٥ | ١٢٧ | ٣,٥٧٣٦ | ٠,٤٠٧٤١ |
| | ٣٦– ٤٥ | ١٧٨ | ٣,٥٥٣٧ | ٠,٣٥٩٠٧ |
| | ٤٦– ٥٥ | ٩٠ | ٣,٥٤٢١ | ٠,٤١٧٦٠ |
| | اكثر من (٥٥) | ١٩ | ٣,٧٣٧٠ | ٠,٣١٣٨٧ |

يتضح من خلال نتائج الجدول (٨) أن هناك فروقا في المتوسطات الحسابية في استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير العمر. ولاختبار ما اذا ما كانت هذه الفروق ذات دلالة إحصائية، أُستخدم اختبار تحليل التباين الأحادي ونتائج الجدول (٩) تبين ذلك.

**الجدول (٩)**

**نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين المتوسطات في استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم**

| المتغير المجالات | مصدر التباين | درجات الحرية | مجموع مربعات الانحرافات | متوسط الانحرافات | ف – المحسوبة | مستوى الدلالة المحسوب |
|---|---|---|---|---|---|---|
| الناحية الاقتصادية– قرار الشراء | بين المجموعات | ٤ | ١,٦٧٨ | ٠,٤٢٠ | ٢,٠٠٤ | ٠,٠٩٣ |
| | داخل المجموعات | ٤٣١ | ٩٠,٢٤١ | ٠,٢٠٩ | | |
| | **المجموع** | ٤٣٥ | ٩١,٩٢٠ | | | |
| صفات المنتج | بين المجموعات | ٤ | ١,٤١٣ | ٠,٣٥٣ | ٠,٩٠٨ | ٠,٤٥٩ |
| | داخل المجموعات | ٤٣١ | ١٦٧,٦٣٠ | ٠,٣٨٩ | | |
| | **المجموع** | ٤٣٥ | ١٦٩,٠٤٣ | | | |
| الدعاية والاعلان | بين المجموعات | ٤ | ١,٧٥٦ | ٠,٤٣٩ | ١,٤٥٠ | ٠,٢١٧ |
| | داخل المجموعات | ٤٣١ | ١٣٠,٥٠٦ | ٠,٣٠٣ | | |
| | **المجموع** | ٤٣٥ | ١٣٢,٢٦٢ | | | |
| المجال الكلي | بين المجموعات | ٤ | ٠,٧٦٧ | ٠,١٩٢ | ١,٣٢٢ | ٠,٢٦١ |
| | داخل المجموعات | ٤٣١ | ٦٢,٥٠٤ | ٠,١٤٥ | | |
| | **المجموع** | ٤٣٥ | ٦٣,٢٧١ | | | |

يتضح من خلال نتائج الجدول (٩) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha$ = ٠,٠٥) على مجالات الدراسة كافة تبعاً لمتغير العمر، إذ بلغ مستوى الدلالة المحسوب أعلى من مستوى الدلالة المحدد بالفرضية، مما يدل على أنه لا يوجد اختلاف في وجهات النظر بين أفراد عينة الدراسة حول استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها باختلاف الفئات العمرية.

## الفرضية الثانية:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha$ = ٠,٠٥) في استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية.ومن أجل اختبار هذه الفرضية، حسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، لمعرفة استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية.

**الجدول (١٠)**

**المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الحالة الاجتماعية على المجالات كافة**

| المجال | الحالة الاجتماعية | العدد | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|---|---|---|
| الناحية الاقتصادية– قرار الشراء | متزوج | ٣٢٧ | ٣,٩٧٠٩ | ٠,٤٨٧٨٧ |
| | عازب | ٧٩ | ٣,٩٣٠٤ | ٠,٣٥٦٧٥ |
| | غير ذلك | ٣٠ | ٤,٠٤٣٣ | ٠,٣٧٦٦٣ |
| صفات المنتج | متزوج | ٣٢٧ | ٣,٦٩٨٨ | ٠,٦٢١٢٧ |
| | عازب | ٧٩ | ٣,٨١٠١ | ٠,٥٣٧٤١ |
| | غير ذلك | ٣٠ | ٣,٤٩١٧ | ٠,٧٩٧٣١ |
| الدعاية والاعلام | متزوج | ٣٢٧ | ٣,٠٥٣٤ | ٠,٥٤٣٨١ |
| | عازب | ٧٩ | ٣,٠٤٨٣ | ٠,٥٢٦٠٤ |
| | غير ذلك | ٣٠ | ٢,٨٠٦١ | ٠,٦٥٨٤٨ |
| **المجال الكلي** | متزوج | ٣٢٧ | ٣,٥٧٤٤ | ٠,٣٧٨٢٤ |
| | عازب | ٧٩ | ٣,٥٩٦٣ | ٠,٣٤٦٣٧ |
| | غير ذلك | ٣٠ | ٣,٤٤٧٠ | ٠,٤٨٢٧٥ |

يتضح من خلال نتائج الجدول (١٠) أن هناك فروقاً في المتوسطات الحسابية في

استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية.ولاختبار ما إذا كانت هذه الفروق ذات دلالة إحصائية، أستخدم اختبار تحليل التباين الأحادي، ونتائج الجدول (١١) تبين ذلك.

**الجدول (١١)**

**نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين المتوسطات في استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية**

| المتغير / المجالات | مصدر التباين | درجات الحرية | مجموع مربعات الانحرافات | متوسط الانحرافات | ف – المحسوبة | مستوى الدلالة المحسوب |
|---|---|---|---|---|---|---|
| الناحية الاقتصادية– قرار الشراء | بين المجموعات | ٢ | ٠,٢٨٥ | ٠,١٤٢ | ٠,٦٧٣ | ٠,٥١١ |
| | داخل المجموعات | ٤٣٣ | ٩١,٦٣٥ | ٠,٢١٢ | | |
| | المجموع | ٤٣٥ | ٩١,٩٢٠ | | | |
| صفات المنتج | بين المجموعات | ٢ | ٢,٢٥١ | ١,١٢٦ | ٢,٩٢٢ | ٠,٠٥٥ |
| | داخل المجموعات | ٤٣٣ | ١٦٦,٧٩٢ | ٠,٣٨٥ | | |
| | المجموع | ٤٣٥ | ١٦٩,٠٤٣ | | | |
| الدعاية والاعلان | بين المجموعات | ٢ | ١,٦٩٧ | ٠,٨٤٨ | ٢,٨١٤ | ٠,٠٦١ |
| | داخل المجموعات | ٤٣٣ | ١٣٠,٥٦٥ | ٠,٣٠٢ | | |
| | المجموع | ٤٣٥ | ١٣٢,٢٦٢ | | | |
| المجال الكلي | بين المجموعات | ٢ | ٠,٥١٤ | ٠,٢٥٧ | ١,٧٧٥ | ٠,١٧١ |
| | داخل المجموعات | ٤٣٣ | ٦٢,٧٥٦ | ٠,١٤٥ | | |
| | المجموع | ٤٣٥ | ٦٣,٢٧١ | | | |

يتضح من خلال نتائج الجدول (١١) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha$ = ٠,٠٥) على مجالات الدراسة كافة تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية، إذ بلغ مستوى الدلالة المحسوب أعلى من مستوى الدلالة المحدد بالفرضية، مما يدل على أنه لا يوجد اختلاف في وجهات النظر بين أفراد عينة الدراسة حول استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها باختلاف الحالة الاجتماعية.

## الفرضية الثالثة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha$ = ٠,٠٥) في استهلاك

الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير عدد أفراد الأسرة. ومن أجل اختبار هذه الفرضية، فقد حُسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، لمعرفة استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير عدد أفراد الأسرة.

**الجدول (١٢)**

**المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير عدد أفراد الأسرة على المجالات كافة**

| المجال | عدد أفراد الأسرة | العدد | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|---|---|---|
| الناحية الاقتصادية– قرار الشراء | (٣) أو اقل | ٨٣ | ٤,٢٣٣٣ | ٠,٣٦٧٨٥ |
| | ٣– ٦ | ٢٤٦ | ٤,٢٣٣٣ | ٠,٥١٤٢٩ |
| | ٧– ٩ | ٩٨ | ٤,٢٣٣٣ | ٠,٣ |
| | اكثر من (٩) | ٩ | ٤,٢٣٣٣ | ٠,٣٥٣٥٥ |
| صفات المنتج | (٣) أو اقل | ٨٣ | ٣,٦٦٢٧ | ٠,٦٩١٢٣ |
| | ٣– ٦ | ٢٤٦ | ٣,٦٩٥١ | ٠,٦٢٢٧٣ |
| | ٧– ٩ | ٩٨ | ٣,٧٤٧٤ | ٠,٥٨٢٧١ |
| | اكثر من (٩) | ٩ | ٣,٨٨٨٩ | ٠,٣٩٧٤٧ |
| الدعاية والاعلام | (٣) أو اقل | ٨٣ | ٣,٠٠٩٩ | ٠,٥٣٧٦٤ |
| | ٣– ٦ | ٢٤٦ | ٣,٠٢٥٩ | ٠,٥٧٨١٢ |
| | ٧– ٩ | ٩٨ | ٣,٠٩٣٧ | ٠,٤٩٣٠٢ |
| | اكثر من (٩) | ٩ | ٢,٨٩٩٠ | ٠,٥٦١٢٢ |
| **المجال الكلي** | (٣) أو اقل | ٨٣ | ٣,٥٢٦٦ | ٠,٣٧٥٤٦ |
| | ٣– ٦ | ٢٤٦ | ٣,٥٧٥٧ | ٠,٣٩٦٩٥ |
| | ٧– ٩ | ٩٨ | ٣,٥٨١١ | ٠,٣٥٤١٥ |
| | اكثر من (٩) | ٩ | ٣,٦٧٣٧ | ٠,٢٨٨٦٧ |

يتضح من خلال نتائج الجدول (١٢) أن هناك فروقاً في المتوسطات الحسابية في استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير عدد أفراد الأسرة.ولاختبار ما إذا كانت هذه الفروق ذات دلالة إحصائية، أُستخدم اختبار تحليل التباين الأحادي، ونتائج الجدول (١٣) تبين ذلك.

**الجدول (١٣)**

**نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين المتوسطات في استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير عدد أفراد الأسرة**

| المتغير المجالات | مصدر التباين | درجات الحرية | مجموع مربعات الانحرافات | متوسط الانحرافات | ف – المحسوبة | مستوى الدلالة المحسوب |
|---|---|---|---|---|---|---|
| الناحية الاقتصادية– قرار الشراء | بين المجموعات | ٣ | ١,٧٢٣ | ٠,٥٧٤ | ٢,٧٥١ | ٠,٠٤٢ |
| | داخل المجموعات | ٤٣٢ | ٩٠,١٩٦ | ٠,٢٠٩ | | |
| | المجموع | ٤٣٥ | ٩١,٩٢٠ | | | |
| صفات المنتج | بين المجموعات | ٣ | ٠,٦٥٤ | ٠,٢١٨ | ٠,٥٥٩ | ٠,٦٤٢ |
| | داخل المجموعات | ٤٣٢ | ١٦٨,٣٨٩ | ٠,٣٩٠ | | |
| | المجموع | ٤٣٥ | ١٦٩,٠٤٣ | | | |
| الدعاية والاعلان | بين المجموعات | ٣ | ٠,٥٧٧ | ٠,١٩٢ | ٠,٦٣١ | ٠,٥٩٥ |
| | داخل المجموعات | ٤٣٢ | ١٣١,٦٨٥ | ٠,٣٠٥ | | |
| | المجموع | ٤٣٥ | ١٣٢,٢٦٢ | | | |
| المجال الكلي | بين المجموعات | ٣ | ٠,٢٧٣ | ٠,٠٩١ | ٠,٦٢٥ | ٠,٥٩٩ |
| | داخل المجموعات | ٤٣٢ | ٦٢,٩٩٧ | ٠,١٤٦ | | |
| | المجموع | ٤٣٥ | ٦٣,٢٧١ | | | |

يتضح من خلال نتائج الجدول (١٣) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha$ = ٠,٠٥) على مجالات الدراسة كافة تبعاً لمتغير عدد أفراد الأسرة، باستثناء مجال الناحية الاقتصادية (قرار الشراء) ، إذ بلغ مستوى الدلالة المحسوب على جميع المجالات باستثناء مجال الناحية الاقتصادية أعلى من مستوى الدلالة المحدد بالفرضية، مما يدل على أنه لا يوجد اختلاف في وجهات النظر بين أفراد عينة الدراسة حول استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها على هذه المجالات باختلاف عدد أفراد الأسرة، في حين نجد أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha$ = ٠,٠٥) على مجال الناحية الاقتصادية، إذ بلغ مستوى الدلالة المحسوب على هذا المجال أقل من مستوى الدلالة المحدد بالفرضية الصفرية، مما يدل على أن قرار الشراء يختلف باختلاف عدد أفراد الأسرة، ولبيان الاختلاف استخدم اختبار المقارنات البعدية (LSD).

**الجدول (١٤)**

**اختبار المقارنات البعدية (LSD)**

| Dependent Variable | (I) عدد أفراد الأسرة | (J) عدد أفراد الأسرة | Mean Difference (I- J) | Sig. |
|---|---|---|---|---|
| الناحية الاقتصادية (قرار الشراء) | (٣) أو اقل | ٣– ٦ | ٠,٠٩٨٨٧– | ٠,٠٨٩ |
| | | ٧– ٩ | ٠,٠٠٥١٩ | ٠,٩٣٩ |
| | | اكثر من (٩) | ٠,٣٢٦١٠ –* | ٠,٠٤٣ |
| | ٣– ٦ | (٣) أو اقل | ٠,٠٩٨٨٧ | ٠,٠٨٩ |
| | | ٧– ٩ | ٠,١٠٤٠٦ | ٠,٠٥٧ |
| | | اكثر من (٩) | ٠,٢٢٧٢٤ – | ٠,١٤٤ |
| | ٧– ٩ | (٣) أو اقل | ٠,٠٠٥١٩ – | ٠,٩٣٩ |
| | | ٣– ٦ | ٠,١٠٤٠٦ – | ٠,٠٥٧ |
| | | اكثر من (٩) | ٠,٣٣١٢٩ – | ٠,٠٣٨ |
| | اكثر من (٩) | (٣) أو اقل | ٠,٣٢٦١٠* | ٠,٠٤٣ |
| | | ٣– ٦ | ٠,٢٢٧٢٤ | ٠,١٤٤ |
| | | ٧– ٩ | ٠,٣٣١٢٩* | ٠,٠٣٨ |

يتضح من خلال نتائج الجدول (١٤) ان الفروق ظهرت بين الأسر التي عدد أفرادها (٣) أو أقل، وبين الأسر التي عدد أفرادها أكثر من (٩) ، لصالح الأسر التي عدد أفرادها أكثر من (٩) ، كما ظهر الخلاف بين الاسر التي عدد أفرادها أكثر من (٩) ، وبين الاسر التي عدد أفرادها٧– ٩) ) .

## الفرضية الرابعة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha$ = ٠,٠٥) في استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير دخل الأسرة الشهري.

ومن أجل اختبار هذه الفرضية فقد حسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية؛ لمعرفة استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير دخل الأسرة الشهري.

**الجدول (١٥)**

**المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير دخل الأسرة الشهري على المجالات كافة**

| المجال | دخل الأسرة الشهري | العدد | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|---|---|---|
| الناحية الاقتصادية– قرار الشراء | (اقل من ٢٠٠٠) | ٣٧ | ٣,٨٨١١ | ٠,٤٠٤٧٢ |
| | ٢٠٠١– ٣٠٠٠ | ١٤٥ | ٣,٩٥٧٩ | ٠,٣٣٨٦٤ |
| | ٣٠٠١– ٤٠٠٠ | ٨٣ | ٤,٠٢١٧ | ٠,٦٣٣٠٤ |
| | ٤٠٠١– ٥٠٠٠ | ٨٣ | ٣,٩٥٥٤ | ٠,٣٧٢٢٩ |
| | (أكثر من ٥٠٠٠) | ٨٨ | ٣,٩٨٥٢ | ٠,٥٣٢٩٥ |
| صفات المنتج | (اقل من ٢٠٠٠) | ٣٧ | ٣,٧٧٠٣ | ٠,٥١٨٣٤ |
| | ٢٠٠١– ٣٠٠٠ | ١٤٥ | ٣,٦٩٣١ | ٠,٦٧٤٩١ |
| | ٣٠٠١– ٤٠٠٠ | ٨٣ | ٣,٧٥٠٠ | ٠,٤٧٨١٨ |
| | ٤٠٠١– ٥٠٠٠ | ٨٣ | ٣,٦٩٨٨ | ٠,٦٠٢٠٣ |
| | (اكثر من ٥٠٠٠) | ٨٨ | ٣,٦٥٩١ | ٠,٧١٧٣٨ |
| الدعاية والاعلام | (اقل من ٢٠٠٠) | ٣٧ | ٣,٢٠١٥ | ٠,٥٧١٠١ |
| | ٢٠٠١– ٣٠٠٠ | ١٤٥ | ٣,٠١٣٢ | ٠,٥٧٨٧٤ |
| | ٣٠٠١– ٤٠٠٠ | ٨٣ | ٣,٠٤٠٥ | ٠,٥١٣٥٢ |
| | ٤٠٠١– ٥٠٠٠ | ٨٣ | ٣,٠٤٧١ | ٠,٤٩٤٩٦ |
| | (اكثر من ٥٠٠٠) | ٨٨ | ٢,٩٨٦٦ | ٠,٥٧٩٩٨ |
| المجال الكلي | (اقل من ٢٠٠٠) | ٣٧ | ٣,٦١٧٦ | ٠,٣٥٣٠٨ |
| | ٢٠٠١– ٣٠٠٠ | ١٤٥ | ٣,٥٥٤٧ | ٠,٣٨٨٩١ |
| | ٣٠٠١– ٤٠٠٠ | ٨٣ | ٣,٦٠٤١ | ٠,٣٦٤٨٢ |
| | ٤٠٠١– ٥٠٠٠ | ٨٣ | ٣,٥٦٧١ | ٠,٣٣٦٠٣ |
| | (اكثر من ٥٠٠٠) | ٨٨ | ٣,٥٤٣٦ | ٠,٤٣٦٢١ |

يتضح من خلال نتائج الجدول (١٥) أن هناك فروقاً في المتوسطات الحسابية في استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير دخل الأسرة الشهري.ولاختبار ما إذا كانت هذه الفروق ذات دلالة إحصائية، فقد استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي، ونتائج الجدول (١٦) تبين ذلك.

**الجدول (١٦)**

**نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين المتوسطات في استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير دخل الأسرة الشهري**

| المتغير المجالات | مصدر التباين | درجات الحرية | مجموع مربعات الانحرافات | متوسط الانحرافات | ف – المحسوبة | مستوى الدلالة المحسوب |
|---|---|---|---|---|---|---|
| الناحية الاقتصادية– قرار الشراء | بين المجموعات | ٤ | ٠,٥٧٣ | ٠,١٤٣ | ٠,٦٧٥ | ٠,٦٠٩ |
| | داخل المجموعات | ٤٣١ | ٩١,٣٤٧ | ٠,٢١٢ | | |
| | المجموع | ٤٣٥ | ٩١,٩٢٠ | | | |
| صفات المنتج | بين المجموعات | ٤ | ٠,٥٣٥ | ٠,١٣٤ | ٠,٣٤٢ | ٠,٨٥٠ |
| | داخل المجموعات | ٤٣١ | ١٦٨,٥٠٨ | ٠,٣٩١ | | |
| | المجموع | ٤٣٥ | ١٦٩,٠٤٣ | | | |
| الدعاية والاعلان | بين المجموعات | ٤ | ١,٣١٦ | ٠,٣٢٩ | ١,٠٨٢ | ٠,٣٦٥ |
| | داخل المجموعات | ٤٣١ | ١٣٠,٩٤٧ | ٠,٣٠٤ | | |
| | المجموع | ٤٣٥ | ١٣٢,٢٦٢ | | | |
| المجال الكلي | بين المجموعات | ٤ | ٠,٢٧٦ | ٠,٠٦٩ | ٠,٤٧٢ | ٠,٧٥٦ |
| | داخل المجموعات | ٤٣١ | ٦٢,٩٩٥ | ٠,١٤٦ | | |
| | المجموع | ٤٣٥ | ٦٣,٢٧١ | | | |

يتضح من خلال نتائج الجدول (١٦) انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha$ = ٠,٠٥) على مجالات الدراسة كافة تبعاً لمتغير دخل الأسرة الشهري، إذ بلغ مستوى الدلالة المحسوب على جميع المجالات أعلى من مستوى الدلالة المحدد بالفرضية، مما يدل على أنه لا يوجد اختلاف في وجهات النظر بين أفراد عينة الدراسة حول استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها على هذه المجالات باختلاف دخل الأسرة الشهري.

## الفرضية الخامسة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha$ = ٠,٠٥) في استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير مكان السكن.ومن أجل اختبار هذه الفرضية، فقد حسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعرفة

استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير مكان السكن.

**الجدول (١٧)**

**المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير مكان السكن على المجالات كافة**

| المجال | مكان السكن | العدد | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|---|---|---|
| الناحية الاقتصادية– قرار الشراء | مدينة | ٢٩٧ | ٣,٩٩٧٦ | ٠,٤٩٥٥٥ |
| | بلدة | ٤٠ | ٣,٨٧٧٥ | ٠,٣٥٤٨١ |
| | قرية | ٦٦ | ٣,٩٣٣٣ | ٠,٣٣٢٩٧ |
| | مخيم | ٣٣ | ٣,٨٨٧٩ | ٠,٤٤١٤٢ |
| صفات المنتج | مدينة | ٢٩٧ | ٣,٧٠٦٢ | ٠,٦٤٧٣٩ |
| | بلدة | ٤٠ | ٣,٧٠٠٠ | ٠,٦٥٨٢٨ |
| | قرية | ٦٦ | ٣,٦٨٥٦ | ٠,٥١٥٧٣ |
| | مخيم | ٣٣ | ٣,٧٣٤٨ | ٠,٥٧٩٤٠ |
| الدعاية والاعلام | مدينة | ٢٩٧ | ٣,٠٤٢٥ | ٠,٥٧٨٤٤ |
| | بلدة | ٤٠ | ٣,٠٥٩١ | ٠,٤٨١٢٩ |
| | قرية | ٦٦ | ٣,٠١٣٨ | ٠,٤٥٠٥٤ |
| | مخيم | ٣٣ | ٢,٩٨٦٢ | ٠,٥٨٢١٦ |
| **المجال الكلي** | مدينة | ٢٩٧ | ٣,٥٨٢١ | ٠,٥٧٨٤٤ |
| | بلدة | ٤٠ | ٣,٥٤٥٥ | ٠,٤٨١٢٩ |
| | قرية | ٦٦ | ٣,٥٤٤٢ | ٠,٤٥٠٥٤ |
| | مخيم | ٣٣ | ٣,٥٣٦٣ | ٠,٥٨٢١٦ |

يتضح من خلال نتائج الجدول (١٧) أن هناك فروقاً في المتوسطات الحسابية في استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير مكان السكن.ولاختبار ما إذا كانت هذه الفروق ذات دلالة إحصائية، استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي، ونتائج الجدول (١٨) تبين ذلك.

**الجدول (١٨)**

**نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين المتوسطات في استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير مكان السكن**

| المتغير المجالات | مصدر التباين | درجات الحرية | مجموع مربعات الانحرافات | متوسط الانحرافات | ف – المحسوبة | مستوى الدلالة المحسوب |
|---|---|---|---|---|---|---|
| الناحية الاقتصادية– قرار الشراء | بين المجموعات | ٣ | ٠,٨٨٠ | ٠,٢٩٣ | ١,٣٩١ | ٠,٢٤٥ |
| | داخل المجموعات | ٤٣٢ | ٩١,٠٤٠ | ٠,٢١١ | | |
| | المجموع | ٤٣٥ | ٩١,٩٢٠ | | | |
| صفات المنتج | بين المجموعات | ٣ | ٠,٠٥٦ | ٠,٠١٩ | ٠,٠٤٧ | ٠,٩٨٦ |
| | داخل المجموعات | ٤٣٢ | ١٦٨,٩٨٧ | ٠,٣٩١ | | |
| | المجموع | ٤٣٥ | ١٦٩,٠٤٣ | | | |
| الدعاية والاعلان | بين المجموعات | ٣ | ٠,١٤٨ | ٠,٠٤٩ | ٠,١٦٢ | ٠,٩٢٢ |
| | داخل المجموعات | ٤٣٢ | ١٣٢,١١٤ | ٠,٣٠٦ | | |
| | المجموع | ٤٣٥ | ١٣٢,٢٦٢ | | | |
| المجال الكلي | بين المجموعات | ٣ | ٠,١٤٩ | ٠,٠٥٠ | ٠,٣٤٠ | ٠,٧٩٧ |
| | داخل المجموعات | ٤٣٢ | ٦٣,١٢٢ | ٠,١٤٦ | | |
| | المجموع | ٤٣٥ | ٦٣,٢٧١ | | | |

يتضح من خلال نتائج الجدول (١٨) انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha$ = ٠,٠٥) على مجالات الدراسة كافة تبعاً لمتغير مكان السكن، حيث بلغ مستوى الدلالة المحسوب على جميع المجالات أعلى من مستوى الدلالة المحدد بالفرضية، مما يدل على أنه لا يوجد اختلاف في وجهات النظر بين أفراد عينة الدراسة حول استهلاك الألبان المنتجة في فلسطين ومثيلاتها على هذه المجالات باختلاف مكان السكن.والجدول الآتي، يبين اتجاهات المبحوثين حول الناحية الحسية للمنتج.

**الجدول (١٩)**

**النسبة المئوية للمبحوثين الذين يفضلون كل نوع من الألبان حسب معايير مختلفة**

| النوع الافضلية من حيث | الصفا | الجنيدي | الجبريني | تنوفا | البينار | القيسي | ألبان من الحي– المنزل | منتج اسرائيلي | غير ذلك |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الشكل | ١٣,٥ | ٢٨,٧ | ١٩ | ١١,٩ | ٢,١ | ٢,١ | ١٧,٩ | ٠,٩ | ٣,٩ |
| السعر | ١١,٩ | ٢٦,٨ | ٢١,٦ | ٨,٥ | ٠,٩ | ١,٨ | ٢٥,٢ | ٠,٥ | ٢,٨ |
| نوعية المنتج | ٨,٩ | ٢٥,٧ | ١٧,٧ | ١٤ | ٢,١ | ٢,٨ | ٢٤,٨ | ١,١ | ٣ |
| نكهة المنتج وطعمه | ٩,٦ | ٢٤,٥ | ١٦,٣ | ١٦,٣ | ٢,١ | ١,٤ | ٢٥,٧ | ١,١ | ٣ |
| الاكثر ثباتاً في لطعم | ٩,٦ | ٢٤,٥ | ١٧ | ١٩,٣ | ١,١ | ١,١ | ٢٢,٥ | ١,٤ | ٣,٤ |
| الافضل جودة | ١٠,١ | ٢٦,٦ | ١٤,٤ | ١٦,١ | ٢,١ | ١,٨ | ٢٣,٩ | ١,٨ | ٣,٢ |
| الاكثر دعاية | ١١,٥ | ٣٢,٣ | ١٣,٨ | ١٥,١ | ١,٤ | ٢,١ | ١٦,٣ | ٠,٩ | ٦,٧ |
| الاكثر توفرا في السوق | ١٢,٦ | ٢٧,١ | ١٨,٨ | ١٢,٨ | ١,٤ | ٢,٨ | ٢٠ | ٠,٧ | ٣,٩ |

يتضح من خلال نتائج الجدول (١٩) أن أكثر أنواع الألبان مفضلة لدى المبحوثين من حيث الشكل والسعر ونوعية المنتج، والأكثر ثباتاً في الطعم، والأفضل جودة، والأكثر دعاية، وتوفراً في السوق هي ألبان الجنيدي، في حين نجد أن أفضل أنواع الألبان من حيث نكهة المنتج، وطعمه– من وجهة نظر المبحوثين– هي الألبان من الحي أو المنزل.وعند النظر إلى ألبان (تنوفا) نجد أنه على الأقل (٨,٥٪) من المبحوثين يفضلون هذه الألبان بناءً على المعايير التي دُرست، مما يعطي مؤشراً على أنها تشكل خطراً كبيراً على منتجات الألبان الفلسطينية؛ فهذا يدعو إلى إعادة النظر في الألبان المصنعة فلسطينيا من حيث الشكل ، والسعر، والجودة، وغيرها من المعايير؛ لتصبح على درجة أعلى من الثقة لدى المستهلك الفلسطيني، كما نجد ان منتجات الألبان الإسرائيلية الأخرى لا تشكل منافسة لمنتجات الألبان الفلسطينية.

## نتائج الدراسة:

**من خلال النتائج التي حصلنا عليها من الدراسة يمكن استخلاص الأمور الآتية:**

١. يعتمد قرار الشراء لدى نسبة عالية من المبحوثين على جودة المنتج ومذاقه، كما يعتمد على تاريخ الإنتاج للمنتج.

٢. كثير من المبحوثين يقررون شراء المنتج بناءً على الخصائص المكتوبة على العبوة.

٣. نسبة كبيرة من المبحوثين يقومون بعمل دعاية لمنتج معين بنقل وجهة نظرهم للآخرين.

٤. بشكل عام، بينت الدراسة أن قرار الشراء لأي منتج من منتجات الألبان يعتمد على الناحية الاقتصادية.

٥. في محافظة طولكرم، بينت الدراسة أن هناك اختلافاً في وجهات النظر للمبحوثين حسب عدد أفراد الأسرة، وذلك على المجال الاقتصادي.

٦. بينت الدراسة أنه لا يوجد اختلاف في وجهات النظر بين المبحوثين بناءً على الدخل الشهري للأسرة، ومكان السكن، وذلك على مجالات الدراسة كافة.

٧. بينت الدراسة أن أكثر انواع الألبان استهلاكاً حسب رأي المبحوثين هي ألبان الجنيدي، وذلك حسب المعايير المختلفة التي وضعها الباحثون.

٨. اتضح من الدراسة أن نسبة عالية من المبحوثين يفضلون الألبان المصنعة في الحي أو المنزل على كثير من منتجات الألبان المصنعة في المصانع المختلفة باستثناء ألبان الجنيدي.

٩. تبين من الدراسة أن نسبة جيدة من المستهلكين يفضلون ألبان (تنوفا) على كثير من الألبان المصنعة في المصانع الفلسطينية، وهذا يشكل خطراً على الاقتصاد الوطني الفلسطيني، مما يتطلب من أصحاب هذه المصانع إعادة النظر في منتجاتهم، وتقويم الإنتاج بشكل ملائم، بحيث يصبح منافساً قوياً لمنتج (تنوفا) .

## التوصيات:

١. ضرورة استخدام عبوات تلائم أذواق المستهلكين، وتجذب انتباههم.

٢. زيادة الدعاية والإعلان للمنتج في المجتمع الفلسطيني.

٣. ضرورة إصدار نشرات توضيحية للمنتجات الفلسطينية.

٤. ضرورة عمل دراسات توضح وجهة نظر المبحوثين بأهمية تفضيل ألبان المنتجات المحلية التي في الحي على ألبان المصانع.

٥. تفضيل منتجات (تنوفا) الإسرائيلية يؤثر سلباً في الصناعات الوطنية؛ ولهذا من الضروري عمل دراسات جديدة لمعرفة أسباب هذا التفضيل.

٦. تطوير جودة منتجات الألبان الفلسطينية، وذلك من أجل الحصول على رضا المستهلك الفلسطيني وإشباع رغباته، والحصول على الثقة الكاملة بالسلع الوطنية، والتمكن من منافسة المنتجات المستوردة.

٧. ضرورة عمل دراسات علمية على مصانع الألبان الفلسطينية، لمعرفة المعوقات التي تواجه هذا القطاع والعمل على مواجهتها.

٨. تخفيض الرسوم الجمركية على المدخلات الرئيسة لصناعة الألبان الفلسطينية؛ لتتمكن المصانع من مواجهة التحديات مع الألبان المصنعة إسرائيلياً مثل (تنوفا) .

٩. ضرورة زيادة فعاليات الهيئات الحكومية التي تشرف على مزارع الأبقار، وعلى صحة الأبقار التابعة للمزارع التي تشرف عليها المصانع الفلسطينية، ونوعية ما يقدم لها؛ من أجل زيادة إنتاجية المزارع من الألبان المصنعة محلياً.

١٠.ضرورة تفعيل مجلس الحليب الذي أنشئ على مستوى الضفة الغربية؛ لما لهذا المجلس من أهمية في حماية المنتجين الفلسطينيين، والقيام بعمل شبكة أمان لمنتجات الألبان في التسويق والجودة والنوعية.

١١.ضرورة إعادة النظر في الاتفاقيات التجارية الموقعة مع الطرف الاسرائيلي بخصوص استيراد المواد الأساسية (مدخلات الإنتاج) لقطاع الثروة الحيوانية، كذلك العمل على السماح لمنتجات الألبان الفلسطينية بدخول الأسواق الإسرائيلية.

## المصادر والمراجع:


١. أبو منديل، غسان (٢٠١٢) ، واقع الثروة الحيوانية في الاراضي الفلسطينية، مشروع النشر والتحليل لبيانات التعداد الزراعي ( ٢٠١٠) ، الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، رام الله، فلسطين.

٢. التميمي، وفاء صبحي، والحلاق، سامر وليد (٢٠٠٩) ، أثر تطوير المنتجات في درجة ولاء المستهلك: دراسة ميدانية عن مستهلكي منتجات الألبان في منطقة أمانة عمان الكبرى، مجلة دراسات، العلوم الادارية، المجلد ٣٨، العدد ١، ٢٠١١، ص ١١٨– ١٤٢، الاردن، عمان

٣. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (٢٠١٢) . مستويات المعيشة في الأ راضي الفلسطينية: الانفاق، الاستهلاك، الفقر (٢٠١١) ، رام الله – فلسطين.

٤. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (٢٠١٢)، تعداد المنشآت (٢٠١٢) ، النتائج النهائية. رام الله– فلسطين.

٥. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (٢٠١٣)، رام الله– فلسطين.

٦. الراعي، محمد ابراهيم (٢٠٠٤) ، صناعة منتجات الألبان في فلسطين – الواقع والآفاق، الإدارة العامة للدراسات والتخطيط، وزارة الاقتصاد الوطني، فلسطين.

٧. الطنيب، أماني (٢٠٠٣) ، تطوير إنتاج وتصنيع وتسويق الألبان لدى صغار المزارعين في الوطن العربي، المنظمة العربية للتنمية الزراعية، خرطوم، السودان.

٨. بدر، اسماء (٢٠١٢) ، توجهات المستهلك الفلسطيني نحو الحليب ومشتقاته المصنعة محلياً، ورقة مقدمة إلى المؤتمر الاقتصادي لجامعة القدس المفتوحة «نحو تعزيز تنافسية المنتجات الفلسطينية»، الفترة ١٦– ١٧/ ١٠/ ٢٠١٢، رام الله، فلسطين.

٩. مصطفى، لؤي صادق (٢٠٠٥) ، القدرة التنافسية للصناعات الغذائية الفلسطينية، وآفاق تطورها، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس فلسطين

١٠. وزارة الاقتصاد ألوطني الإدارة العامة للدراسات والتخطيط الاصدار رقم (١٣) ، ورقة عمل حول صناعة منتجات الألبان في فلسطين– الواقع والآفاق، (٢٠٠٤) ، رام الله.

١١. وزارة الزراعة (٢٠١٣) ، الإغاثة الزراعية، رام الله، فلسطين.

Journal of
Al-Quds Open University
for Administrative & Economic Research & Studies

5. The researcher who has his/her paper published is handed a copy of the Journal volume the paper was published in, in addition to three copies of the paper as published in the Journal. The researcher bears the expenses of any copy/copies of other volumes s/he wishes to receive.
6. Papers received by the Journal are not sent back to the owners whether approved for publishing or not.
7. Researchers are to cover evaluation expenses if they wish to withdraw the paper from the journal and not to proceed with the evaluation and publication procedures.
8. The Journal apologizes for not considering any paper which does not abide by the Instructions and Guidelines of Publication.

*Opinions expressed in this journal are solely those of their authors*

**Fifth- General guidelines:**

1. All papers are submitted for initial evaluation to decide their eligibility. The Editorial Board has the right to decide if the paper is ineligible without providing the researcher with any justification.
2. The paper is published after being approved by two specialized referees who carry a similar rank or higher to the researcher. Those referees are chosen by the Editorial Board from specialized teachers in universities and research centers in Palestine and abroad.
3. Approved papers take turns in publication according to the date of their final approval. The arrangement of the papers in the Journal is based on pure technical considerations.
4. Copy rights are preserved by Al-Quds Open University Journal for Administrative and Economic Research and Studies once the researcher is notified about the approval of the paper. The scientific materials published or approved for publishing in the Journal should not be republished unless a written permit by the Head of the Editorial Board is granted.