

# دراسة أثر بعض الطرق الإرشادية الزراعية كأحد المتغيرات المرتبطة بمشاركة الريفيات في إتخاذ القرارات التسويقية لبعض المنتجات النباتية والحيوانية في بعض قرى محافظتى البحيرة والغربية

ليلى أنور طلبة، صفاء أحمد فهميم<sup>1</sup>

الإرشادية، ومصادر المعلومات، وعمر المبحوثة، والحياسة المزرعية للمبحوثة، والحياسة الحيوانية للمبحوثة.

## المقدمة

إهتم المختصين في مختلف المجالات بالتنمية الريفية، كما أصبحت موضعا لإهتمام التنفيذيين على مختلف المستويات وذلك لدورها البالغ الأهمية في تنمية القطاع الريفى الذى يعد من القطاعات الهامة في المجتمع، (El - monoufi, 1981) وقد أكدت العديد من الدراسات والتجارب التنموية أن توافر رؤوس الأموال والموارد الطبيعية ليست فقط الأساس لنجاح عملية التنمية، ذلك لأن البشر هم غاية التنمية، كما أن المشاركة ضرورية لإدراك أهمية البعد الإنسانى في عملية التنمية حيث يتسم بالفعالية عن طريق إثارة الوعى المشاركى لأهميته في رفع مستوى معيشة الأسرة والمجتمع، (حسن، وآخرون، ٢٠٠٣).

وقد أصبحت قضية التنمية اليوم هى حديث الساعة، والشاغل الأكبر في كل دول العالم متقدمة ونامية حيث تسعى التنمية لتحسين وتطوير الظروف المعيشية للسكان عن طريق تطوير الحياة الإقتصادية والإجتماعية في المجتمع، (نويصر، وفودة، ٢٠٠٦).

ولقد إتخذت العديد من الدول خطوات واسعة في مجال التنمية الريفية للنهوض بمستويات المعيشة للريفيين، وتضييق الفجوة بين سكان الريف والحضر من خلال النهوض بالعنصر البشرى باعتباره العصب الرئيسى في عملية التنمية، (أمين، ١٩٨٩).

ومما لاشك فيه فإن تنمية مصر وهضتها وحضارتها تقوم على الإنسان المصرى دون تمييز بين الرجل والمرأة لأهمهما وحدة بناء المجتمع وأساس تكوين الأسرة، (الشيخ، ٢٠٠٣). وباعتبار أن العنصر البشرى هو الأساس الجوهرى الذى تعتمد عليه الشعوب

## الملخص العربى

استهدف هذا البحث بصفة أساسية دراسة أثر بعض الطرق الإرشادية كأحد المتغيرات المرتبطة بمشاركة الريفيات في إتخاذ القرارات التسويقية للمنتجات النباتية والحيوانية ، وذلك من خلال الأهداف التالية:

التعرف على بعض الخصائص المميزة للمبحوثات، والتعرف على درجة مشاركتهن في إتخاذ القرارات التسويقية، والتعرف على أهم الطرق الإرشادية التى تتعرض لها المبحوثات، ودراسة تأثير بعض المتغيرات المستقلة على درجة المشاركة في إتخاذ القرارات، والتعرف على أهم المشاكل التى تعوق مشاركتهن في إتخاذ القرارات التسويقية ، والحلول المقترحة لحلها من وجهة نظر المبحوثات وقد تم جمع البيانات من عينة غرضية بلغ قوامها ١٨٠ مبحوثة من بعض قرى محافظتى البحيرة والغربية، وتم إستيفاء البيانات البحثية عن طريق الإستبيان بالمقابلة الشخصية وأوضحت نتائج الدراسة مايلى:

- تدنى درجة مشاركة المبحوثات في إتخاذ القرارات التسويقية حيث كانت درجة المشاركة منخفضة لدى (٣٨,٣ %) منهن، ومتوسطة لدى (٤١,١ %)، ومرتفعة لدى (٢٠,٦ %) فقط منهن.

- تبين أن أهم الطرق الإرشادية التى تتعرض لها المبحوثات للحصول على المعارف والمعلومات التسويقية وفقا لأهميتها النسبية كما يلى: زيارة المرشدة الزراعية لمنازل الريفيات، والإجتماع مع المرشدة الزراعية، والبرامج التليفزيونية الريفية، والبرامج الإذاعية الريفية، والإيضاح العملى، وزيارة بعض المشاريع التنموية، والمطبوعات الإرشادية.

- تبين وجود علاقة إحدارية مغزوية بين المشاركة في إتخاذ القرارات التسويقية كمتغير تابع وبين كل من التعرض لبعض الطرق

سلوكية، (سويلم، ١٩٩١) وأن عملية إتخاذ القرارات تمر بعدة خطوات هي: تحديد الهدف وفهمه، وتجميع المعلومات اللازمة للاستكشاف والاختيار، وتحليل ومناقشة وتفسير المعلومات، وتحديد البدائل والإحتمالات، وتقييم البدائل في ضوء التنبؤ بالنتائج والآثار المحتملة لتحقيق الهدف، وإختيار أنسب البدائل (أى إتخاذ القرار)، (عمر وآخرون، ١٩٧٣). كما يعرف سويلم القرار بأنه إختيار بين البدائل المختلفة وأن القرار له مجموعة من العناصر هي: أن متخذ القرار يواجه عددا من البدائل، وأن النواتج تتوقف على نوع التصرف الذى يتم إختياره، وأن جميع الإحتمالات قد لا تكون متساوية في نواتجها، ويجب على متخذ القرار أن يحدد الأهمية المرتبطة بكل بديل، (سويلم، ١٩٩١).

ومما لاشك فيه أن نجاح الإرشاد الزراعى فى توصيل النتائج والتوصيات الزراعية المستحدثة إلى المسترشدين، ومساعدتهم فى إتخاذ القرارات المزرعية السليمة، يتم من خلال الطرق الإرشادية المختلفة، وتتعدد تقسيمات الطرق الإرشادية منها: **أولاً:** التقسيم وفقا لعدد المنتفعين بالإتصال إلى: أ) طرق ومعينات الإتصال الفردى مثل الزيارات الحقلية والمزلية والمكتبية والمكالمات التلفونية والخطابات والإيضاح العملى والعينات والنماذج. ب) طرق ومعينات الإتصال الجماعى مثل الاجتماعات والرحلات والمحاضرات والإيضاح العملى بالممارسة والصور المتحركة. ج) طرق ومعينات الإتصال الجماهيرى مثل المجلات والكتيبات والنشرات والصحف والراديو والتلفزيون والمعارض، (العادلى، ١٩٧٣)، (عمر، ١٩٧٣)، (الحولى، ١٩٧٧)، (صالح، ١٩٩٠)، (الطنوبى، ١٩٩٨). **ثانياً:** تقسيم الطرق والمعينات الإرشادية وفقا لطبيعة التأثير إلى: أ) ذات تأثير مباشر مثل الزيارات والمحاضرات والاجتماعات. ب) ذات تأثير غير مباشر مثل النشرات والمجلات والراديو. ج) ذات تأثير شبه مباشر مثل التلفزيون والسينما. **ثالثاً:** تقسيم الطرق والمعينات الإرشادية وفقا لطريقة عرض المعلومات ومعاملة الرسالة إلى: أ) كلامية مثل الراديو والتلفزيون والسينما والاجتماعات. ب) كتابية مثل الكتب والمجلات والصحف والخطابات. ج) إيضاحية مثل: المعارض والتلفزيون والملصقات والصور والأفلام وطرق الإيضاح بعرض النتائج. **رابعا:** تقسيم الطرق والمعينات الإرشادية وفقا للحواس المستخدمة إلى:

النامية فى تحقيق الخطط التنموية المستهدفة، فإن الإستثمار الكامل لدور المرأة الريفية بإعتبارها نصف المجتمع يعتبر مدخلا أساسيا من مداخل التنمية، حيث تمثل المرأة نسبة لا يستهان بها من الموارد البشرية فى القرية المصرية حيث تعتبر قوة إنتاجية هامة فى الريف المصرى. مما تقوم به من أدوار رئيسية ومتعددة لتلبية إحتياجات أسرتها، (طلبة، وحسيب، ٢٠٠٤)، وهذا جعل من إدماج المرأة الريفيه فى جهود التنمية الريفيه حتميا حيث يمكنها أن تستخدم الموارد الطبيعية والبيئية المتاحة وتحويلها إلى منتجات مختلفة يمكن أن تعود بالمنفعة على أسرتها ومجتمعها بالإضافة لدورها الإيجابى فى ترشيد الإستهلاك وزيادة المدخرات الأسرية مما يتيح فرصا أوسع لإستثمار وخلق الطاقات الإنتاجية الجديدة فى المجتمع، ولذلك كان من الضرورى الإهتمام بتثقيفها وتوعيتها وإعدادها إعدادا سليما للإستفادة من قدراتها وإمكاناتها فى تنمية الأسرة والمجتمع، (محرم، ١٩٨٩)، (محمد، ١٩٩٨). وقد بينت الدراسات أن المرأة الريفية فى مصر التى تمثل (٢٧،١%) من إجمالى السكان، و(٥٧،٣%) من إجمالى النساء فى مصر، (الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء، ٢٠٠٦) تقوم بدور فعال فى الإنتاج الزراعى من خلال مساهمتها فى العمل المزرعى، وإنتاج وتسويق المنتجات الزراعية النباتية والحيوانية، وإدارة الموارد وصيانتها، وإتخاذ القرارات المزرعية، وإدارة المنزل ومعيشة الأسرة، (عبد المقصود، ٢٠٠٢). كما أوضحت العديد من الدراسات أهمية مشاركة المرأة الريفية فى إتخاذ القرارات المزرعية إلا أنها تتفاوت فى نتائجها فيما يتعلق بحجم المشاركة، ونسب المشاركات، وأنواع القرارات التى تساهم فى إتخاذها سواء بمفردها أو بالمشاركة مع آخرين من أفراد الأسرة، (محمد، ١٩٩٦).

ومما لاشك فيه فإن نجاح الإرشاد الزراعى فى نقل وتوصيل نتائج البحوث والتوصيات الزراعية إلى المسترشدين وتعليمهم وإقناعهم للأخذ بالمستحدثات وتنفيذها يؤدى لزيادة دخولهم وإرتفاع مستواهم الإقتصادية والاجتماعية وتحقيق النهضة والرفاهية للمجتمع، (العادلى، ١٩٧٣). وذلك من خلال إتخاذ المسترشدين لقرارات تبين الأفكار الجديدة، ولذا يرى بعض الكتاب أن الإرشاد الزراعى هو عملية إتخاذ للقرارات وأنه يسعى لمساعدة المسترشدين فى إتخاذ القرارات التى يتم فيها الإختيار بين عدة إحتمالات

ماتوفرت لها كافة الظروف لتحمل مسؤولياتها، (سويلم، ١٩٩٧، ١٩٩٨). وعلى الرغم من ذلك فإن التقارير تشير إلى أن المرأة الريفية لا تحصل إلا على ما يتراوح بين ٢-١٠% فقط من خدمات الإرشاد الزراعى، حيث أوضحت الدراسات ضعف إمكان الإحتكاك والاستفادة المباشرة من خدمات الإرشاد الزراعى بين النساء اللاتى يشاركن الرجل فى تولى شئون المزرعة، (الجنجيهى، ١٩٩٨). كما أشارت التقارير إلى وجود فجوة نوعية فى الأنشطة الإرشادية مردها وجود فجوات نوعية فى التعليم والبحث والسياسات والبرامج الإرشادية، بالإضافة إلى العادات والتقاليد والقيم الإجتماعية والأعباء الكثيرة التى تقع على عاتق المرأة الريفية التى تحمّل من مشاركتها فى الأنشطة الإرشادية أو إتخاذ القرارات أو وضع السياسات، ولتضييق الفجوة النوعية فى الخدمات الإرشادية، وزيادة فعالية الإرشاد الزراعى فى مجال المرأة الريفية كان لابد من تضييق الفجوات النوعية المذكورة، وكذلك توجيه الجهود لنشر الوعي النوعى بين أفراد المجتمع، وبيان دور المرأة الريفية وأهميته فى الإنتاج الزراعى والتنمية الزراعية، وتوجيه البحوث والسياسات بالشكل الذى يؤدى إلى معرفة إحتياجات المرأة الريفية وآرائها المختلفة، والعمل على إنتاج التكنولوجيا المناسبة لها والسعى لتساعدها على توفير الوقت والجهد اللازمين لتأدية الأعمال والمهام المنوطة بها، (عبد المقصود، ٢٠٠٢).

### المشكلة البحثية

لاشك أن التوجهات الحديثة للإرشاد الزراعى فى مصر نحو العمل فى مجالات جديدة ظهرت أهميتها فى الأونة الأخيرة كالتسويق، أصبح أمرا ضروريا حتمته التحولات الجديدة نحو سياسة التسوق الحر. ولما كانت المرأة الريفية كما إستعرضنا من قبل لها دور هام وحيوى فى تسويق المنتجات الزراعية، وفى حين إهتمت العديد من الدراسات بمشاركة المرأة الريفية فى إتخاذ القرارات الأسرية والإنتاجية، فقد تناول القليل منها مشاركة المرأة الريفية فى إتخاذ القرارات التسويقية التى تسهم فى زيادة دخل الأسرة وبالتالي الإرتقاء بمستوى المعيشة. ومما لاشك فيه فإن نقص المعلومات والمعارف التسويقية لدى المرأة الريفية يعيق مشاركتها فى إتخاذ

سمعية مثل الراديو والتلفزيون والإجتماعات. ب) بصرية مثل الملصقات والنماذج والعينات والأفلام والشرائح والصور المطبوعات والإيضاح العملى. ج) سمعية بصرية مثل السينما والتلفزيون والمعارض وطرق الإيضاح، (العادلى، ١٩٧٣)، (صالح، ١٩٩٠).

وقد أوضحت نتائج بعض الدراسات أهمية إختيار أفضل الطرق والمعينات الإرشادية التى تستخدم فى توصيل المعارف والمعلومات والمهارات المختلفة للريفيات، وقد بينت دراسة (السيد، ١٩٨٩) أن أهم طرق الإتصال الإرشادى التى تفضلها الريفيات هى: الزيارات المنزلية من المرشدة الزراعية، والإجتماعات، وبرامج التلفزيون والإذاعة، وزيارة المشاريع التنموية، والمطبوعات الإرشادية. كما أوضحت دراسة كل من (فهمى، ١٩٩٨)، (طلبة وآخرون، ٢٠٠١) أن أهم الطرق الإرشادية التى تفضلها الريفيات كانت على التوالى: التلفزيون، والإذاعة، والزيارات المنزلية، والإيضاح العملى، والنشرات الإرشادية ثم المطبوعات الإرشادية. كما بينت دراسة (طلبة وحسيب، ٢٠٠٤) أن أهم الطرق الإرشادية التى تتعرض لها المبحوثات وتفضلها للحصول على المعارف والمعلومات التسويقية كانت: زيارة المرشدة الزراعية لمنازل الريفيات، الإجتماع مع المرشدة الزراعية فى أحد المنازل الريفية، والإيضاح العملى، والبرامج التلفزيونية الريفية، والبرامج الإذاعية الريفية، وزيارة المشاريع التنموية، والمطبوعات الإرشادية.

هذا وقد أكدت العديد من الدراسات تعاضم الدور الإقتصادى للمرأة بعد أن شهدت البلاد موجة ضخمة من الهجرة المؤقتة لأعداد كبيرة من الرجال للعمل فى الدول المجاورة تاركين مسئولية العمل الزراعى والإدارة المزرعية لنسائهم، ومن ثم تحملت المرأة الريفية عبء إتخاذ القرارات الإنتاجية فى الزراعة، وخرجت تتعامل مع مستلزمات الإنتاج وتسويق الحاصلات مظهرة كفاءة كافية بعد أن إحتجت طويلا عن المشاركة الإيجابية الفعالة فى مواجهة المجتمع الريفى، (محرم، ٢٠٠٤).

ويعتبار أن المرأة نصف الموارد البشرية فى المجتمع بما تقوم به من أعباء ومسئوليات الحياة المنزلية وتدبير شئون الأسرة والمعيشة، فهى تستطيع أن تسهم بعمق وإيجابية فى عمليات التنمية إذا

### الفرض الإحصائي:-

لتحقيق الفرض النظرى المتعلق بالهدف الرابع، تم صياغة الفرض الإحصائي التالى " لا يوجد تأثير للمتغيرات المستقلة موضع الدراسة على درجة مشاركة المبحوثات فى إتخاذ القرارات التسويقية".

### الأسلوب البحثى

تم إجراء هذه الدراسة على عينة غرضية بلغ قوامها ١٨٠ مبحوثة تم إختيارهن من بعض قرى محافظتى البحيرة والغربية، وقد تم إختيار ٤٥ مبحوثة من كل من قريتي الوسطانية وبردلة من مركز كفر الدوار بمحافظة البحيرة، كما تم إختيار ٤٥ مبحوثة من كل من قريتي الدجمون وكفر يعقوب من مركز كفر الزيات بمحافظة الغربية، وتشكل هذه العينة نسبة (٥٠%) من إجمالى شاملة البحث والبالغ قدرها ٣٦٠٠ حائزة وزوجة حائز بسجلات الحيازة الزراعية بالجمعيات الزراعية بقرى الدراسة الأربع. وقد تم إختيار المبحوثات عن طريق معرفة القيادات النسائية فى هذه القرى عن أسماء الريفيات اللاتى تشاركن فى إتخاذ القرارات التسويقية الخاصة بالمنتجات الزراعية والحيوانية. وتم إستيفاء البيانات البحثية ميدانيا بإستخدام الإستبيان بالمقابلة الشخصية. وقد إستخدمت النسب المتوية والتكرارات، ومعامل الإرتباط البسيط، والإنحدار الخطى الصاعد (Stepwise Multiple Regression) كأساليب إحصائية لعرض بيانات الدراسة.

### التعريفات الإجرائية :

**إتخاذ القرارات:** تعرف عملية إتخاذ القرارات بأنها عملية عقلانية Rational تبلور فى إختيار بديل معين من البدائل المختلفة للسلوك أو التصرف، وأن هذه العملية مرتبطة بثلاث عمليات فرعية هى: البحث Search، والمقارنة بين البدائل Comparison، والإختيار Selection، (شلى وآخرون ١٩٩٩) نقلا عن (سوانسن، ١٩٩٠).

ويقصد بعملية إتخاذ القرارات فى هذه الدراسة الجهود التى تبذلها المبحوثات فى التفكير فى البدائل المتاحة إما بمفردها أو مع أفراد الأسرة، ثم المقارنة والمفاضلة بين هذه البدائل، ثم إختيار القرار

القرارات التسويقية الناجحة والمناسبة بما يؤثر على العائد المادى الذى يمكن أن تستفيد منه الأسرة، لذلك كان من الأهمية أن يقوم الإرشاد الزراعى بإعتباره الجهاز المسئول عن سد الإحتياجات التعليمية والتدريبية لجمهور المسترشدين بتوفير المعارف والمعلومات التسويقية التى تحتاجها الريفيات وذلك من خلال برامج وخطط وسياسات تبين على قاعدة سليمة من المعلومات الدقيقة وعن طريق وسائل وطرق الإتصال الإرشادى المتاحة التى تتناسب مع طبيعة المرأة الريفية وظروفها. بما يسهم بدرجة كبيرة فى مساعدة الريفيات على إتخاذ القرارات التسويقية الناجحة فى الوقت المناسب.

ولذا أهتمت هذه الدراسة بالتعرف على القرارات التسويقية المختلفة التى تشارك فيها المبحوثات، ودرجة المشاركة فيها، كما أهتمت الدراسة بالتعرف على أهم الطرق الإرشادية التى تتعرض لها المبحوثات وفقا لأهميتها النسبية لهن، وأهم المصادر المعرفية للمعلومات التسويقية، بالإضافة إلى أثر بعض خصائص المبحوثات على درجة مشاركتهن فى إتخاذ القرارات التسويقية.

### الأهداف:-

- ١- التعرف على أهم الخصائص المميزة للمبحوثات.
- ٢- التعرف على درجة مشاركة المبحوثات فى إتخاذ القرارات التسويقية لبعض المنتجات الزراعية والحيوانية.
- ٣- التعرف على أهم الطرق الإرشادية التى تتعرض لها المبحوثات، وأهم مصادر المعلومات.
- ٤- مقارنة أثر بعض الطرق الإرشادية مع أثر بعض المتغيرات المستقلة على درجة مشاركة المبحوثات فى إتخاذ القرارات التسويقية.
- ٥- التعرف على أهم المشاكل التى تعوق مشاركة المبحوثات فى إتخاذ القرارات التسويقية، ومقترحاتهن للتغلب عليها.

### الفرض البحثى:-

لتحقيق الهدف الرابع للدراسة، تم صياغة الفرض النظرى التالى: " يوجد تأثير للمتغيرات المستقلة موضع الدراسة على درجة مشاركة المبحوثات فى إتخاذ القرارات التسويقية".

- **الحالة التعليمية للزوج:** هي الإمام بالقراءة والكتابة، والإنتقال من مرحلة تعليمية لأخرى، وتم قياسها بعدد سنوات التعليم.
- **مستوى معيشة الأسرة:** هو مجموع القيم الرقمية التي حصلت عليها الباحثة مقابل إمتلاك الأسرة للأجهزة المنزلية، وقد أعطيت درجة واحدة للملكية كل جهاز.
- **الإنتقال الحضارى:** هو مجموع القيم الرقمية التي حصلت عليها الباحثة مقابل ترددتها على القرى المجاورة أو المدن القريبة أو عاصمة المحافظة، وقد أعطيت الاستجابات (دائما، أحيانا، نادرا، لا) القيم الرقمية (٣، ٢، ١، صفر) على التوالى.
- **الإنتقال الثقافى:** هو مجموع القيم الرقمية التي حصلت عليها الباحثة مقابل الإستماع للراديو أو مشاهدة التلفزيون أو قراءة الصحف والمجلات، وقد أعطيت الاستجابات (دائما، أحيانا، نادرا، لا) القيم الرقمية (٣، ٢، ١، صفر).
- **التعرض للطرق الإرشادية:** هو مجموع القيم الرقمية التي حصلت عليها الباحثة نتيجة تعرضها لعدد سبعة طرق إرشادية، وقد أعطيت الاستجابات (دائما، إحيانا، نادرا، لا) القيم الرقمية (٣، ٢، ١، صفر) على التوالى.
- **التعرض لمصادر المعلومات:** هي مجموع القيم الرقمية التي حصلت عليها الباحثة نتيجة تعرضها لمصادر المعلومات المختلفة وأعطيت الباحثة درجة عن كل مصدر تتعرض له.

#### النتائج ومناقشتها

##### أولا: الخصائص المميزة للبحوثات:

تبين من نتائج الدراسة، جدول (١) أن حوالى ثلثى البحوثات (٧١,٧%) نقل أعمارهن عن ٤٥ سنة، وتعتبرن من صغيرات ومتوسطات العمر، ومن المتوقع أن تكن أكثر مشاركة في إتخاذ القرارات التسويقية للمنتجات الزراعية والحيوانية وأن نسبة لا يستهان بها (٢٨,٣%) من البحوثات أكثر من ٤٥ سنة ومن المتوقع أن تكن أكثر خبرة ودراية ومكانة في الأسرة تجعلهن يشاركن بدرجة كبيرة في إتخاذ القرارات التسويقية. كما تشير النتائج إلى إرتفاع نسبة الأمية بين البحوثات إلى (٥١,٧%) وهذا يشير إلى خطورة الأمية على التنمية بصفة عامة وعلى التنمية

المناسب للظروف والإحتياجات والرغبات المختلفة للأسرة، والذي يحقق لها عائدا إقتصاديا مرتفعا وبالتالي يحقق مستوى معيشة أفضل. المشاركة في إتخاذ القرارات التسويقية: يقصد بها في هذه الدراسة مشاركة الباحثات لأفراد أسرهن في تحديد الإحتياجات المختلفة للأسرة، والتعرف على البدائل المتاحة لتسويق منتجاتها، وتحديد المنفعة المرتبطة بكل بديل، ووعوبه ومميزاته ثم الإتفاق على إختيار أفضلها تحقيقا لأهداف الأسرة.

#### المعالجة الكمية لمتغيرات الدراسة:

##### المتغير التابع:

درجة مشاركة الباحثات في إتخاذ القرارات التسويقية: هي مجموع القيم الرقمية التي حصلت عليها الباحثة وفقا لاستجابتها لعدد إثني عشر مؤشرا تعكس مشاركتها في الأنشطة التسويقية التالية: تسويق الخضروات المجففة، وتسويق المحاصيل الزراعية، وتحديد موعد التسويق، وتحديد الكمية التي تسوق، وتحديد مكان البيع، وتسويق الألبان ومنتجاتها، وبيع الحيوانات المنتجة، وبيع نتاج الحيوانات، وبيع الأعلاف، والتصرف في الدخل الناتج من التسويق، وتحديد أوجه الإستثمار الأخرى، وقد أعطيت الإجابات (مرتفعة، متوسطة، منخفضة) القيم الرقمية (٣، ٢، ١) على التوالى، وتم حساب درجة المشاركة بجمع الدرجات التي حصلت عليها الباحثة من تلك المؤشرات الإثني عشر وقد تراوحت درجة المشاركة في إتخاذ القرارات بين (١٢- ٣٦) درجة تم تقسيمها إلى ثلاث فئات من المستويات ضعيفة (أقل من ١٨) درجة، ومتوسطة (١٩- ٢٧) درجة، مرتفعة (٢٨- ٣٦) درجة.

##### المتغيرات المستقلة:

- تم إستخدام الأرقام الخام لقياس كل من: عمر الباحثة، والسعة الحيازية المزرعية والحيوانية الخاصة بالأسرة، والسعة الحيازية المزرعية والحيوانية الخاصة بالبحوثات.
- **الحالة التعليمية للبحوثات:** هي الإمام بالقراءة والكتابة، والإنتقال من مرحلة تعليمية لأخرى، وتم قياسها بعدد سنوات التعليم.

الريفية بصفة خاصة، في حين إنخفضت نسبة الأمية بين أزواج المبحوثات إلى (٢٨%)، وقد يعزى ذلك للإنتشار الثقافي العام في المجتمع الأمر الذي قد ينعكس على تقبل الأزواج لمشاركة زوجاتهم في إتخاذ القرارات التسويقية للمنتجات الزراعية والحيوانية. وقد تبين أن (٧٠%) من أسر المبحوثات تقل حيازتهم المزرعية عن فدان واحد، كما تقل حيازة (٦٥%) من أسرهن عن رأسين من الحيوانات المزرعية، وأن (٨٥%) من المبحوثات تقل حيازتهن الزراعية الخاصة عن فدان واحد، بينما تقل حيازة (٧٩%) منهن عن رأسين من الحيوانات المزرعية، كما تبين أن (٨٢%) من أسر المبحوثات مستواهم المعيشي متوسط ومنخفض، وهذا يشير إلى ضرورة توعية المبحوثات لأهمية المشاركة في إتخاذ القرارات التسويقية الناجحة في الوقت المناسب لتحقيق دخل إضافي تستطيع الأسرة من خلاله الإرتقاء بمستوى معيشتها وذلك من خلال عقد

البرامج الإرشادية للريفيات في مجال التسويق وتوفير المعلومات اللازمة للإرتقاء بمستواهم المعرفي في هذا المجال، كما تبين من النتائج أن (٧٧,٣%) من المبحوثات مستوى الإفتتاح الحضارى لمن متوسط ومنخفض، وأن (٦٢%) منهن مستوى الإفتتاح الثقافي لمن متوسط ومنخفض، وهذا يشير إلى إفتقارهن إلى المعارف والمعلومات التي تهم أفراد الأسرة، كما أتضح أن درجة تعرض المبحوثات لطرق الإتصال الإرشادى كانت مرتفعة لدى (٣٣,٣%) منهن، ومتوسطة لدى (٤٠%)، ومنخفضة لدى (٢٦,٧%) من المبحوثات، وأن (٣١%) من المبحوثات تستقى معلوماتهن من مصدر معرفي أو إثنين، في حين تستقى (٤٥%) منهن معلوماتهن من (٣-٤) مصادر معرفية، و(٢٤%) منهن تستقى معلوماتهن من أكثر من أربعة مصادر معرفية.

#### جدول ١. توزيع المبحوثات وفقا للخصائص المميزة لهن

الخصائص	عدد	%	الخصائص	عدد	%
عمر المبحوثة ( سنة ) :			مستوى معيشة الأسرة ( درجة ) :		
- أقل من ٢٥	١٥	٨,٣	- منخفض ( أقل من ٧ )	٧٠	٣٩,٠
- ٢٥ - ٤٥	١١٤	٦٣,٤	- متوسط ( ٨ - ١٢ )	٧٧	٤٣,٠
- أكثر من ٤٥	٥١	٢٨,٣	- مرتفع ( ١٣ - ١٧ )	٣٣	١٨,٠
الحالة التعليمية للمبحوثة :			الإفتتاح الحضارى ( درجة ) :		
- أمية :	٩٣	٥١,٧	- منخفض ( أقل من ٣ )	٣٤	١٩,٠
- تقرأ وتكتب :	٢٦	١٤,٤	- متوسط ( ٣ - ٥ )	١٠٥	٥٨,٣
- تعليم ابتدائى :	٢٤	١٣,٣	- مرتفع ( ٦ - ٩ )	٤١	٢٢,٧
- تعليم إعدادى :	١٥	٨,٣			
- تعليم ثانوى :	١٩	١٠,٦			
- تعليم جامعى :	٣	١,٧			
الحالة التعليمية للزوج :			الإفتتاح الثقافى ( درجة ) :		
- أمى	٥١	٢٨,٣	- منخفض ( أقل من ٣ )	٤٧	٢٦,١
- يقرأ وتكتب :	٣٣	١٨,٣	- متوسط ( ٣ - ٥ )	٨٣	٤٦,١
- تعليم ابتدائى :	٢٩	١٦,١	- مرتفع ( ٦ - ٩ )	٥٠	٢٧,٨
- تعليم إعدادى :	٣٩	٢١,٨			
- تعليم ثانوى :	٢٠	١١,١			
- تعليم جامعى :	٨	٤,٤			
حيازة الأسرة :			التعرض للطرق الإرشادية ( درجة ) :		
- المزرعية ( فدان ) :			- منخفض ( أقل من ٧ )	٤٨	٢٦,٧
أقل من ١	١٢٦	٧٠,٠	- متوسط ( ٧ - ١٤ )	٧٢	٤٠,٠
١ - ٣	٤٣	٢٤,٠	- مرتفع ( أكثر من ١٤ )	٦٠	٣٣,٣
أكثر من ٣	١١	٦,٠			
حيازة الأسرة :			مصادر المعلومات ( مصدر ) :		
- الحيوانية ( رأس ) :			- ( ١ - ٢ )	٥٦	٣١,٠
أقل من ٢	١١٧	٦٥,٠	- ( ٣ - ٤ )	٨١	٤٥,٠
٢ - ٤	٥١	٢٨,٣	- ( أكثر من ٤ )	٤٣	٢٤,٠
أكثر من ٤	١٢	٦,٧			
الحيازة الخاصة بالمبحوثة :					
- المزرعية ( فدان ) :					
أقل من ١	١٥٣	٨٥,٠			
١ - ٣	٢٧	١٥,٠			
أكثر من ٣	لا يوجد	لا يوجد			
- الحيوانية ( رأس ) :					
أقل من ٢	١٤٣	٧٩,٤			

٢ - ٤  
أكثر من ٤  
لا يوجد ٣٧  
لا يوجد ٢٠,٦

للمشاركة المرتفعة نظرا لقيامهن بإعدادها وتجهيزها للتسويق،  
(٢٨,٩) %، (٢٧,٨) % للمشاركة المتوسطة والمنخفضة على  
التوالى، وتسويق المحاصيل بنسبة (١٨,٣) %، (٥١,١) %،  
(٣٠,٦) % للمشاركة المرتفعة والمتوسطة والمنخفضة على التوالى،  
وتحديد موعد التسويق بنسبة (٣٠) %، (٤٠,٦) %، (٢٩,٤) %  
للمشاركة المرتفعة والمتوسطة والمنخفضة على التوالى، وتحديد الكمية  
التي تسوق بنسبة (٢٦,٧) %، (٥٢,٨) %، (٢٠,٥) % للمشاركة  
المرتفعة والمتوسطة والمنخفضة على التوالى، وتحديد سعر البيع  
بنسبة (١٨,٨) %، (٤١,٢) %، (٤٠) % للمشاركة المرتفعة  
والمتوسطة والمنخفضة على التوالى، وتحديد مكان البيع  
بنسبة (١٩,٥) %، (٤٢,٨) %، (٣٧,٧) % للمشاركة المرتفعة  
والمتوسطة والمنخفضة على التوالى.

ب- درجة مشاركة المبحوثات في إتخاذ القرارات التسويقية  
للمنتجات الحيوانية:

أوضحت النتائج الواردة بجدول ٤. أن درجة مشاركة أكثر من  
نصف المبحوثات (٥٢,٨) % كانت مرتفعة، (٣١,١) %، (١٦,١)  
% من المبحوثات درجة مشاركتهن متوسطة ومنخفضة على  
التوالى، وتشير هذه النتائج إلى إرتفاع نسبة المبحوثات اللاتى  
تشاركن بدرجة عالية في إتخاذ القرارات التسويقية للمنتجات  
الحيوانية، وهذا يعكس أهمية دور المرأة ومسئوليتها في تربية ورعاية  
الحيوانات المزرعية وتسويقها وإعداد وتسويق منتجاتها.

ثانيا: درجة مشاركة المبحوثات في إتخاذ القرارات التسويقية  
للمنتجات النباتية والحيوانية:

أ- درجة مشاركة المبحوثات في إتخاذ القرارات التسويقية  
للمنتجات النباتية:

أوضحت نتائج الدراسة الواردة بجدول (٢) أن درجة  
مشاركة (٣٨,٣) % من المبحوثات في إتخاذ القرارات التسويقية  
للمنتجات النباتية كانت منخفضة، (٤١) % منهن درجة مشاركتهن  
متوسطة، في حين إنخفضت درجة المشاركة المرتفعة إلى (٦٠,٢٠) %  
منهن فقط، وهذا يشير إلى أن معظم القرارات التسويقية للمنتجات  
النباتية يتخذها المزارعون الأزواج نظرا لأهمية المنتجات النباتية لحياة  
أسرهم ومستقبل أبنائهم، ولأنها ترتبط بخدمة شاقة للأرض من تجهيز  
الأرض قبل الزراعة وحتى الحصول على المنتج الزراعى في صورته  
النهائية وهى مسئولية كبيرة يتحمل الجانب الأكبر منها الأزواج.

جدول ٢. توزيع المبحوثات وفقا لدرجة المشاركة في إتخاذ

القرارات التسويقية للمنتجات النباتية

درجة المشاركة (درجة)	عدد	%
مرتفعة (١٤ - ١٨)	٣٧	٢٠,٦
متوسطة (٩ - ١٣)	٧٤	٤١,١
منخفضة (أقل من ٩)	٦٩	٣٨,٣
إجمالي	١٨٠	١٠٠

ويوضح جدول (٣) درجة مشاركة المبحوثات في أنواع  
القرارات التسويقية للمنتجات النباتية مرتبة تنازليا وفقا لدرجة  
المشاركة وهى: تسويق الخضروات الجففة بنسبة (٤٣,٣) %

جدول ٣. توزيع المبحوثات وفقا لدرجة المشاركة في نوعية القرارات التسويقية للمنتجات النباتية

أنواع القرارات	درجة المشاركة					
	مرتفعة		متوسطة		منخفضة	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
- تسويق الخضروات الجففة.	٧٨	٤٣,٣	٥٢	٢٨,٩	٥٠	٢٧,٨
- تسويق المحاصيل.	٣٣	١٨,٣	٩٢	٥١,١	٥٥	٣٠,٦
- تحديد موعد التسويق.	٥٤	٣٠,٠	٧٣	٤٠,٦	٥٣	٢٩,٤
- تحديد الكمية التي تسوق.	٤٨	٢٦,٧	٩٥	٥٢,٨	٣٧	٢٠,٥
- تحديد سعر البيع.	٣٤	١٨,٨	٧٤	٤١,٢	٧٢	٤٠,٠
- تحديد مكان البيع.	٣٥	١٩,٥	٧٧	٤٢,٨	٦٨	٣٧,٧

جدول ٤. توزيع المبحوثات وفقا لدرجة المشاركة في إتخاذ القرارات التسويقية للمنتجات الحيوانية

درجة المشاركة (درجة)	عدد	%
مرتفعة (١٤ - ١٨)	٩٥	٥٢,٨

متوسطة ( ٩ - ١٣ ) .	٥٦	٣١,١
منخفضة ( أقل من ٩ ) .	٢٩	١٦,١
إجمالي .	١٨٠	١٠٠

### المعلومات:

أوضحت نتائج الدراسة الواردة بجدول (٦) وجود بعض الطرق الإرشادية التي تحصل عن طريقها المبحوثات على المعارف والمعلومات والمهارات التي تسهم في مشاركتها في إتخاذ القرارات التسويقية الناجحة في الوقت المناسب، وقدم ترتيب هذه الطرق وفقا لأهميتها النسبية كما يلي: زيارة المرشدة الزراعية لمنازل المبحوثات بعد الإتفاق على موعد الزيارة ويتم خلالها إكتساب ثقة الريفيات وإمدادهن بالمعارف والمهارات المرغوبة ومساعدتهن على النهوض بدخل الأسرة وتحسين مستوى المعيشة، وكانت الأهمية النسبية (٢٠,٨%) من إجمالي الطرق الإرشادية موضع الدراسة. ثم الإحتماع مع المرشدة الزراعية في أحد المنازل الريفية وكانت الأهمية النسبية لها (١٧,٥%) وترجع أهمية هذه الطريقة إلى أن أسلوب الجماعي يسهم في إتحاح برامج وأنشطة الإرشاد الزراعي الموجهة للريفيات. يلي ذلك في الأهمية البرامج التليفزيونية الريفية (١٥,٣%) وهي وسيلة تعليمية إرشادية فعالة عند إستخدامها في تفسير تفوق الأفكار الحديثة عن التقليدية. وتمثل البرامج الإذاعية الريفية (١٣,٤%) من

وتوضح البيانات الواردة بجدول (٥) درجة مشاركة المبحوثات في أنواع القرارات التسويقية للمنتجات الحيوانية مرتبة تنازليا وفقا لدرجة المشاركة: تسويق الألبان ومنتجاتها بنسبة (٦٤,٤%) للمشاركة المرتفعة، يليها (٢٠,٢%)، (١٥,٦%) للمشاركة المتوسطة والمنخفضة على التوالي، وبيع الحيوانات المنتجة بنسبة (٥٣,٣%) للمشاركة المرتفعة، يليها (٣٢,٨%)، (١٣,٩%) للمشاركة المتوسطة والمنخفضة على التوالي، وبيع نتاج الحيوانات بنسبة (٥٧,٨%) للمشاركة المرتفعة، يليها (٢٨,٣%)، (١٣,٩%) للمشاركة المتوسطة والمنخفضة على التوالي، وبيع الأعلاف بنسبة (٤٠%) للمشاركة المرتفعة، يليها (٤٠,٦%)، (١٩,٤%) للمشاركة المتوسطة والمنخفضة على التوالي، والتصرف في الدخل الناتج من التسويق بنسبة (٤٩,٥%) للمشاركة المرتفعة، يليها (٣٥%)، (١٥,٥%) للمشاركة المتوسطة والمنخفضة على التوالي، وتحديد أوجه الإستثمار الحيواني بنسبة (٤٨,٩%) للمشاركة المرتفعة، يليها (٣٢,٢%)، (١٨,٩%) على التوالي للمشاركة المتوسطة والمنخفضة.

ثالثا: الطرق الإرشادية التي تتعرض لها المبحوثات وأهم مصادر

### جدول ٥. توزيع المبحوثات وفقا لدرجة المشاركة في أنواع القرارات التسويقية للمنتجات الحيوانية

أنواع القرارات	درجة المشاركة					
	مرتفعة	متوسطة				
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
تسويق الألبان ومنتجاتها.	١١٦	٦٤,٤	٣٦	٢٠,٠	٢٨	١٥,٦
بيع الحيوانات المنتجة.	٩٦	٥٣,٣	٥٩	٣٢,٨	٢٥	١٣,٩
بيع نتاج الحيوانات.	١٠٤	٥٧,٨	٥١	٢٨,٣	٢٥	١٣,٩
بيع الأعلاف.	٧٢	٤٠,٠	٧٣	٤٠,٦	٣٥	١٩,٤
التصرف في الدخل الناتج من التسويق.	٨٩	٤٩,٥	٦٣	٣٥,٠	٢٨	١٥,٥
تحديد أوجه الإستثمار الحيوان .	٨٨	٤٨,٩	٥٨	٣٢,٢	٣٤	١٨,٩

### جدول ٦. يبين الطرق الإرشادية التي تتعرض لها المبحوثات وفقا للنسب المتوية للتكرارات

الطرق الإرشادية	تكرار	% للتكرارات
زيارة المرشدة الزراعية لمنازل الريفيات .	١٣٣	٢٠,٨
الإحتماع مع المرشدة الزراعية في أحد المنازل الريفية .	١١٢	١٧,٥
البرامج التليفزيونية الريفية .	٩٨	١٥,٣
البرامج الإذاعية الريفية .	٨٦	١٣,٤
الإيضاح العملي .	٧٧	١٢,٠
زيارة بعض المشاريع التنموية .	٦٩	١٠,٨
المطبوعات الإرشادية .	٦٤	١٠,٢

## مجموع التكرارات

١٠٠

٦٣٩

\*عدد المبحوثات ١٨٠ مبحوثة ولكل منهن حق اختيار أى عدد من الطرق الإرشادية تبلغ إجمالى عدد التكرارات ٦٣٩.

المباشر عن الطرق ذات التأثير المباشر إلى رغبة المبحوثات في اختيار الوقت المناسب للتعرض لوسيلة الإتصال المرغوبة حيث يكون لها الحرية في مشاهدة البرامج التلفزيونية أو حضور الاجتماعات الإرشادية، أو زيارة المشاريع التنموية.

وقد أوضحت بيانات الدراسة وجود بعض المصادر المعرفية التي تعتمد عليها المبحوثات في الحصول على المعلومات والمعارف في المجالات المختلفة وكان أهمها: الزوج والأهل والخبرة الشخصية والمرشدة الزراعية والبرامج التلفزيونية. (جدول ٨).

## جدول ٨. توزيع المبحوثات وفقا لمصادر المعلومات المفضلة

مصادر المعلومات	تكرار	% للتكرارات
- الزوج.	١٦٠	٢٧,١
- الأهل.	١٣١	٢٢,٢
- الخبرة الشخصية.	١١١	١٨,٨
- المرشدة الزراعية.	١٠٩	١٨,٤
- البرامج التلفزيونية.	٨٠	١٣,٥
<b>مجموع التكرارات</b>	<b>٥٩١</b>	<b>١٠٠</b>

\*حسبت النسبة المئوية على أساس عدد التكرارات ٥٩١

رابعا: الطرق الإرشادية كأحد المتغيرات المرتبطة والمؤثرة على درجة مشاركة المبحوثات في إتخاذ القرارات التسويقية للمنتجات النباتية والحيوانية:

أوضحت نتائج التحليل الإرتباطى البسيط لبيرسون بين بعض المتغيرات المستقلة وبين درجة مشاركة المبحوثات في إتخاذ القرارات التسويقية كمتغير تابع، وجود علاقة إرتباطية مغزوية بين درجة مشاركة المبحوثات في إتخاذ القرارات التسويقية وبين كل من المتغيرات المستقلة التالية: التعرض لطرق الإتصال الإرشادية، ومصادر المعلومات، وعمر المبحوثة، والحيازة المزرعية للمبحوثة، والحيازة الحيوانية للمبحوثة.

وقد تبين أن معامل الإرتباط المتعدد بين المتغيرات المستقلة وبين درجة مشاركة المبحوثات في إتخاذ القرارات التسويقية بلغ (٠,٧٨)، وقيمة ف (٦,٧٧) وهى مغزوية عند المستوى الإحتمالى ٠,٠١، كما بلغ معامل التحديد (ر<sup>٢</sup>) القيمة (٠,٦١) وهذا يشير إلى أن المتغيرات المستقلة مجتمعة تعتبر مسئولة عن تفسير (٦١%) من

الأهمية النسبية وهى وسيلة هامة لإرشاد الجماهير حيث تستمع إليها عدد كبير من الريفيات أثناء قيامهن بالأعمال المنزلية المختلفة. ويمثل الإيضاح العملى (٢٠%) حيث يمكن توضيح خطوات إجراء بعض المهارات والسماح للأفراد بإجراء نفس الخطوات لتكتمل عملية التعليم الفعال. أما الزيارات لبعض المشاريع التنموية فكانت (٨,١٠%) وتعرف المبحوثات من خلالها أسباب نجاحها وهذا يشجع المبحوثات على إتباع الطرق الحديثة في إعداد وتجهيز منتجائهن للوصول لدرجة عالية من الجودة والصلاحية، وأخيرا المطبوعات الإرشادية (٢,١٠%) وهى تعتبر من الطرق الإرشادية الهامة، إلا أنها أقل فعالية نظرا لإعتمادها على الكلمات المكتوبة والتي تحتاج المهارة القراءة وهى لاتتوفر عندما ترتفع نسبة الأمية بين المبحوثات.

وتعكس هذه النتائج تفضيل الريفيات للطرق الإرشادية التي تعتمد على التأثير المباشر مثل الزيارات المنزلية والاجتماعات الإرشادية، والإيضاح العملى، والتي تعتمد على التأثير شبة المباشر مثل البرامج التلفزيونية، كما تفضلن البرامج الإذاعية ذات التأثير غير المباشر حيث يمكنها سماع ما ترغبه أثناء قيامها بالأعمال المنزلية المختلفة. ويوضح جدول (٧) تقسيم الطرق الإرشادية موضع الدراسة طبقا لنوع التأثير، وقد أمكن ترتيبها تنازليا وفقا للنسب المئوية للتكرارات في التأثير على المبحوثات كما يلي: ذات التأثير شبة المباشر (٧,٤٣%)، ذات التأثير المباشر (٩,٣٢%)، ذات التأثير غير المباشر (٤,٢٣%).

## جدول ٧. توزيع المبحوثات وفقا لنوع تأثير الطرق الإرشادية المفضلة

الطرق الإرشادية وفقا لنوع التأثير	تكرار	% للتكرارات
- ذات التأثير شبة المباشر.	٢٧٩	٤٣,٧
- ذات التأثير المباشر.	٢١٠	٣٢,٩
- ذات التأثير غير المباشر.	١٥٠	٢٣,٤
<b>مجموع التكرارات</b>	<b>٦٣٩</b>	<b>١٠٠</b>

\*عدد المبحوثات ١٨٠ مبحوثة ولكل منهن الحق في اختيار أى عدد من الطرق الإرشادية

وتعكس هذه النتائج تفضيل المبحوثات للطرق الإرشادية ذات التأثير شبة المباشر والمباشر نظرا لإستخدام أكثر من حاسة فترديد من فاعلية هذه الطرق، كما يرجع تفضيل الطرق ذات التأثير شبة

أُسرتها أعلى، ويكون لها الحق في إتخاذ القرارات التسويقية بإعتبارها من موارد الدخل الهامة والأساسية للأسرة.

كما إتضح أن قيمة معامل الإنحدار الجزئي للمتغير الحيازة الحيوانية للمبحوثة (١,٣٦٠) وأن قيمة(ت) مغزوية عند المستوى الإحتمالي (٠,٠١). وهذا يتفق مع المنطق الإرشادي بأن وجود حيازة حيوانية للزوجة يعطيها الحق في المشاركة في إتخاذ القرارات التسويقية الناجحة نظرا لإعتبارها من مصادر دخل الأسرة.

كما تبين من النتائج أن قيمة معامل الإنحدار الجزئي للمتغير التعرض لطرق الإتصال الإرشادي(٢,٣٧٦)، وأن مغزوية قيمة(ت) لها عند المستوى الإحتمالي(٠,٠١). وهذا يتفق مع المنطق الإرشادي بأن زيادة التعرض للطرق الإرشادية المتعددة تكسب المزيد من المعارف والمعلومات الإرشادية الهامة واللازمة لتطوير الأساليب المستخدمة في مختلف النواحي الأسرية والإنتاجية والتسويقية للإرتقاء بمستوى معيشة الأسرة.

كما إتضح أن قيمة معامل الإنحدار الجزئي للمتغير مصادر المعلومات(٢,٢١١)، وأن مغزوية قيمة(ت) لها عند المستوى الإحتمالي(٠,٠١). وهذا يتفق مع المنطق الإرشادي، حيث أنه بتعرض الريفيات للمعارف والمعلومات من المصادر المختلفة والموثوق فيها تزداد معارفهن ومعلوماتهن وتستفدن من خبرات الآخرين وبالتالي يزداد الوعي والثقافة التسويقية الناجحة التي تسهم في زيادة دخل الأسرة وتحسين مستوى معيشتها.

التباين في مدى الدور الذي تلعبه خصائص الريفيات في درجة مشاركتهن في إتخاذ القرارات التسويقية، وهذا يعكس وجود عوامل أخرى لها تأثيرها على درجة المشاركة في إتخاذ القرارات التسويقية لم تتضمنها الدراسة الحالية، (جدول ٩). كما أوضحت النتائج عدم مغزوية معاملات الإنحدار الجزئي للمتغيرات المستقلة التالية : تعليم المبحوثة ، وتعليم الزوج، والحياة المزرعية والحيوانية للأسرة، ومستوى المعيشة، والإفتتاح الحضاري، والإفتتاح الثقافي، وذلك إستنادا إلي قيم (ت) لكل عامل، وهذا يشير لعدم مغزوية تأثير هذه المتغيرات علي درجة المشاركة في إتخاذ القرارات التسويقية (جدول ٩).

وللتعرف على تأثير كل من المتغيرات المستقلة منفردا، فقد إستخدم معامل الإنحدار الجزئي لهذه المتغيرات وكانت كما يلي: بلغت قيمة معامل الإنحدار الجزئي للمتغير المستقل عمر المبحوثة (١,٧٧١)، وقيمة (ت) مغزوية عند المستوى الإحتمالي(٠,٠١). وهذا يتفق مع المنطق الإرشادي أنه بتقدم العمر تزداد الخبرة المكتسبة للمبحوثات وتزداد مكانتها وشخصيتها وإتزانها مما يكسبها وعيا وإدراكا لإتخاذ القرارات التسويقية الرشيدة والحكمة وبالتالي تزداد درجة مشاركتها في إتخاذ القرارات التسويقية الناجحة في الوقت المناسب.

كما تبين أن قيمة معامل الإنحدار الجزئي للمتغير المستقل الحيازة المزرعية للمبحوثة(١,٦٧٥)، وأن قيمة(ت) لها مغزوية عند المستوى الإحتمالي(٠,٠١). وهذا يتفق مع المنطق الإرشادي بأنه عند وجود حيازة مزرعية خاصة بالزوجة تكون مكانتها داخل

#### جدول ٩. العوامل المرتبطة والمؤثرة على مشاركة المبحوثات في إتخاذ القرارات التسويقية

المتغيرات المستقلة	معامل الإرتباط البسيط	معامل الإنحدار الجزئي	قيمة (ت)	معامل الإنحدار الجزئي القياسي	الترتيب التاثيري
عمر المبحوثة.	٠,٥٥١**	١,٧٧١	١,٦٦**	٠,٣٥٧	٣
تعليم المبحوثة.	٠,١٥٧	٠,٠٥٧ -	١,٠٦	٠,١٣٢ -	
تعليم الزوج.	٠,١٥٣	٠,١٥٦ -	١,٠٣	٠,١٢١ -	
الحيازة المزرعية للأسرة.	٠,١٤٤	٠,٠٤٩	٠,٩٦	٠,٠٧١	
الحيازة الحيوانية للأسرة.	٠,١٥٩	٠,٢١٢	٠,٧٧	٠,٠٠٨ -	
الحيازة المزرعية للمبحوثة.	٠,٣٣٠*	١,٦٧٥	٢,١٥**	٠,٢٥٦	٤
الحيازة الحيوانية للمبحوثة.	٠,٥١١*	١,٣٦٠	١,٥٦**	٠,٢٣٥	٥
مستوى المعيشة.	٠,١١٧	٠,٠١٦	٠,٠٨	٠,٠٧٦	
الإفتتاح الحضاري.	٠,٢١١	٠,٠١٢	١,٠٤	٠,٠٠٩ -	
الإفتتاح الثقافي.	٠,١٢٦ -	٠,٠٣٥ -	٠,٩٦	٠,١٠٧	
التعرض للطرق الإرشادية.	٠,٣٣٦*	٢,٣٧٦	٤,٩٦**	٠,٥٧٣	١

٢	٠,٤٢٢	٢,٣٩**	٢,٢١١	٠,٤١٤**	مصادر المعلومات.
					* معنوى عند المستوى الإحتمالى ٠,٠٥
					قيمة معامل التحديد $r^2 = ٠,٦١$
					** معنوى عند المستوى الإحتمالى ٠,٠١
					ف = ٦,٧٧

المنتجات الزراعية التي تحتاجها الأسواق (١٧,٦%)، ونقص المعلومات عن الطرق السليمة للتخزين والحفظ لوقت البيع (١٦,٥%)، والحاجة للتدريب على الطرق السليمة لتصنيع الفائض الزراعى (١٥,٧%)، ونقص أماكن البيع ذات الميزة النسبية (١٤,١%)، وعدم وجود حلقة إتصال مع كبار التجار والمتاجر (١٣,٣%)، وعدم توفر وسائل نقل مجهزة لتقليل الفاقد من المحاصيل (١٢,٤%)، نقص المعرفة بمصادر الحصول على قروض ميسرة (١٠,٤%). جدول (١٠).

ويبين جدول (١١) آراء المبحوثات ومقترحاتهن للتغلب على المشاكل التي تعوق مشاركتهن في إتخاذ القرارات التسويقية السليمة مرتبة تنازليا وفقا لأهميتها من وجهة نظرهن كما يلي: الإعلان في وسائل الإعلام عن المنتجات الزراعية التي تحتاجها الأسواق (١٦,٦%)، والتدريب على التصنيع والتعبئة (١٦,٣%)، التوعية للمحافظة على المنتجات المعدة للتخزين أطول فترة صالحة للإستخدام (١٥,٥%)، إقامة معارض دائمة لمجموعة من القرى لتسويق المنتجات المصنعة والطازجة (١٤,٥%)، والإتفاق مع المتاجر الكبرى لعرض المنتجات مقابل فائدة بسيطة (١٣,٧%) وتوفير وسائل النقل المناسبة لتقليل الفاقد من المحاصيل (١٢,٨%)، وتسهيل الحصول على قروض بسيطة وميسرة (١٠,٦%).

ومن معاملات الإنحدار الجزئى القياسى يمكن تحديد الأهمية النسبية للمتغيرات المستقلة ذات العلامة الإنحدارية المغزوية بالمتغير التابع درجة المشاركة في إتخاذ القرارات التسويقية من خلال ترتيبها وفقا لقوة تأثيرها على المتغير التابع موضع الدراسة، وقد إتضح أن متغير التعرض لطرق الإتصال الإرشادى يقع في المرتبة الأولى يليه على التوالى كل من: مصادر المعلومات، وعمر المبحوثة، والحيارة المزرعية للمبحوثة، والحيارة الحيوانية للمبحوثة. جدول (٩) وبناء على نتائج التحليل الإنحدارى فإنه يمكن رفض الفرض الإحصائى في صورته الصفرية، وقبوله بعد تعديله في صورته التالية: تتأثر درجة مشاركة المبحوثات في إتخاذ القرارات التسويقية بكل من المتغيرات المستقلة التالية مرتبة تنازليا وفقا لدرجة تأثيرها: التعرض لطرق الإتصال الإرشادى، مصادر المعلومات، عمر المبحوثة، والحيارة المزرعية للمبحوثة، والحيارة الحيوانية للمبحوثة.

خامسا: أهم المشاكل التي تعوق المشاركة في إتخاذ القرارات التسويقية من وجهة نظر المبحوثات ومقترحاتهن لحلها: أهم المشاكل التي تعوق المشاركة في إتخاذ القرارات التسويقية:

توضح البيانات الواردة بجدول (١٠) المشكلات التي تعوق مشاركة المبحوثات في إتخاذ القرارات التسويقية مرتبة تنازليا وفقا لأهميتها من وجهة نظر المبحوثات وهى: نقص المعلومات عن

#### جدول ١٠. يبين أهم المشاكل التي تعوق مشاركة المبحوثات في إتخاذ القرارات التسويقية

المشاكل	تكرار	%
نقص المعلومات عن المنتجات الزراعية التي تحتاجها الأسواق.	١٢٧	١٧,٦
نقص المعلومات عن الطرق السليمة للتخزين والحفظ لوقت البيع.	١١٩	١٦,٥
الحاجة للتدريب على الطرق السليمة لتصنيع الفائض الزراعى.	١١٣	١٥,٧
نقص أماكن البيع ذات الميزة النسبية.	١٠١	١٤,١
عدم وجود حلقة إتصال مع كبار التجار والمتاجر.	٩٦	١٣,٣
عدم توفر وسائل نقل مجهزة لتقليل الفاقد من المحاصيل.	٨٩	١٢,٤
نقص المعرفة عن مصادر الحصول على قروض ميسرة.	٧٥	١٠,٤

\* حسب النسبة المئوية على أساس عدد التكرارات ٧٢٠

#### جدول ١١. يبين مقترحات المبحوثات في حل المشاكل التي تعوق مشاركتهن في إتخاذ القرارات التسويقية

المقترحات	تكرار	%
الإعلان في وسائل الإعلام عن المنتجات الزراعية التي تحتاجها الأسواق.	١٣٧	١٦,٦
التدريب على خطوات التصنيع والتعبئة السليمة.	١٣٥	١٦,٣
التوعية للمحافظة على المنتجات المعدة للتخزين أطول فترة صالحة للإستخدام.	١٢٨	١٥,٥
إقامة المعارض الدائمة لمجموعة قرى لتسويق منتجاتها الطازجة و المصنعة.	١٢٠	١٤,٥

١٣,٧	١١٣	الإتفاق مع المتاجر الكبرى لعرض المنتجات مقابل فائدة بسيطة.
١٢,٨	١٠٦	توفير وسائل نقل مناسبة لتقليل الفاقد عند نقل المحاصيل.
١٠,٦	٨٨	تسهيل الحصول على قروض بسيطة وميسرة.

\* حسب النسبة المئوية على أساس عدد التكرارات ٨٢٧

الجنحيهي، هدى محمد، مستقبل العمل الإرشادى الزراعى مع المرأة الريفية ودورها الإقتصادى كمنتجة داخل المنزل والمزرعة بمصر والوطن العربى، ورقة عمل، مؤتمر الإرشاد الزراعى وتحديات التنمية، المجلس العربى للدراسات العليا والبحوث، كلية الزراعة، جامعة القاهرة، ١٩٩٨.

الجهاز المركزى للتعينة العامة والإحصاء ، نتائج التعداد العام للسكان والإسكان، القاهرة، ٢٠٠٦.

الخولى، حسين زكى، الإرشاد الزراعى ودوره فى تطوير الريف، دار الكتب الجامعية، الإسكندرية، ١٩٧٧.

السيد، عزيزة عوض الله، الأهمية النسبية لطرق إرشاد المرأة الريفية رفعا لكفاءتها فى إنتاج الغذاء، مركز البحوث الزراعية، معهد بحوث الإرشاد الزراعى والتنمية الريفية، نشرة بحثية رقم (٥٥)، ١٩٨٩.

الطنوبى، محمد عمر، مرجع الإرشاد الزراعى، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، الطبعة الأولى، ١٩٩٨.

العادلى، أحمد السيد، أساسيات علم الإرشاد الزراعى، دار المطبوعات الإسكندرية، ١٩٧٣.

الشيخ، إيناس إبراهيم، فرص العمل والتوظيف فى ظل المشروعات القومية بإقليم القناة وسيناء، مؤتمر تنمية المرأة بإقليم القناة وسيناء، جامعة قناة السويس، فبراير ٢٠٠٣.

أمين، صفاء أحمد، دراسة حول دور الزوجة الريفية فى عملية إتخاذ القرار الأسرى والمزرعى بقرية كفر مشلة، مركز كفر الزيات، محافظة الغربية، المؤتمر الثانى للإقتصاد والتنمية فى مصر والبلاد العربية، كلية الزراعة، جامعة المنصورة- المجلد (٤)، الإرشاد الزراعى والإجتماع الريفى، مارس ١٩٨٩.

حسن، نجوى عبد الرحمن، طلبة، ليلي أنور، حسيب، هيام محمد، دراسة بعض العوامل المؤثرة على درجة مشاركة الريفيات فى الأنشطة التنموية فى بعض محافظة البحيرة ، مجلة المنوفية للبحوث الزراعية، المجلد (٢٨)، العدد (٢)، إبريل ٢٠٠٣.

رمضان، عبدالله عبد الفتاح، تحديد بعض مرتقيات العمل الإرشادى الزراعى فى مجال تسويق محصول الطماطم الصيفى للخريجين

ومن النتائج التى توصلت إليها الدراسة يتبين وجود حاجة ماسة لإشباع الإحتياجات المعرفية والفنية للمحوثات، وهذا يضيف مزيدا من العبء على جهاز الإرشاد الزراعى لتوفير تلك المعلومات فى صورة مبسطة عن طريق البرامج التعليمية والفنية التى تدفع الريفيات إلى زيادة الكفاءة الإنتاجية، وهذا يتم من خلال توفير الأعداد المناسبة من المرشدات الزراعيات الميدانيات فى القرى المختلفة لتسهمن بخبرتهن فى إرشاد الريفيات وتدريبهن من خلال إعداد وتنظيم الدورات التدريبية بإستخدام الطرق والمعينات الإرشادية المناسبة لخصائص المحوثات والتى تسهم فى توصيل المعلومات والمعارف للريفيات بصورة واضحة ومبسطة تؤدى لسد الفجوة المعرفية والثقافية والإرتقاء بمعارف الريفيات ليتمكنهن المشاركة فى إتخاذ القرارات التسويقية الناجحة فى الوقت المناسب حتى تسهمن فى زيارة دخل الأسرة الذى ينعكس على الإرتقاء بمستوى معيشتها.

وبناء على ما تقدم توصى الدراسة بإهتمام الجهاز الإرشادى الزراعى بما يلى:

- تخصيص فقرة إعلانية فى وسائل الإعلام الجماهيرى للتوعية عن أهم المحاصيل والمنتجات الزراعية ذات الميزة النسبية لتشجيع الزراع على زراعتها فى المواسم المختلفة.
- عقد الدورات التدريبية الدورية للريفيات عن الأساليب والطرق السليمة للتصنيع والتعبئة والحفظ.
- عمل معارض دائمة وإتاحة الفرصة للأسر الريفية لتسويق منتجاتها مقابل فائدة بسيطة ومناسبة.
- تسهيل حصول الأسر الريفية على قروض بسيطة للمساعدة على إقامة مشروعات صغيرة حتى تعود الأسر الريفية كقرية منتجة، وهذا يؤدى إلى الإعتماد على القرية لسد إحتياجات المجتمع من المنتجات الريفية والغذائية كسابق عهدها.

## المراجع

- المقيمين ببعض قرى الأراضى الجديدة بمنطقة بنجر السكر بالنوبارية، رسالة ماجستير، قسم الإرشاد الزراعى، كلية الزراعة، جامعة الإسكندرية، ١٩٩٧.
- سويلم، محمد، أساسيات الإدارة، دار وهدان للطباعة، المنصورة، ١٩٩١.
- سويلم، محمد نسيم على، الإرشاد الزراعى، مصر للخدمات العلمية، ١٩٩٧، ١٩٩٨.
- شلى، محمد يوسف، الصاوى، الصاوى محمد، حلمى، أحمد فؤاد، دراسة بيئة إتخاذ القرارات المزرعية وعلاقتها ببعض الخصائص الاجتماعية والإقتصادية والنفسية لزراع بعض قرى منطقة النهضة الزراعية بمحافظة الإسكندرية، مجلة حوليات العلوم الزراعية بمشهر، المجلد (٣٧)، العدد (٤)، ١٩٩٩.
- صالح، صبرى مصطفى، طرق ومعينات الإتصال الإرشادى الزراعى، باب فى كتاب الإرشاد الزراعى، إعضاء هيئة التدريس، قسم الإرشاد الزراعى، كلية الزراعة، جامعة الإسكندرية، ١٩٩٠.
- طلبة، لىلى أنور، حسنى، هيام محمد، محمد، شفيقة عبد المنعم، دراسة مدى إسهام المرأة الريفية فى النهوض بمستوى معيشة الأسرة من خلال تصنيع الفائض الزراعى والعوامل المرتبطة فى بعض قرى محافظتى الإسكندرية والبحيرة، مجلة الإسكندرية للتبادل العلمى، العدد (٣)، مجلد (٢٢)، الإسكندرية، ٢٠٠١.
- طلبة، لىلى أنور، حسيب، هيام محمد، دراسة أثر بعض الطرق الإرشادية على مستوى الوعى التسويقي والعوامل المرتبطة بذلك بين الريفيات فى بعض قرى محافظتى الإسكندرية والبحيرة، مجلة الإسكندرية للتبادل العلمى، المجلد (٢٥)، العدد (١)، ٢٠٠٤.
- عبد المقصود، بهجت محمد، الفجوة النوعية وتحسين فعالية الإرشاد الزراعى فى مجال المرأة الريفية، المؤتمر السادس، الإرشاد الزراعى وتنمية المرأة الريفية، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعى، المركز المصرى الدولى للزراعة بالدقى بالقاهرة، مايو ٢٠٠٢.
- عمر، أحمد محمد، وأبو السعود، خيرى، وأبو شعيشع، طه، والرافعى، أحمد، المرجع فى الإرشاد الزراعى، دار النهضة العربية، القاهرة ١٩٧٣.
- فهيمى، عفاف ميخائيل، الأهمية النسبية لمصادر معلومات قائدات الرأى الريفيات فى بعض مجالات الإنتاج الزراعى فى قرية مصرية، معهد بحوث الإرشاد الزراعى والتنمية الريفية، مركز البحوث الزراعية، معهد بحوث الإرشاد الزراعى والتنمية الريفية، نشرة بحثية رقم (٢٠٥)، ١٩٩٨.
- محرم، إبراهيم، التنمية الريفية، سلسلة التثقيف التعاونى، العدد (١٢)، مركز عمر لطفى للتدريب التعاونى، الإسماعيلية، ١٩٨٩.
- محرم، إبراهيم، تحفة الريف، مطبعة أشرف، أسسوط، الطبعة الأولى، ٢٠٠٤.
- محمد، زينب على، ترشيد مشاركة الريفيات فى إتخاذ القرارات التسويقية لكل من المنتجات الزراعية النباتية والحيوانية ببعض قرى محافظة الشرقية، مؤتمر إستراتيجية العمل الإرشادى التعاونى الزراعى فى ظل سياسة التحرر الزراعى، الجمعية العلمية للإرشاد الزراعى، ١٩٩٦.
- محمود، محمد مصطفى، تنمية مهارات المرأة الريفية فى محافظة المنوفية، المؤتمر القومى الثالث للمرأة، المنوفية، ١٩٩٨.
- نويصر، إبراهيم محمد، فودة، حسنه محمد، المتطلبات الإرشادية لمشاركة المرأة الريفية فى بعض الأنشطة المزرعية بمحافظتى الدقهلية والشرقية والعوامل المرتبطة بها، مجلة الزقازيق للبحوث الزراعية، المجلد (٣٣)، العدد (٢)، ٢٠٠٦.

El-Monoufi, K.(1981)"Popular Participation and Development in village of Egypt". The national Review of Social Science, vol. 18.

## ABSTRACT

### **A Study of The Effect of Some Extension Methods As One of Variables Correlated with Rural Women in Making Participation Decisions Related to Some Animal and Plant Products in Some Villages of Behaira and Gharbia Governorates**

Laila Tolba and Safaa Faheem

The main findings are:

This research mainly aimed to study the effect of some extension methods upon contribution of rural women in making decisions related to some animal and agricultural products, through the following sub - goals:

- Study of some characteristics of the respondents.
- Identify contribution degree in making marketing decisions.
- Identify the main extension methods displayed for rural women.
- Study of the effect of some independent variables upon the participation degree in making marketing decisions.
- Identify the main problems that affect upon the participation in making marketing decisions
- And finally the proposed solutions from the point of view of the respondents.

Data were collected from a purposive sample consisted of 180 rural women from some villages in Behaira and Gharbia Governorates.

- There is a lake of contribution degree in making marketing decisions, as (38.3%) of the sample have a low degree of contribution, (41.1%) have medium degree, while (20.6%) only of the sample showed a high degree of contribution.
- The study founded that the main extension methods that displayed to the respondents to get the marketing knowledge and information are: visiting of the female agricultural agent to houses of rural women, meeting with the agricultural agent, directed rural T.V and Radio programs, demonstrations, visiting the developing projects, and finally the extension prints.
- The study founded a significant descending relation between the contribution degree in making marketing decisions and each of: displaying of some extension methods, information resources, age of the respondents and plant and animal products.