

دور المرأة في تحسين القيمة المضافة لمنتجات الألبان في محافظة السويداء من سورية

كنان فواز كمال الدين* (1)

(1). إدارة بحوث الدراسات الاقتصادية والاجتماعية، الهيئة العامة للبحوث العلمية الزراعية، دمشق، سورية.
(*للمراسلة: د. كنان فواز كمال الدين. البريد الإلكتروني: Kenana76@gmail.com).

تاريخ القبول: 2016/03/15

تاريخ الاستلام: 2015/11/17

الملخص:

هَدَفَ البحث إلى تحديد دور المرأة في تصنيع المنتجات اللبنية، ودراسة تأثير المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية المؤثرة في قرارها لتصنيع هذه المنتجات، وتحديد القيمة المضافة التي تحدثها المربية نتيجة عملية تصنيع منتجات الألبان، في محافظة السويداء، سورية. ولتحقيق أهداف البحث أجريت دراسة ميدانية تحليلية لتصنيع مربيات الأبقار لمنتجات الألبان، باختيار عينة طبقية بلغ حجمها 192 مربية أبقار، بالاستناد إلى استمارة استبيان أعدت خصيصاً لأغراض البحث وذلك خلال عام 2014. بيّنت النتائج أن 82.3% من مربيات الأبقار يقمن بتصنيع منتج واحد على الأقل من منتجات الألبان، كما تبين أن 100% من النساء المصنعات لمنتجات الألبان تصنعن اللبن واللبننة، 98.7% منهن تصنعن الجبن، 72.2% تصنعن السمن، 66.5% تصنعن الكشك، و 46.8% تصنعن الشنكليش، وأظهرت النتائج وجود علاقة معنوية سلبية بين المتغير التابع المتمثل بتصنيع المرأة لمنتجات الألبان، وبين كل من المتغيرات المستقلة المتمثلة بكل من المستوى التعليمي للمبوحثة، عمل المبوحثة خارج المنزل، سعر الحليب، وإيجابية مع كل من المتغيرات المستقلة المتمثلة بكل من حجم أسرة المبوحثة، الوعي الاقتصادي للمبوحثة، كما أظهرت النتائج أن القيمة المضافة التي تحدثها المرأة من تصنيع 1 كغ من الحليب بلغت 10 ل.س بالنسبة للبن الرائب، 17.4 ل.س للبننة، 8 ل.س للجبن، 9.2 ل.س للسمن، 10.3 ل.س للشنكليش، و 81.4 ل.س للكشك الذي حقق أعلى ربح نتيجة تصنيع الحليب له.

الكلمات المفتاحية: المرأة الريفية، منتجات الألبان، القيمة المضافة.

المقدمة:

يلعب القطاع الزراعي (بشقيه النباتي والحيواني) في الجمهورية العربية السورية، دوراً هاماً في تحقيق الأمن الغذائي ودعم عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية، إذ أن هذا القطاع يوفر المواد الأولية للصناعات الزراعية المحلية، ويعمل على تشغيل القطاعات الأخرى، مثل التسويق والنقل وتجارة المدخلات الزراعية ومخرجاتها (المركز الوطني للسياسات الزراعية، 2007). ولابد من استخدام الآلات الصناعية والطاقات البشرية ذات المهارات الفنية والقدرات الإدارية، ليسفر تفاعلها عن إنتاج جديد، تزيد قيمته على قيمة السلع الوسيطة التي ضحى بها المجتمع في سبيل إنتاج الناتج الجديد. وعلى ذلك، فإن الفرق بين قيمة الإنتاج الجديد وقيمة السلع الوسيطة هو ما يعبر عنه بالقيمة المضافة، أي القيمة التي زادت على قيمة السلع الوسيطة، بمقتضى العملية الإنتاجية (النجفي، 1977). وبما أن الكثير من المنتجات النباتية والحيوانية هي عبارة عن سلع وسيطة لكثير من المنتجات النهائية التي تعمل عليها القوى الآلية والبشرية بهدف الحصول على منتج جديد، وعلى اعتبار أن فئة كبيرة من المزارعين هم من أصحاب الحيازات الصغيرة التي لا تسمح لهم بإقامة صناعات غذائية كبيرة، وبالتالي تتوجه مثل هذه الفئة إلى أنشطة إنتاجية منزلية صغيرة

تقود الى خلق قيمة مضافة جديدة الى مواردهم المحدودة إما بتحقيق الاكتفاء الذاتي، أو بزيادة الدخل من إنتاجهم المحلي، وغالبا ما تقوم المرأة في معظم هذه المشروعات الإنتاجية المنزلية بأغلبية الأنشطة، حيث تعتبر الزراعة أهم قطاع للعمالة النسائية في كثير من البلدان ولا سيما في أفريقيا وآسيا، وتفيد التقديرات أن النساء الريفيات ينتجن أكثر من نصف الأغذية المزروعة ويخزن ما يقارب 80% من المواد الغذائية، فيما ينتجن ويجهزن 60% من الإنتاج الغذائي في جنوب آسيا وجنوب شرق آسيا (مكتب العمل الدولي، 2005)، ونظراً لكون نسبة كبيرة من النساء في سوريا تعمل في القطاع الزراعي 32.24% (الصغير، 2011)، وتؤدي حوالي 70% من العمليات الزراعية من تعشيب وترقيع وحصاد وقطاف وتوضيب، ويتضاءل دورها بشكل كبير في عملية التسويق حيث تمثل 0.5% من الحالات، كما تعتبر مسئولة بالكامل عن العناية بالحيوانات والدواجن باستثناء عملية الرعي حيث يقوم الذكور بهذه المهمة بنسبة 37% (صبح، 2006)، إضافة إلى أنها لا تزال تؤدي دورها الكامل في المنزل من تنظيف ورعاية الاطفال واعداد الخبز والقيام بعمليات التصنيع الغذائي التي تعد من أهم الأعمال التي تقوم بها المرأة في المناطق الريفية (الزغبى، 2009)، نظراً لأهميتها في توفير الغذاء للأسرة في مواسم غير مواسم إنتاجه، وتسويق الفائض للحصول على دخل إضافي لرفع المستوى الاقتصادي للأسرة الريفية، ونظافة الأغذية المصنعة منزلياً، وإمكانية صناعة الأغذية بما يتوافق والأدوات المختلفة للعائلات الريفية بعكس الإنتاج الصناعي الكبير. ومن أهم الصناعات الغذائية بالنسبة للمرأة الريفية صناعة الألبان ومشتقاتها والتخليل والتخمير والمرببات وحفظ الأغذية بالتجفيف (وردة وكرياح، 2005).

ذكر تقرير حول الفلاحة المصرية (2002) الصادر عن مركز الأرض لحقوق الإنسان أن هناك نوع آخر من الأنشطة تقوم بها المرأة في الريف وهو الإتجار باللبن ففي بعض المناطق من الريف تقوم المرأة ببيع اللبن من مصدره الأول وهو الماشية الخاصة بها أو شراء اللبن من فلاحين آخرين ممن لا يستطيعون بيعه بهذه الطريقة لبيعه في بعض المناطق الحضرية وذلك بعد فرز وتصنيع بعض منتجاته وهو ما يؤهلها للعب دور أساسي في إدارة الاوضاع الاقتصادية للأسرة.

وأظهر التقرير النهائي لمشروع الاستغلال الأمثل لمنتجات الألبان عند المرأة الريفية في منطقة الباطنة من سلطنة عمان عام 2007 أن المرأة الريفية تستغرق من الوقت في عملية الحلابة وعملية تصنيع الحليب ما يتراوح بين ساعة واحدة وثلاث ساعات ونصف أي بمتوسط ساعتين في اليوم، وهذا يعتمد على عدد الأبقار الحلوب التي تحلبها المريية، والتي يتراوح عددها ما بين بقرتين إلى 7 بقرات، كما بين المصدر نفسه أن 20% فقط من المرببات يقمن ببيع الحليب بشكله الخام، حيث لم يتجاوز متوسط العائد المادي اليومي 10ريالات عمانية فقط مقارنة مع متوسط عائد يومي يقدر بنحو 22 ريال في حالة بيعه بعد تصنيعه، ويعتبر السمن هو المنتج الرئيس الذي تعتمد عليه 45% من المرببات اقتصادياً، بينما تقوم نحو 36% من هذه النساء بإنتاج الزبدة، في حين تنتج 20% منهن اللبن والجبن.

أوضحت (كمال الدين، 2008) في دراسة تفصيلية لدور المرأة الريفية في أنشطة الإنتاج الحيواني من خلال تجزئته إلى تسع أنشطة أن نسبة مساهمة المرأة بصورة دائمة في عملية الحلابة للأبقار 77.1% وفي عملية تصنيع الحليب 78.7%.

واستنتجت (ناجي وعلوان، 2011) انخفاض مستوى وعي المبحوثات الريفيات في مجال الالتزام بالشروط الصحية في مجال تصنيع الجبن المحلي، كما بينت أن هناك علاقة ارتباط معنوية موجبة - على مستوى معنوية 0.01 - بين مستوى وعي النساء الريفيات في مجال تصنيع الجبن المحلي وجميع المتغيرات المستقلة المتمثلة بالعمر والمستوى التعليمي، الخبرة العملية، التعرض لمصادر المعلومات وحجم الحيازة الحيوانية، وقد بلغت معاملات الارتباط البسيط الموافقة لهذه العلاقات 0.48، 0.52، 0.59 لكل منها على التوالي.

وأظهرت (صالح، 2012) في دراسة حول تنمية الصناعات الغذائية الريفية في محافظة الشرقية من مصر أن لكل من العوامل المستقلة المتمثلة في (العمر، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، العائد المادي) أثراً طرديةً موجبة الاتجاه على مستوى إدارة الصناعات الغذائية الريفية المنزلية، كما أوضحت النتائج وجود فروق معنوية في مستوى وجود المشكلات الإنتاجية في مجال الصناعات الغذائية الريفية المنزلية وفقاً لمستوى إدارة الصناعات الغذائية الريفية بمراحلها المختلفة.

بيّنت (أدريس، 2013) أن عمليّة التّصنيع المنزلي لمنتجات الألبان تعتبر عملية رابحة، حيثُ تحققت قيمة مضافة من تصنيع حليب الأغانم إلى منتجات اللبن والجبن واللبنه والقريشة والسمنة والشنكليش، وإن تفاوتت بقيمتها، حيثُ كانت الأعلى في حالة السمنة بمتوسط 12.3 ل.س/كغ، يليها اللبنه بمتوسط 10.1 ل.س/كغ، ثمّ الجبن بمتوسط 7.6 ل.س/كغ، واللبن بمتوسط 3 ل.س/كغ، والقريشة بمتوسط 2.5 ل.س/كغ، بينما احتلت القريشة المرتبة الأخيرة من حيث القيمة المضافة الناتجة بمتوسط 1.8 ل.س/كغ.

مشكلة البحث:

لاقى الإنتاج والتصنيع الغذائي المنزلي ولا سيما في الأرياف السورية إهمالاً كبيراً في التعدادات والإحصاءات الرسمية للعمل والإنتاج، وعلى اعتبار أن هذا الإنتاج يشكل جزء الأكبر من أنشطة المرأة الريفية، فإن إهماله أدى إلى خفض معدلات مساهمة العمالة النسائية في الإحصاءات الرسمية، حيث أن الإنتاج المنزلي عادة ما يتداخل في مفهومه الشائع مع الأعمال المنزلية التي تقوم بها المرأة بوجه عام، ويعد هذا إجحافاً لدور المرأة كمنتجة ومصنعة لهذه المنتجات وبالتالي اسهامها في تحقيق الأمن الغذائي للأسرة من جهة، واسهامها في توليد دخل إضافي للأسرة من جهة أخرى. ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على أهمية دور المرأة الريفية في عملية الإنتاج والتصنيع المنزلي الغذائي وبوجه الخصوص في مجال تصنيع منتجات الألبان من حليب الأبقار، وما يحققه هذا الإنتاج من دخل وريح إضافي على مستوى الأسرة والاقتصاد المحلي عموماً، كخطوة جادة على طريق تقييم دور المرأة في مختلف أوجه النشاط الاقتصادي العامة، من خلال ما تحدته المرأة من قيمة مضافة إنتاجية وتسويقية تنبثق من عملية تصنيع المنتجات الزراعية.

أهداف البحث:

- يرتكز الهدف العام لهذه الدراسة بالتعرف على الإنتاج والتصنيع المنزلي للمرأة الريفية لمنتجات الألبان المشتقة من حليب الأبقار، في محافظة السويداء، وما تحدته المرأة من قيمة مضافة نتيجة عملية تصنيع منتجات الألبان، ويمكن تحقيق ذلك من خلال:
- 1- تحديد الأهمية النسبية لمربيات الأبقار لتصنيع منتجات الحليب المختلفة.
 - 2- دراسة بعض المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية المؤثرة على قرار مربيات الأبقار لتصنيع منتجات الألبان.
 - 3- تحليل القيمة المضافة لتصنيع الحليب ومشتقاته.
 - 4- تحديد مدى مساهمة الإيرادات الناتجة من التصنيع في تحسين دخل الأسرة.

فرضية البحث:

تقوم الفرضية الأساسية للبحث على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغير التابع المتمثل بقرار المرأة العاملة في مجال تربية الأبقار وتصنيع المنتجات اللبنية بالقيام بتصنيع هذه المنتجات وبين بعض المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية المتعلقة بها من جهة وبهذا النشاط الاقتصادي لتربية الأبقار من جهة أخرى، المتمثلة بكل من (العمر، والمستوى التعليمي، وجود مهنة خارج المنزل والمزرعة، حجم الأسرة، عدد الإناث فوق عمر 15 سنة، الوعي الاقتصادي، القدرة على اتخاذ القرار في المنزل، حجم قطع الأبقار الحلوب، سعر الحليب، وكمية الحليب المنتجة).

مواد البحث وطرائقه:

البيانات ومصدرها:

اعتمد البحث على نوعين من المصادر لغرض جمع البيانات:

مصادر ثانوية: والتي تتمثل في المراجع والإحصاءات والتقارير والدراسات ذات الصلة بالموضوع.

مصادر أولية: اعتمد البحث على أسلوب المسح الميداني لجمع البيانات الأولية من النساء الريفيات المربيات للأبقار في محافظة السويداء خلال عام 2014. باستخدام استمارة استبيان تضمنت بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لمربيات الأبقار والحليب، التي يفترض أنها تؤثر في قرار المربية لتصنيع منتجات الألبان، كما تضمنت تكاليف إنتاج هذه المنتجات وإيراداتها

لتحديد القيمة المضافة التي تحدثها المربية من تصنيع 1 كغ من الحليب. التكاليف ثابتة (اهتلاك معدات وأدوات، فائدة رأس مال، ..الخ) متغيرة (المواد المستخدمة في التصنيع التي تستخدم لمرة واحدة في الدورة الانتاجية، خاتر، ملح، حوائج، وقود، ...الخ

التحليل الإحصائي:

تم استخدام بعض أساليب التحليل الوصفي (التكرارات والنسب المئوية؛ وذلك لوصف استجابات أفراد عينة الدراسة، المتوسط الحسابي لمعرفة مستوى كل متغير من متغيرات الدراسة، والانحرافات المعيارية لقياس درجة تشتت المطلق لقيم الإجابات عن وسطها الحسابي)، وأساليب التحليل الكمي (تحليل الانحدار المنطقي الثنائي لتحديد تأثير المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية على قرار المربية لتصنيع منتجات الألبان، وهو أحد أنواع الانحدار الذي يستخدم عندما يكون المتغير التابع ثنائي حيث تم تقسيم المربيات إلى فئتين (فئة تقوم بتصنيع منتجات الألبان، فئة لا تقوم بتصنيع هذه المنتجات)، بينما يمكن أن تكون المتغيرات المستقلة بأشكال مختلفة (ثنائية، مصنفة، مستمرة..). (Pampel and Fred, 2000).

أما بالنسبة لقياس مدى ثبات المقاييس المستخدمة (الوعي الاقتصادي، القدرة على اتخاذ القرار في الأسرة) فقد تم استخدام معامل الثبات كرونباخ ألفا Cronbach Alpha للتأكد من مدى التناسق الداخلي للعبارات المكونة للمقياس وتدل معاملات الثبات هذه على تمتع الأداة بصورة عامة بمعامل ثبات جيد إذا كانت أعلى من النسبة المقبولة 60% الأمر الذي يعني معدلاً مرتفعاً للثبات والذي يبين قدرة الأداة في تحقيق أغراض الدراسة.

ولتحديد القيمة المضافة: تم حساب كل من تكاليف مواد تصنيع منتجات الألبان، وكلفة الحليب المستخدم في إنتاجها بالاعتماد على سعر الحليب في السوق.

عينة البحث:

نظراً لكون وحدة التحليل الأساسية للبحث هي ربة الأسرة في الأسر العاملة في مجال تربية الأبقار، وبالتالي يشكل مربى والأبقار في مناطق محافظة السويداء (السويداء، شهباء، صلخد) إطار المجتمع المدروس، لذلك تم تحديد حجم العينة بناء على عدد مربى الأبقار في المحافظة المدروسة والبالغ 3250 مربى. ومن خلال القانون الآتي

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

حيث: n: حجم العينة، N: حجم المجتمع المدروس e: درجة الخطأ المسموح به (Yamane.1967).

$$n = \frac{3250}{1 + 3250 * (0.07)^2} = 192$$

وبالاعتماد على المعاينة الطبقيّة قسم المجتمع المدروس اعتماداً على المناطق الإدارية في المحافظة والبالغ عددها (3) مناطق، وبلغ عدد القرى فيها 143 قرية، اختير 10% من القرى، ومن ثم يكون عدد القرى المدروسة 14 قرية، ومن ثم تم توزيع العينة على مناطق الدراسة نسبة وتناسب مع عدد مربى الأبقار في كل منطقة.

النتائج والمناقشة:

عمر المبحوثة (X₁): يعتبر العمر من العوامل الشخصية الهامة التي برزت في كثير من الدراسات كإحدى العوامل المؤثرة على دور المرأة في مختلف الأنشطة الزراعية والإنتاجية (كمال الدين، 2008)، ولحساب قيم هذا المتغير استخدم عدد السنوات الممتلئة لسن المبحوثة كمؤشر رقمي لعمرها حيث تراوح المدى الفعلي لأفراد العينة 19-66 سنة وبمتوسط قدره 44.2 سنة، وانحراف معياري 10، ويتقسّم المدى إلى ثلاث فئات كما هو موضح في الجدول (1).

الجدول 1. توزع المبحوثات تبعاً لفئات العمر

النسبة المئوية %	التكرار	الفئات
16.7	32	34-19
52.6	101	50-35
30.7	59	66-51
100	192	المجموع

المصدر: جمعت وحسبت من واقع الاستقصاء الميداني، محافظة السويداء، 2014.

يتبين أن أكثر من 50% من عينة الدراسة هن من المبحوثات اللواتي تتراوح أعمارهم بين 35-50 سنة، وفي هذه الفترة يفترض أن تكون المبحوثة قادرة على اتخاذ القرار فيما يتعلق بالإنتاج المنزلي والمزرعي.

المستوى التعليمي للمبحوثة (X₂): يعتبر المستوى التعليمي صفة شخصية، ويشير إلى ما وصل إليه الفرد من تعليم مدرسي، وهو يؤثر في معرفة وإدراك وتقدير الفرد لكثير من الأمور الحياتية (شيخ، 1996)، وفي هذا الدراسة تم تقسيم المستوى التعليمي للمبحوثات إلى ست مراحل تعليمية كما هو موضح في الجدول (2).

الجدول 2. توزع المبحوثات تبعاً للمستوى التعليمي

النسبة المئوية %	التكرار	الفئات
13	25	أمي
22.4	43	التعليم الابتدائي
30.2	58	التعليم الإعدادي
17.7	34	التعليم الثانوي
12.5	24	تعليم متوسط
4.2	8	التعليم الجامعي وما فوق
100	192	المجموع

المصدر: جمعت وحسبت من واقع الاستقصاء الميداني، محافظة السويداء، 2014.

يتضح أن فئة التعليم الإعدادي تحظى بأكبر نسبة من النساء المربيات للأبقار وتقدر بحوالي 30%، في حين تتخفف نسبة فئة المربيات الحائزات على التعليم الجامعي إلى حوالي 4% فقط.

حجم الأسرة للمبحوثة (X₃): قيس هذا المتغير بعدد أفراد الأسرة الذين يقيمون مع المبحوثة إقامة دائمة ويعتمدون على نفس الموارد، وتراوح المدى الفعلي لعدد أفراد الأسرة 2-16 فرد، وبمتوسط 7.6 فرد، وانحراف معياري 3.1، وينقسم المبحوثات تبعاً لحجم الأسرة إلى أربع فئات متدرجة تصاعدياً كما هو موضح في الجدول (3).

الجدول 3. توزع المبحوثات تبعاً لحجم الأسرة

النسبة المئوية %	التكرار	الفئات
30.7	59	5-2 أسرة صغيرة
44.3	85	9-6 أسرة متوسطة
20.8	40	13-10 أسرة كبيرة
4.2	8	16-14 أسرة كبيرة جداً
100	192	المجموع

المصدر: جمعت وحسبت من واقع الاستقصاء الميداني، محافظة السويداء، 2014.

يتضح أن فئة المبحوثات ذوات الأسرة متوسطة الحجم هي الفئة الأكبر تليها فئة الأسرة صغيرة الحجم.

عدد الإناث بعمر 15 سنة وما فوق في أسر المبحوثات (X₄): تتراوح عدد الإناث في الأسر بعمر 15 سنة وما فوق 1-7 إناث بمتوسط قدره 3.2، وانحراف معياري 1.6، ومن خلال تقسيم المبحوثات تبعاً لهذا المتغير كما هو موضح في الجدول (4).

الجدول 4. توزع المبحوثات تبعاً لعدد الإناث في الأسرة بعمر 15 سنة وما فوق

النسبة المئوية %	التكرار	الفئات
34.4	66	2-1
43.7	84	4-3
21.9	42	7-5
100	192	المجموع

المصدر: جمعت وحسبت من واقع الاستقصاء الميداني، محافظة السويداء، 2014.

يتضح أن أكثر من 65% من أسر المبحوثات تتضمن أكثر من 2 من الإناث بعمر يزيد عن 15 سنة، وهذا يشير إلى توفر العمالة النسائية القادرة على الإنتاج والتصنيع الغذائي المنزلي ضمن الأسرة. وجود مهنة للمبحوثة خارج المنزل ومزرعة الأسرة (X₅): تم توزيع المبحوثات تبعاً لهذا المتغير إلى فئتين الأولى هي فئة المبحوثات اللواتي لا يعملن خارج المنزل ومزرعة الأسرة، والثانية هي فئة اللواتي يعملن خارج المنزل ومزرعة الأسرة، على النحو الموضح في الجدول (5).

الجدول 5. توزع المبحوثات تبعاً لوجود مهنة خارج المنزل ومزرعة الأسرة

النسبة المئوية	التكرار	البند
79.2	152	مبحوثات لاتعمل خارج المنزل ومزرعة الأسرة
20.8	40	مبحوثات تعمل خارج المنزل ومزرعة الأسرة
100	192	المجموع

المصدر: جمعت وحسبت من واقع الاستقصاء الميداني، محافظة السويداء، 2014.

يتضح من الجدول أن النسبة الأكبر من المبحوثات لا تعمل خارج المنزل ومزرعة الأسرة بنسبة تقدر بحوالي 79%، في حين أن غالبية المبحوثات العاملات خارج المنزل ومزرعة المبحوثات يعملن ضمن القطاع العام وبنسبة تصل إلى حوالي 88% من إجمالي المبحوثات العاملات خارج المزرعة.

الوعي الاقتصادي للمبحوثة (X₆): تم قياسه بمقياس يتكون من 5 بنود بالنسبة للوعي الاقتصادي، وتم سؤال المبحوثة عن اتجاهها من هذه البنود من خلال ثلاثة مستويات (سلبية، حيادي، ايجابي) وأعطيت الأوزان 1، 2، 3 على التوالي، فتوزعت إجابات المبحوثات على النحو الموضح في الجدول (6).

الجدول 6. توزع المبحوثات تبعاً لاتجاههن من عبارات الوعي الاقتصادي

البند	1- اتجاه سلبي		2- حيادي		3- اتجاه ايجابي	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
تأسيس مشروع خاص	72	37.5	65	33.9	55	28.6
الحصول على قرض	129	67.2	47	24.5	16	8.3
العمل للحصول على دخل	41	21.4	68	35.4	83	43.2
تمليك المرأة	28	14.6	67	34.9	97	50.5
المشاركة في النشاطات الاقتصادية التنموية	138	71.9	37	19.3	17	8.9

المصدر: جمعت وحسبت من واقع الاستقصاء الميداني، محافظة السويداء، 2014.

بلغ معامل الثبات لمقياس الوعي الاقتصادي باستخدام معامل الثبات كرونباخ ألفا Cronbach Alpha، نحو 73.3% ويدل هذا على تمتع هذا المتغير بمعامل ثبات جيد كونه أعلى من النسبة المقبولة 60%، مما يدل على صلاحية المقياس لاستخدامه في أغراض البحث، وبناء على ذلك تم جمع بنود المقياس الخمسة للحصول على الدرجة الكلية للوعي الاقتصادي لكل مبحوثة، ليتراوح المجال الفعلي للوعي الاقتصادي بين 6-15، في حين تراوح المجال النظري بين 5-15، وتقسيم المجال النظري إلى ثلاث فئات كما موضح في الجدول (7).

الجدول 7. توزع المبحوثات تبعاً لدرجة الوعي الاقتصادي

الفئات	التكرار	النسبة المئوية
5 - 8 (مستوى منخفض)	83	43.2
9 - 12 (مستوى متوسط)	89	46.4
13 - 15 (مستوى مرتفع)	20	10.4
المجموع	192	100

المصدر: جمعت وحسبت من واقع الاستقصاء الميداني، محافظة السويداء، 2014.

من الجدول يتضح أن الفئة ذات المستوى المتوسط من الوعي الاقتصادي للمبحوثات تمثل أعلى نسبة 46.4%.

قدرة المبحوثة على اتخاذ القرارات الأسرية والمزرعية (X_7): تم تحديده من خلال مقياس يتكون من 5 بنود تمثل قرارات أسرية ومنزلية، وتم سؤال المبحوثة عن مستوى مشاركتها في هذه القرارات من خلال ثلاث مستويات (ضعيف، متوسط، جيد)، وأعطيت الأوزان 1، 2، 3 على التوالي، فتوزعت الإجابات على النحو الموضح في الجدول (8).

الجدول 8. توزع المبحوثات تبعاً للقدرة على اتخاذ القرارات الأسرية والمنزلية

البند	ضعيف		متوسط		جيد	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
قرارات الشراء المتعلقة بالمنزل والمزرعة	11	5.7	72	37.5	109	56.8
قرارات زواج الأبناء والبنات	62	32.3	79	41.1	51	26.6
قرارات تعليم الأبناء والبنات	70	36.5	89	46.4	33	17.2
قرارات تخصيص الدخل	60	31.3	85	44.3	47	24.5
قرارات التصرف بموارد المنزل والمزرعة	88	45.8	54	28.1	50	26.1

المصدر: جمعت وحسبت من واقع الاستقصاء الميداني، محافظة السويداء، 2014.

بلغ معامل الثبات لمقياس القدرة على اتخاذ القرار باستخدام معامل الثبات كرونباخ ألفا Cronbach Alpha نحو 61.1%، وهو يدل على تمتع هذا المتغير بمعامل ثبات جيد كونه أعلى من النسبة المقبولة 60%، وبناء على ذلك تم جمع بنود المقياس الخمسة للحصول على الدرجة الكلية لقدرة كل مبحوثة على اتخاذ القرارات المنزلية والأسرية، ليتراوح المجال لقدرة المرأة على اتخاذ القرار بين 5-15، وكذلك المجال النظري بين 5-15، ويتقسيم المجال النظري إلى ثلاث فئات متدرجة تصاعدياً كما موضح في الجدول (9).

الجدول 9. توزع المبحوثات تبعاً لدرجة اتخاذ القرارات المنزلية والمزرعية

الفئات	التكرار	النسبة المئوية
5 - 8 (مستوى منخفض)	53	27.6
9 - 12 (مستوى متوسط)	116	60.4
13 - 15 (مستوى مرتفع)	23	12
المجموع	192	100

المصدر: جمعت وحسبت من واقع الاستقصاء الميداني، محافظة السويداء، 2014.

من الجدول يتضح أن الفئة ذات المستوى المتوسط من قدرة المرأة على اتخاذ القرارات المتعلقة بالأسرة والمزرعة تمثل أعلى نسبة 60.4%.

حجم قطع الأبقار الحلوب (X_8): تبين أن عدد الأبقار الحلوب في مزارع أسر المبحوثات تمثل حوالي 72.5% من إجمالي عدد الأبقار، في حين تراوح عدد الأبقار الحلوب (ما يهمننا في هذه الدراسة) بين 1-11 بقرة على مستوى المزرعة، وبمتوسط 3.5 بقرة/المزرعة، وانحراف معياري 2، ويتقسيم حجم قطع الأبقار الحلوب إلى ثلاث فئات كما في الجدول (10).

الجدول 10. توزع المبحوثات تبعاً لحجم قطع الأبقار الحلوب الموجود في مزارع أسرهن

الفئات	التكرار	النسبة المئوية %
قطع صغير (1-4 بقرة/ المزرعة)	149	77.6
قطع متوسط (5-8 بقرة/ المزرعة)	36	18.8
قطع كبير (9-11 بقرة/ المزرعة)	7	3.6
المجموع	192	100

المصدر: جمعت وحسبت من واقع الاستقصاء الميداني، محافظة السويداء، 2014.

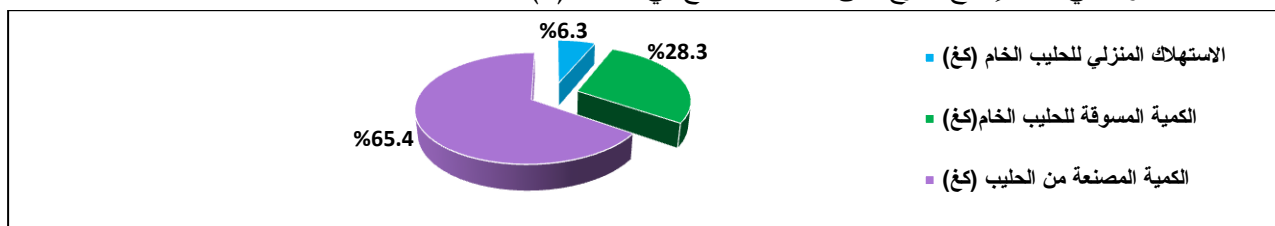
يتبين من الجدول أن غالبية المبحوثات، ونسبة تصل إلى 77.6%، لدى أسرهن قطع صغير من الأبقار الحلوب. متوسط كمية الحليب المنتجة (X_9): تراوحت الكمية المنتجة من الحليب بين 3 ألف كغ و 40 ألف كغ سنوياً على مستوى المزرعة عموماً، وذلك تبعاً لحجم قطع الأبقار الحلوب في المزرعة الواحدة، وبلغ متوسط الكمية المنتجة من الحليب 12330.7 كغ/سنوياً، وانحراف معياري قدره 6925.7، وبمعدل 3502 كغ للبقرة الواحدة في السنة، ويتوزع المبحوثات تبعاً لكمية الحليب التي تنتجها أبقار المزرعة كما هو موضح في الجدول (11).

الجدول 11. توزع المبحوثات تبعاً لكمية الحليب المنتجة لقطع الأبقار الحلوب الموجود في مزارع أسرهن

النسبة المئوية %	التكرار	الفئات
64.1	123	12250-3000 كغ
25.5	49	21500-12251 كغ
7.8	15	30750-21501 كغ
2.6	5	40000-30751 كغ
100	192	المجموع

المصدر: جمعت وحسبت من واقع الاستقصاء الميداني، محافظة السويداء، 2014.

يتضح من الجدول أن غالبية المبحوثات تتركز في الفئة الأولى الأقل إنتاجاً من حليب الأبقار على مستوى المزرعة، كما تبين أن اتجاهات التصرف في هذا الإنتاج تنوزع على النحو الموضح في الشكل (1).



الشكل 1. متوسط إنتاج الحليب الكلي واتجاهات التصرف فيه على مستوى المزرعة.

يتضح من الشكل أن غالبية كميات الحليب وبنسبة 65.4% من الإنتاج الكلي تقوم المبحوثات بتصنيعها وتطويرها إلى منتجات أخرى، بينما تنوزع النسبة المتبقية بين الاستهلاك المنزلي بشكله الخام بنسبة 6.3%، والمسوق بشكله الخام بنسبة 28.3%.
سعر الحليب (X₁₀): اختلف سعر الحليب من منطقة إلى أخرى، ومن مربية إلى أخرى تبعاً لجهة التسويق، ليتراوح بين 48-62 ل.س/كغ، بمتوسط 58.7 ل.س/كغ، وبانحراف معياري قدر بنحو 4 ل.س/كغ، ويتقسيم المبحوثات تبعاً لإجابتهن حول سعر الحليب كما هو موضح في الجدول (12).

الجدول 12. توزع المبحوثات تبعاً لإجابتهن حول سعر حليب الأبقار

النسبة المئوية %	التكرار	فئات سعر الحليب
19.2	37	53-48 ل.س/كغ
44.8	86	58-54 ل.س/كغ
36	69	62-59 ل.س/كغ
100	192	المجموع

المصدر: جمعت وحسبت من واقع الاستقصاء الميداني، محافظة السويداء، 2014.

المتغير التابع: تصنيع المبحوثات لمنتجات الألبان Y: تم اعتماد المتغير التابع المتمثل بقرار تصنيع المبحوثات لمنتجات الحليب، وهو متغير تصنيفي ثنائي (Dummy Variable) حيث تصنف المبحوثات وفق هذا التابع إلى مبحوثات تقوم بتصنيع منتجات الألبان (Y=1)، ومبحوثات لا تقوم بتصنيع منتجات الألبان (Y=0). ويتوزع هذا المتغير في عينة المبحوثات على النحو الموضح في الجدول (13).

الجدول 13. توزع المبحوثات تبعاً لعملية تصنيع المنتجات الألبان

النسبة المئوية %	التكرار	الفئات
82.3	158	تقوم بتصنيع منتجات الألبان (Y=1)
17.7	34	لا تقوم بتصنيع منتجات الألبان (Y=0)
100	192	المجموع

المصدر: جمعت وحسبت من واقع الاستقصاء الميداني، محافظة السويداء، 2014.

يتضح من الجدول أن غالبية المبحوثات وبنسبة 82.3% تقوم بتصنيع الحليب إلى منتج واحد على الأقل.
العوامل المؤثرة على تصنيع المبحوثات لمنتجات الألبان: من خلال إدخال المتغيرات المستقلة والتي افترض أن يكون لها تأثير على المتغير التابع المتمثل بتصنيع المبحوثات لمنتجات الألبان (العمر، المستوى التعليمي، وجود مهنة، حجم الأسرة، عدد الإناث فوق عمر 15 سنة، الوعي الاقتصادي، القدرة على اتخاذ القرار في المنزل، حجم قطع الأبقار الحلوب، سعر الحليب، كمية الحليب المنتجة)، في نموذج الانحدار المنطقي الثنائي لتابع تصنيع المبحوثات لمنتجات الحليب (Y) باستخدام طريقة (Stepwise -)

Backward WALD) التي تقوم على أساس إدخال جميع المتغيرات معاً في الخطوة الأولى، ومن ثم استبعاد متغير واحد في كل خطوة وفق ترتيب معين يرتكز على أساس التقديرات القصوى للأرجحية في كل مرحلة، بحيث يتم فيها استبعاد متغير ما وفقاً للقيمة الإحصائية الناتجة عن اختبار (WALD)، فكانت الخطوة الأخيرة مقبولة، كونها استبعدت جميع المتغيرات المستقلة غير المعنوية، ولتقدير مدى كفاءة النموذج تم استخدام اختبار (Hosmer and Lemeshow)، الذي أظهر عدم وجود فروق معنوية بين القيم المتنبئ بها لتابع تصنيع المنتجات (Y) والقيم المشاهدة، حيث تدنت قيمة مربع كاي إلى (4.374) بمستوى دلالة (Sig=0.360) أي إلى حد غير مقبول معنوياً. وبالتالي كان الموديل الناتج متناسباً مع البيانات المشاهدة وقادراً على التنبؤ بحالة تصنيع المبحوثات لمنتجات الألبان، وقد استطاع هذا النموذج التنبؤ بنسبة (93.8%) من القيم المشاهدة لتابع تصنيع المبحوثات للمنتجات، بالاعتماد على متغيراته التنبؤية كما هو موضح في الجدول (14).

الجدول 14. قياس المقدرة التنبؤية للنموذج المستخدم والموافق لتابع تصنيع المبحوثات لمنتجات الألبان

نسبة الصحة (%)	الإجمالي	التكرارات التنبؤية		الحالات (التكرارات)	
		تقوم بتصنيع منتجات الألبان (1)	لا تقوم بتصنيع منتجات الألبان (0)	لا تقوم بتصنيع منتجات الألبان (0)	تقوم بتصنيع منتجات الألبان (1)
79.4	34	7	27		التكرارات
96.8	158	153	5		المشاهدة
93.8	192	160	32		الإجمالي

المصدر: جمعت وحسبت من واقع الاستقصاء الميداني، محافظة السويداء، 2014.

أما بالنسبة للعوامل المؤثرة فقد أظهرت النتائج وجود (5) متغيرات مستقلة تؤثر تأثيراً معنوياً على تابع تصنيع المبحوثات لمنتجات الألبان (Y) كما هو موضح في الجدول (15)، حيث بين اختبار Wald أن جميع الثوابت الخاصة بالمتغيرات التنبؤية في الموديل معنوية ضمن مجالي الثقة (5% و 1%)، وبالتالي هي ذات تأثير معنوي على احتمال تصنيع المبحوثات لمنتجات الألبان، بينما كانت المتغيرات المستقلة المفروضة الأخرى غير مؤثرة.

الجدول 15. العوامل المؤثرة على تصنيع المرأة لمنتجات الحليب على مستوى العينة

العامل المؤثر (المتغير المستقل)	الرمز	قيمة المعامل (الثابت) β	اختبار والد Wald	$e^B = \text{EXP}(\beta)$ (أرجحية حدوث التنبئي)	احتمال حدوث التنبئي (%)
المتغيرات المؤثرة سلبياً على القيام بعملية التصنيع					
المستوى التعليمي للمبحوثة	X ₂	-1.065	3.985*	0.345	25.7
مهنة المبحوثة (0,1) Dummy Variable	X ₅	-1.867	3.701*	0.155	13.4
سعر الحليب	X ₁₀	-2.322	11.828**	0.098	8.92
المتغيرات المؤثرة إيجابياً على القيام بعملية التصنيع					
حجم الأسرة	X ₃	0.836	10.843**	2.308	69.7
الوعي الاقتصادي للمبحوثة	X ₆	0.485	4.522*	1.624	61.9
الثابت (Constant)	β_0			2.099	

المصدر: جمعت وحسبت من واقع الاستقصاء الميداني، محافظة السويداء، 2014.

** معنوي عند مستوى دلالة 1%، * معنوي عند مستوى دلالة 5%، مهنة المبحوثة (خارج المنزل = 1، داخل المنزل = 0)

يعبر الثابت (Constant) عن القيمة المتوقعة لأرجحية قيام المبحوثة بتصنيع منتجات الحليب عندما تكون جميع المتغيرات التنبؤية مساوية للصفر، بينما تمثل الثوابت (B) وحدات لوغاريتمية تقوم بقياس المقدرة التنبؤية للمتغيرات المستقلة للتنبؤ بلوغاريتم أرجحية حدوث التصنيع (Y=1)، حيث يعبر كل منها عن مقدار الزيادة أو النقصان في لوغاريتم أرجحية حدوث التصنيع التي سوف يتم التنبؤ بها مع زيادة أو نقصان العامل المستقل الموافق له، وذلك بعد إبقاء جميع العوامل المستقلة الأخرى ثابتة، وتشير إشارة الثابت إلى طبيعة واتجاه العلاقة بين المتغير التنبئي ومتغير التابع. وبما أن هذه الثوابت ممثلة بقيم لوغاريتمية لذلك من الصعب تفسيرها غالباً، لذلك تم تحويلها إلى قيم أسية (e^B) تعبر كل منها عن نسبة أرجحية (Odds Ratio) القيام بعملية التصنيع نتيجة زيادة

العامل المستقل الموافق بمقدار وحدة واحدة. وتمكن نسب الأرجحية أيضاً من تحديد الأهمية النسبية للمتغيرات المستقلة الموافقة لها، حيث تعبر النسبة الأكبر من (1) عن زيادة أرجحية حدوث عملية التصنيع، بينما تعبر النسب الأقل من (1) عن نقصان هذه الأرجحية، أما النسب القريبة من (1) فهي تعبر عن ضعف تأثير العامل التنبئي الموافق على أرجحية القيام بعملية التنبئ، وتشير النسبة المساوية للواحد إلى انعدام هذا التأثير، وتبعاً لذلك يمكن تفسير أثر جميع المتغيرات المستقلة الواردة في الجدول (17) على النحو التالي:

- إن كل من المتغيرات المستقلة المستوى التعليمي للمبحوثة، عمل المبحوثة خارج المنزل، سعر الحليب من المتغيرات التنبئية ذات التأثير المعنوي السلبي على أرجحية قيام المبحوث بتصنيع منتجات الحليب، حيث أن زيادة المستوى التعليمي بمقدار درجة واحدة (مرحلة تعليمية) يؤدي إلى إنقاص أرجحية تصنيع المبحوثة لمنتجات الألبان إلى (0.35) مرة، وبالتالي إنقاص في احتمال عملية تصنيعها إلى (25.7%) شريطة بقاء العوامل المؤثرة الأخرى ثابتة. أما بالنسبة لمتغير عمل المبحوثة خارج المنزل فإن أرجحية حدوث عملية التصنيع لدى المبحوثات اللواتي يمارسن عمل خارج المنزل تتخفض إلى (0.155) مرة مقارنة بالمبحوثات اللواتي لا يمارسن عمل خارج المنزل، وبالتالي إنقاص احتمال تصنيع المرأة لمنتجات الحليب بشكل كبير إلى (13.4%) شريطة بقاء العوامل المؤثرة الأخرى ثابتة. أما بالنسبة للمتغير سعر الحليب فإن أرجحية تصنيع المبحوثة لمنتجات الحليب تتخفض إلى (0.09) مرة عند ارتفاع سعر الحليب بمقدار 1 ل.س/كغ، وبالتالي إنقاص احتمال تصنيع المبحوثة لمنتجات الحليب إلى (8.92%) شريطة بقاء العوامل المؤثرة الأخرى ثابتة.

- إن كل من حجم الأسرة، الوعي الاقتصادي للمبحوثة، ذات تأثير معنوي إيجابي على أرجحية قيام المرأة بعملية التصنيع لمنتجات الحليب، حيث أن زيادة حجم الأسرة بمقدار فرد واحد يؤدي إلى زيادة أرجحية قيام المرأة بتصنيع منتجات الحليب إلى (2.31) مرة، وبالتالي زيادة احتمال التصنيع إلى (69.7%)، أي بزيادة قدرها (19.7%) فقط عن احتمال عدم التصنيع، وذلك عند بقاء العوامل المستقلة الأخرى ثابتة. أما بالنسبة للمتغير الوعي الاقتصادي للمبحوثة فإن زيادة هذا المتغير درجة واحدة يؤدي إلى زيادة أرجحية قيام المرأة بتصنيع منتجات الحليب إلى (1.62) مرة، وبالتالي زيادة احتمال التنبئ إلى (61.9%)، أي بزيادة قدرها (11.9%) فقط عن احتمال عدم قيام المرأة بتصنيع الحليب، وذلك عند بقاء العوامل المستقلة الأخرى ثابتة.

وبالاعتماد على معاملات الانحدار للعوامل المستقلة الداخلة في النموذج المؤثرة بشكل معنوي والموضحة في الجدول رقم (15)، يمكن كتابة معادلة الانحدار اللوغاريتمي لتصنيع المبحوثات لمنتجات الحليب على الشكل التالي:

$$\text{Log } (Y/1 - Y) = 2.099 - 1.065X_2 - 1.867X_5 - 2.322X_{10} + 0.836X_3 + 0.485X_6$$

حيث Y المتغير التابع المتمثل بتصنيع المبحوثة لمنتجات الحليب.

القيمة المضافة لتصنيع المبحوثة لمنتجات الحليب: تختلف كمية الحليب التي تستخدمها المرأة لإنتاج كغ من مختلف منتجات حليب الأبقار، كما تختلف تكاليف تصنيع الكيلو غرام من هذه المنتجات، لهذا سيتم حساب القيمة المضافة لكل منتج من منتجات الحليب على حدة.

القيمة المضافة لتصنيع المبحوثة للبن الرائب: بلغت نسبة النساء الريفيات المصنعات للبن الرائب 82.3% من إجمالي أفراد العينة، وبلغ متوسط كمية الحليب المصنعة إلى لبن رائب 2284 كغ، وأنتجت حوالي 1598 كغ لبن، وبالتالي فإن كمية الحليب المكافئة للكيلو غرام الواحد من اللبن حوالي 1.43 كغ، وبلغت تكاليف التصنيع لكامل الإنتاج 2671 ل.س، كما هو موضح في الجدول (15).

القيمة المضافة لتصنيع المبحوثة للبننة: بلغت نسبة النساء الريفيات المصنعات للبننة 82.3% من إجمالي أفراد العينة، وبلغ متوسط كمية الحليب المصنعة إلى لبننة 1902 كغ، وأنتجت حوالي 635 كغ لبننة، وبالتالي فإن كمية الحليب المكافئة للكيلو غرام من اللبننة حوالي 3 كغ، وبلغ متوسط تكاليف التصنيع لكامل الإنتاج 1213 ل.س، كما هو موضح في الجدول (15).

القيمة المضافة لتصنيع المبحوثة للجبن: بلغت نسبة النساء الريفيات المصنعات للجبن 80.7% من إجمالي أفراد العينة، وبلغ متوسط كمية الحليب المصنعة إلى جبن 3952 كغ، وأنتجت حوالي 719 كغ جبن، وبالتالي فإن كمية الحليب المكافئة للكيلو غرام من الجبن حوالي 5.5 كغ، وبلغ متوسط تكاليف التصنيع لكامل الإنتاج 9504 ل.س كما هو موضح في الجدول (16).

القيمة المضافة لتصنيع المبحوثة للسمن: بلغت نسبة النساء الريفيات المصنعات للسمن 59.4% من إجمالي أفراد العينة، وبلغ متوسط كمية الحليب المصنعة إلى السمن نحو 1809 كغ، وأنتجت حوالي 93 كغ سمن، وبالتالي فإن كمية الحليب المكافئة للكيلو غرام من السمن حوالي 19.5 كغ، وبلغ متوسط تكاليف التصنيع لكامل الإنتاج 4586.8 ل.س، كما هو موضح في الجدول (16).

القيمة المضافة لتصنيع المبحوثة للشنكليش: بلغت نسبة النساء الريفيات المصنعات للشنكليش 38.5% من إجمالي أفراد العينة، وبلغ متوسط كمية الحليب المصنعة إلى الشنكليش 348 كغ، وأنتجت حوالي 70 كغ شنكليش، وبالتالي فإن كمية الحليب المكافئة للكيلو غرام من الشنكليش حوالي 5 كغ، وبلغ متوسط تكاليف التصنيع لكامل الإنتاج 1175 ل.س، كما هو موضح في الجدول (16).

القيمة المضافة لتصنيع المبحوثة للكشك: بلغت نسبة النساء الريفيات المصنعات للكشك 54.7% من إجمالي أفراد العينة، وبلغ متوسط كمية الحليب المصنعة إلى الكشك 397 كغ، وأنتجت حوالي 316 كغ الكشك، وبالتالي فإن كمية الحليب المكافئة للكيلو غرام من الكشك حوالي 1.26 كغ، وبلغ متوسط تكاليف التصنيع لكامل الإنتاج 20133 ل.س، كما هو موضح في الجدول (16).

الجدول 16. تكلفة وإيرادات تصنيع الحليب إلى منتجات أخرى

البند	اللبن	اللبنة	الجبن	السمن	الشنكليش	الكشك
كمية الحليب المصنع إلى المنتج	2284	1902	3952	1809	348	397
سعر كيلو الحليب	58.7	58.7	58.7	58.7	58.7	58.7
كلفة الحليب بسعرها في السوق	134071	111647	231982	106188	20428	23304
كمية الحليب المكافئة لكمية المنتج	1.43	3	5.5	19.5	5	1.26
كمية المنتج	1598	635	719	93	70	316
سعر المنتج	100	230	380	1370	360	240
مواد أخرى	1100	900	5928	2700	600	19225
تكلفة وقود لغلي الحليب	1251	900	2700	1000	250	225
منظفات للأواني المستخدمة	200	150	475	450	195	250
اهتلاكات في مواد وأواني التصنيع	120	90	400	437	130	433
إجمالي تكاليف التصنيع	2671	1213	9503	4587	1175	20133
تكلفة تصنيع كغ من المنتج	1.7	1.9	13.2	49.3	16.8	63.7
إجمالي التكاليف	136742	112860	241485	110775	21603	43437
التكلفة الكلية لكغ من المنتج	85.6	177.7	335.9	1191.1	308.6	137.5
إجمالي الإيرادات	159800	146050	273220	127410	25200	75840
صافي الإيرادات	23058	33190	31735	16635	3597	32403
الربح من تصنيع كيلو غرام من المنتج	14.4	52.3	44.1	178.9	51.4	102.5
القيمة المضافة	10	17.4	8	9.2	10.3	81.4

المصدر: جمعت وحسبت من واقع الاستقصاء الميداني، محافظة السويداء، 2014.

تسويق منتجات الألبان: إن الهدف الرئيس للتصنيع والإنتاج المنزلي للمبحوثات لهذه المنتجات هو الاكتفاء الذاتي، وتوفير هذه المنتجات في المنزل لأفراد الأسرة بالدرجة الأولى، في حين هذا لا يمنع المبحوثات في حال وجود فائض من الحليب، من تصنيع هذه المنتجات بهدف تسويقها لتحقيق زيادة في دخل الأسرة، وتختلف نسب المبحوثات والكميات التي تقوم بتوجيهها للأسواق باختلاف المنتجات وفوائدها عن الأسرة، كما هو موضح في الجدول (17).

الجدول 17. نسبة المبحوثات التي تقوم بتصنيع منتجات الألبان لتسويقها ونسبة الكمية المسوقة من كل منتج

المنتج	عدد المبحوثات التي تقوم بتسويق المنتجات	النسبة المئوية للمنتجات التي تقوم بتصنيع المنتجات للأسواق	نسبة الكمية المسوقة من الكمية الكلية للمنتج %
اللبن	117	74	81
اللبننة	87	55	59
الجبن	90	58	69
السمن	50	43.9	42
الشنكليش	14	18.9	32
الكشك	57	54.9	78

المصدر: جمعت وحسبت من واقع الاستقصاء الميداني، محافظة السويداء، 2014.

وعلى الرغم أن المبحوثة مسؤولة بشكل كامل عن عملية تصنيع منتجات الألبان، إلا أن غالبية المبحوثات بنسبة 81.6% لا يمارسن النشاط التسويقي لهذه المنتجات، ويمارس هذا النشاط أزواجهن وأبنائهن، في حين أن حوالي 10.8% منهن تمارسن هذا النشاط في بعض الأحيان، ونسبة ضئيلة تقدر بنحو 7.6% يمارسن هذا النشاط بصورة دائمة. ويعود السبب في انخفاض ممارسة المبحوثات للنشاط التسويقي إلى بعد الأسواق المستهدفة عن القرية، إضافة إلى أسباب أخرى العادات والتقاليد.

أهمية الإيرادات الناتجة من تصنيع المبحوثة لمنتجات الألبان لدخل الأسرة:

دخل الأسرة: تم حسابه على أساس الدخل الإجمالي لأسر المبحوثات المصنعات لمنتجات الألبان والمكون من مختلف المهن الزراعية وغير الزراعية ومن مختلف المصادر والموارد ووظائف، والأجور لعقارات وآليات. فتراوحت دخول الأسر بين 300 ألف ل.س و 1300 ألف ل.س، ويمتوسط 573 ل.س/الأسرة/سنيًا، وانحراف معياري 191.068 ألف ل.س، ومن خلال توزيع المبحوثات تبعًا لدخول الأسر كما في الجدول رقم (18).

الجدول 18. توزيع المبحوثات المصنعات لمنتجات الألبان تبعًا لفئات الدخل الأسري

الفئات	التكرار	النسبة المئوية %
300-550 ألف ل.س دخل ضعيف	86	54.4
551-800 ألف ل.س دخل متوسط	48	30.4
801-1050 ألف ل.س دخل جيد	17	10.8
1051-1300 ألف ل.س دخل جيد جداً	7	4.4
المجموع	158	100

المصدر: جمعت وحسبت من واقع الاستقصاء الميداني، محافظة السويداء، 2014.

يتضح من الجدول أن أكثر من نصف المبحوثات تصنفن أسرهن من ذوي الدخل الضعيف أي أن أكثر من نصف المبحوثات الممارسات لهذا النشاط (تصنيع منتجات الحليب) هن من الأسر ضعيفة الدخل
دخل المبحوثة من منتجات الألبان: تم حسابه على أساس أن جميع منتجات الألبان التي تقوم المرأة بإنتاجها سيتم تسويقها (المسوقة، والمستهلكة منزلياً)، حيث تراوح دخل المبحوثات من تصنيع هذه المنتجات بين 11180 ل.س و 372148 ل.س/سنيًا، ويمتوسط يقدر بحوالي 114 ألف ل.س/سنيًا وانحراف معياري حوالي 74 ألف، ومن خلال توزيع المبحوثات تبعًا لدخولهن من تصنيع منتجات الألبان كما في الجدول رقم (19).

الجدول 19. توزيع المبحوثات تبعًا لدخولهن من تصنيع منتجات الألبان

الفئات	التكرار	النسبة المئوية %
101422-11180 ل.س	89	56.3
191664-101423 ل.س	46	29.1
281906-191665 ل.س	17	10.8
372148-281907 ل.س	6	3.8
المجموع	158	100

المصدر: جمعت وحسبت من واقع الاستقصاء الميداني، محافظة السويداء، 2014.

وبالتالي فإن متوسط دخل المبحوثة من تصنيع منتجات الألبان يشكل نحو 20% من متوسط دخل أسرهن وهي نسبة لا يستهان بها نظراً لكونها تمثل صناعة وإنتاج منزلي واحد من صناعات وإنتاج المرأة الريفية في أسرتها.

الاستنتاجات:

تبين من خلال الدراسة وجود مجموعة من العوامل التي تؤثر على قرار المرأة بتصنيع منتجات الألبان بعضها ذو تأثير إيجابي (حجم الأسرة، الوعي الاقتصادي) وآخر ذو تأثير سلبي (المستوى التعليمي للمرأة، عمل المرأة خارج المنزل، سعر الحليب)، كما أوضحت الدراسة أن عملية تصنيع المرأة لمنتجات الألبان يحدث قيمة مضافة للحليب تختلف من منتج إلى آخر وأن عملية تصنيع المرأة لهذه المنتجات يحقق دخل إضافي للأسرة.

توصي الدراسة:

- 1- توجيه وزيادة استهداف القروض لشريحة النساء غير المتعلمات وغير العاملات، لأن غالبية المصنعات هن من غير المتعلمات وغير العاملات لما يحققه هذا الإنتاج من دخل إضافي لأسر هذه الشريحة.
- 2- التركيز على صناعة الكشك تليها صناعة اللبنه كونها الصناعة الأكثر ربحاً للمرأة الريفية وتحقق عائد مجزي.

المراجع:

- ادريس، ختام (2013). دراسة اقتصادية تحليلية لإنتاج وتسويق اللحم والحليب من الأغنام العواس في المنطقة الوسطى. رسالة دكتوراه. قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة حلب، سورية، 132 صفحة.
- الصغير، كريمة محمد (2011). واقع المرأة الريفية المشتغلة بالزراعة في سوق العمل محلياً ودولياً، وقائع المؤتمر العربي الرابع لتنمية الموارد البشرية، الرياض، السعودية، 76 صفحة.
- الزغبى، سميرة (2009). الهيئة العامة للبحوث العلمية الزراعية ضمن مشروع إدماج أبعاد النوع الاجتماعي (الجندر) في الإدارة المتكاملة للموارد المائية في منطقة المتوسط. GEWAMED دمشق، سورية.
- المركز الوطني للسياسات الزراعية (2007). تقرير التجارة الزراعية السورية، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، دمشق، سورية.
- النجفي، حسن (1977). القاموس الاقتصادي، بغداد، العراق.
- دائرة المرأة الريفية (2007). التقرير النهائي لمشروع الاستغلال الأمثل لمنتجات الألبان عند المرأة الريفية. سلطنة عمان، 32 صفحة.
- شيخ، درويش جمعة (1996). دراسة بعض العوامل الاجتماعية والاقتصادية المرتبطة بتبني أسلوب الزراعة المحمية بين زراع منطقة الشريط الساحلي في الجمهورية العربية السورية. رسالة دكتوراه. كلية الزراعة، جامعة عين شمس، جمهورية مصر العربية.
- صبح، سميرة (2006). دور المرأة في الزراعة وقضايا تمايز الجنسين في سوريا. المركز الوطني للسياسات الزراعية، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، دمشق، سورية.
- صالح، أمينة محمد البكري (2012). دراسة على تنمية الصناعات الغذائية الريفية في محافظة الشرقية. رسالة ماجستير. كلية الزراعة، جامعة زقازيق، جمهورية مصر العربية. 166 صفحة.
- كمال الدين، كنان (2008). دور المرأة في التنمية الريفية في ريف محافظة درعا. رسالة ماجستير. قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة حلب، سورية. 156 صفحة.
- مركز الأرض لحقوق الانسان (2002). تقريرحول الفلاحة المصرية، إصدارات الأرض والفلاح، القاهرة، مصر.
- مكتب العمل الدولي (2005). تقرير العمالة في العالم لعام 2004، جينيف.
- ناجي، أشواق عبد الرزاق. علوان، مها فاضل (2011). وعي النساء الريفيات بأهمية الالتزام بالتوصيات الإرشادية الصحية مجال تصنيع الجبن المحلي، مجلة ديالي للعلوم الزراعية. العدد 23 صفحة 785-794، بغداد، العراق.
- وردة، همام وبارة كبراج (2005). تنمية المرأة الريفية وفق الاتجاهات الراهنة. رسالة دبلوم. قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة دمشق، سورية. 84 صفحة.

Pampel K.; and C. Fred (2000). Logistic regression: A primer. Sage quantitative applications in the social sciences series #132. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Yamane, T. (1967). Statistics, an introductory analysis, 2nd. Harperand Row, New York. USA.

The Role of Women in Improving the Added Value of Dairy Products in Sweida Province of Syria

Kenan Fawaz kamal Aldeen^{*(1)}

(1). Socio Economic Research Administration, General Commission for Scientific Agricultural Research (GCSAR). Damascus, Syria.

(*Corresponding author: Dr. Kenan Fawaz Kamal Aldeen. E-Mail: Kenana76@gmail.com).

Received: 17/11/2015

Accepted: 15/03/2016

Abstract:

This research aimed to identify the proportion of female breeders of cows, who make dairy products, and study the effect of socio- economic variables affecting the women's decision in making these products, and to determine the value-added, which is caused by the female breeders that due to the dairy products process, in Sweida, Syria. A stratified sample sized of 192 cow breeders was selected, based on a field questionnaire during 2014. The results showed that 82.3 % of cows' breeders make one product at least of dairy products. The results also showed that 100% of them make yoghurt and labna, 98.7% make cheese, 72.2 % make ghee, 66.5 % make kishk, and 46.8 % make Aelchencklish. The results, also clarified significant negative relations between the dependent variable, which was a dummy variable represented by the women's decision of making dairy products, and each of the independent variables involving, the educational level of a woman, having another job outside the house, price of milk. While there was a positive relations with each of the independent variables including, the families' size, and economic awareness. Results also showed that the value-added, which is caused by women from making 1 kg of milk, is accounted to 10sp for yoghurt, 17.4sp of labna, 8sp for cheese, 9.2sp for ghee, 10.3sp Aelchencklish , and 81.4sp of the kishk, which achieved the highest profit as a result of making of milk.

Key words: Rural woman, Dairy Products, Value added.