

دور المزيج التسويقي الزراعي كأداة لتعزيز تنمية صحية مستدامة في الجزائر

دراسة تطبيقية على المزارع النموذجية التابعة للديوان الوطني لتغذية الأنعام وتربية الدواجن (ONAB)

The Role of the Agricultural Marketing Mix as a Tool for Promoting Sustainable Health Development in Algeria: An Applied Study on the Model Farms of the National Office for Livestock Feed and Poultry Farming (ONAB)

بلخيري آمال^{*1}

¹جامعة باتنة 1، (الجزائر)، amelbelkhiri05@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2025 /12/28

تاريخ القبول: 2025 /12/07

تاريخ الاستلام: 2025 /10/15

ملخص:

تهدف الدراسة إلى تحليل أثر المزيج التسويقي الزراعي في تحقيق التنمية الصحية المستدامة في الجزائر، من خلال تطبيقها على المزارع النموذجية التابعة للديوان الوطني لتغذية الأنعام وتربية الدواجن (ONAB) بولاية باتنة. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث جُمعت البيانات باستخدام استبيان موجه إلى إطارات وعمّال المزارع النموذجية بالولاية، وتم تحليلها باستخدام برنامج SPSS الإصدار 20. أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط قوية بين المزيج التسويقي الزراعي وأبعاد التنمية الصحية المستدامة، حيث بلغ معامل الارتباط 0.825. كما أظهرت النتائج أن سياساتي المنتج والتوزيع كان لهما التأثير الأكبر على التنمية الصحية المستدامة، بينما كان تأثير التسعير ضعيفا، والترويج غير معنوي. وأوصت الدراسة بتحسين جودة المنتجات، وتطوير قنوات التوزيع، وتبني سياسات تسعير مرنة، وتحديث استراتيجيات الترويج لتعزيز التنمية الصحية المستدامة.

كلمات مفتاحية: التسويق الزراعي، المزيج التسويقي الزراعي، التنمية الصحية المستدامة، المزارع النموذجية، الديوان الوطني لتغذية الأنعام وتربية الدواجن ONAB.

تصنيفات JEL: Q13، H54.

Abstract:

The study aims to analyze the impact of the agricultural marketing mix on achieving sustainable health development in Algeria, through its application to the model farms affiliated with the National Office for Animal Feed and Poultry Breeding (ONAB) in Batna Province. The study adopted a descriptive-analytical approach, where data were collected using a questionnaire directed to the managers and workers of the model farms in the province, and analyzed using SPSS version 20. The results showed a strong correlation between the agricultural marketing mix and the dimensions of sustainable health development, with a correlation coefficient of 0.825. The findings also indicated that the product and distribution policies had the greatest impact on sustainable health development, while the effect of pricing was weak, and promotion was not significant. The study recommended improving product quality, developing distribution channels, adopting flexible pricing policies, and updating promotional strategies to enhance sustainable health development.

Keywords: Agricultural Marketing; Agricultural Marketing Mix; Sustainable Health Development; Model Farms; National Office for Livestock Feed and Poultry Farming (ONAB).

JEL Classification Codes: Q13, H54.

1. مقدمة:

يعد التسويق الزراعي الاستراتيجي مقاربة حديثة تهدف إلى تحقيق التوازن بين الإنتاج الزراعي واحتياجات السوق، من خلال رؤية طويلة المدى تركز على قراءة السوق، واستغلال الفرص، وتوجيه الإنتاج نحو قطاعات ذات قيمة مضافة، مع تعزيز صورة المنتجات الزراعية لدى المستهلكين. ولا يقتصر هذا التوجه على توزيع المنتجات فقط، بل يتطلب توافقا بين خصائص المنتج وخصوصية السوق وتوقعات المستهلك، بما يعزز الكفاءة ويقلل الخسائر.

وفي ظل تزايد الاهتمام العالمي بالاستدامة، برزت التنمية الصحية المستدامة كنهج يدمج الأبعاد الصحية مع الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، حيث أصبح توفير الغذاء السليم والبيئة الصحية جزءاً من منظومة متكاملة للصحة.

ورغم امتلاك الجزائر لموارد طبيعية وبشرية هامة، لا تزال العديد من المزارع والتعاونيات تعتمد أساليب تسويقية تقليدية، ما يستدعي مراجعة هذه الممارسات وتطويرها لدعم التنمية الصحية المستدامة والنهوض بالقطاع الزراعي.

1.1 الاشكالية:

في ظل التحديات المتزايدة التي تواجه قطاعي الزراعة والصحة في الجزائر، تبرز الحاجة الملحة إلى تعزيز التكامل بينهما لتحقيق تنمية صحية مستدامة. إذ أن استراتيجيات التسويق الزراعي قد تلعب دوراً محورياً في تحسين جودة الغذاء وتوفيره بشكل آمن ومتوازن، ما ينعكس بشكل إيجابي على صحة السكان وجودة حياتهم. غير أن ضعف هذه الاستراتيجيات أو غيابها قد يؤدي إلى نتائج سلبية، كتدهور التغذية وانتشار الأغذية غير الصحية، إضافة إلى التأثيرات البيئية والاجتماعية السلبية. ومن هنا تبرز إشكالية هذه الدراسة التي تسعى إلى قياس أثر استراتيجيات التسويق الزراعي، المعتمدة من طرف الديوان الوطني لتغذية الأنعام وتربية الدواجن (ONAB) والمزارع النموذجية التابعة له، على تحقيق التنمية الصحية المستدامة في الجزائر.

ما مدى أثر المزيج التسويقي الزراعي في تحقيق التنمية الصحية المستدامة داخل المزارع النموذجية التابعة للديوان الوطني لتغذية الأنعام وتربية الدواجن (ONAB) بولاية باتنة؟

ومن الإشكالية العامة يتم طرح التساؤلات التالية:

- ما هو التسويق الزراعي؟ وكيف يساهم في تحسين كفاءة وإنتاجية القطاع الزراعي؟
- ما هي التنمية الصحية المستدامة؟ وما الأهداف الرئيسية التي تسعى لتحقيقها؟
- هل يؤثر تطبيق استراتيجيات التسويق الزراعي من طرف المزارع النموذجية التابعة للديوان الوطني لتغذية الأنعام وتربية الدواجن (ONAB) في ولاية باتنة على تحقيق أبعاد التنمية الصحية المستدامة في الجزائر؟

2.1 فرضيات الدراسة: للإجابة على إشكالية الدراسة وأسئلتها الفرعية تم صياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية الأولى:

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمزيج التسويقي الزراعي داخل المزارع النموذجية بولاية باتنة، التابعة للديوان الوطني لتغذية الأنعام وتربية الدواجن ONAB بالجزائر العاصمة، على تحقيق تنمية صحية مستدامة. ويتفرع عنها الفرضيات الفرعية التالية:

- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لسياسات المنتج الزراعي داخل المزارع النموذجية بولاية باتنة، التابعة لـ ONAB بالجزائر العاصمة، على تحقيقها لتنمية صحية مستدامة.
- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لسياسات التسعير داخل المزارع النموذجية بولاية باتنة، التابعة لـ ONAB بالجزائر العاصمة، على تحقيقها لتنمية صحية مستدامة.
- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لسياسات التوزيع الزراعي داخل المزارع النموذجية بولاية باتنة، التابعة لـ ONAB بالجزائر العاصمة، على تحقيقها لتنمية صحية مستدامة.
- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لسياسات الترويج الزراعي داخل المزارع النموذجية بولاية باتنة، التابعة لـ ONAB بالجزائر العاصمة، على تحقيقها لتنمية صحية مستدامة.

الفرضية الرئيسية الثانية:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة لتحديد مدى تطبيق المزيج التسويقي الزراعي ومؤشرات التنمية الصحية المستدامة تعزى للمتغيرات الشخصية: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، عدد سنوات الخبرة في الوظيفة الحالية، عدد سنوات الخبرة في مجال الإنتاج الزراعي.

3.1 أهمية الدراسة: تتمثل أهمية الدراسة في ما يلي:

- إبراز أهمية التكامل بين التسويق الزراعي والتنمية الصحية المستدامة؛
- دعم اعتماد التسويق الزراعي كنهج مكمل للبرامج الصحية المستدامة في الجزائر؛
- تقديم تشخيص واقعي لوضع التسويق الزراعي والمعوقات التي تعيق التنمية الصحية المستدامة؛
- توضيح مدى مساهمة استراتيجيات التسويق الزراعي في تحقيق صحة مستدامة؛
- الإسهام في اقتراح حلول عملية لتحسين فعالية التسويق الزراعي وتعزيز نتائجه على الصحة العامة.

4.1 أهداف الدراسة: تتمثل أهداف الدراسة في ما يلي:

- التعرف على مفاهيم التسويق الزراعي ومتطلبات تطبيقه؛

- قياس مساهمة الزراعة في الصحة المستدامة؛
- إبراز مساهمة التسويق الزراعي في تحقيق التنمية الصحية المستدامة.

5.1 منهج الدراسة:

يعد المنهج مجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق أهداف بحثه، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة السابقة الذكر وللإجابة على إشكالية البحث وإثبات صحة أو نفي الفرضيات الموضوعة، تم الاعتماد على المنهجين الوصفي والتحليلي، حيث سمح لنا المنهج الوصفي بتقديم المفاهيم والتعاريف المتعلقة بمتغيرات البحث ووضعه في إطاره النظري، أما استعمال المنهج التحليلي فكان بغرض إبراز الآثار ودراسة العلاقة بين متغيرات البحث، ولتحليل محتوى برامج التسويق الزراعي والتنمية الصحية المستدامة.

2. من الإنتاج إلى الاستهلاك: مقارنة متكاملة لفهم التسويق الزراعي:

1.2 تعريف التسويق الزراعي:

قد وردت عدة تعاريف للتسويق الزراعي، وإن كانت تصب في مجملها في تعريف المفهوم العام للتسويق، مع إدخال خصوصية المنتج الزراعي (سرعة التلف، موسمية الإنتاج والاستهلاك، عدم التأكد من كمية ونوعية المنتج)، وخصوصية السوق (إنتاج وحدات صغيرة والتسويق من قبل مؤسسات خاصة مثل التعاونيات أو عن طريق المزادات) (Meiselman & MacFie, 2012, p. 266)، حيث يعرف "بأنه جملة الوظائف التجارية التي ينطوي عليها نقل المنتجات الزراعية، والتي تتكون من المزارع والبستنة والمنتجات الحليفة الأخرى من المنتج إلى المستهلك. كما يعكس التسويق الزراعي بعداً آخر من توريد المنتجات من المناطق الريفية إلى الريفية؛ والمناطق الريفية إلى المناطق الحضرية ومن المناطق الريفية إلى المستهلكين الصناعيين". (Vadivelu & Kiran, 2013, p. 109)

وعرف أيضاً "على أنه ذلك النظام المرن الهادف إلى تسهيل تدفق السلع الزراعية والخدمات المرتبطة بها من أماكن إنتاجها إلى أماكن استهلاكها بالأوضاع والأسعار والنوعيات المناسبة والمقبولة من كافة أطراف العملية الزراعية" (عبيدات، 2000، صفحة 17)، ويظهر التسويق الزراعي على أنه عملية تبدأ بقرار لإنتاج سلعة زراعية قابلة للبيع، والتي تشمل جميع جوانب هيكل السوق ونظامه، استناداً إلى الاعتبارات التقنية والاقتصادية، ويشمل عمليات ما قبل وبعد الحصاد، التجميع، التصنيف، التخزين، والنقل والتوزيع. (Kiruthiga, Karthi, & Asha Daisy, 2015, p. 1)

كما أنه يمثل أنشطة المشروع والتي تتعلق بتدفق المنتجات الزراعية والخدمات من مراكز الإنتاج الزراعي حتى وصولها إلى المستهلك النهائي (Richard & Joseph, 1980, p. 8)؛ حيث يتضمن التسويق الزراعي أنشطة بيع وشراء المنتجات الزراعية كمفهوم تقليدي؛ غير أن هذا المفهوم تغير نتيجة عدة عوامل منها: فائض ووفرة في المنتج الزراعي، ارتفاع العمران وزيادة مستويات الدخل مما ترتب عنه تغير في شكل الطلب لتسويق الخدمات، زيادة الترابط

بين الأسواق العالمية، بالإضافة إلى تغير شكل ودرجة التدخل الحكومي في النشاط الزراعي. (Mishra & bhandari, 2013, p. 14)

وعلى ضوء التعريفات السابقة يمكن القول أن التسويق الزراعي هو عملية تشمل تخطيط وتنفيذ ومراقبة انتقال المنتجات والخدمات الزراعية من المزرعة إلى السوق، بهدف تلبية حاجات العملاء وتحقيق ربحية المنتجين. ويتضمن أنشطة مثل دراسة السوق، الترويج، التسعير، التوزيع، وإدارة العلاقات، ويتأثر بعوامل داخلية وخارجية، مما يتطلب استراتيجيات متقدمة لضمان النجاح.

2.2 أهداف التسويق الزراعي: يمكن حصر أهداف التسويق الزراعي في النقاط التالية: (دحو، 2015-2016 ، صفحة 171)

- تركيز وتجميع الإنتاج الزراعي: يتم تجميع الإنتاج الزراعي سواء كان مواد أولية تقدم للتصنيع أو مواد غذائية للمستهلكين في نقاط تجميع محلية، ومن ثم المركزية من المنتجين الزراعيين، بغرض القيام بالوظائف التسويقية اللازمة لإيصال هذه المنتجات الزراعية إلى مراكز الاستهلاك؛
- الموازنة بين العرض والطلب: وهي عملية مهنية تهدف إلى التحكم في العرض حتى يتوافق مع الطلب من حيث المواقيت والكمية، نظرا لما يتعرض له الإنتاج الزراعي من تغيرات طبيعية بسبب المناخ والبيئة، فضلا عن طبيعة الإنتاج الموسمية والاستهلاك الدائم؛
- رفع كفاءة أداء التسويق الزراعي محليا وخارجيا: وذلك من خلال تنظيم الأسواق، تفعيل دور الإرشاد التسويقي، إيجاد نظام فعال للمعلومات التسويقية ووضع الوسائل الكفيلة لوصول خدمات التسويق الزراعي للمزارعين والعاملين.

3.2 وظائف التسويق الزراعي: والمتمثلة في:

1.3.2 الوظائف التسويقية التبادلية: تتمثل في جميع المهام المتعلقة بنقل ملكية الحاصلات النباتية والمنتجات الحيوانية، والمقصود من هذه المهام وظيفتي الشراء والبيع، حيث تعتبران من الوظائف البالغة الأهمية في اتخاذ القرار المتعلق بعقد التبادل. (بن تفات، 2011، صفحة 185)

3.3.2 الوظائف التسويقية المادية: والمتمثلة في وظيفتي النقل والتخزين: (سايج، 2020، صفحة 664)

- النقل: يعد النقل من أهم الوظائف التسويقية التي تضمن نقل المنتجات من المزرعة إلى المستهلك.
- التخزين: وظيفة مهمة في تسويق المحاصيل الزراعية لأن إنتاج تلك المحاصيل موسمي واستهلاكها مستمر وسريعة التلف.

3.3.2 الوظائف التسويقية التيسيرية أو التسهيلية: وهي تلك المهام التي تساعد على تنفيذ كل من

الوظائف التبادلية والوظائف المادية، ومن خلالها يمكن تحقيق كفاءة الأداء التسويقي في المؤسسات المرتبطة بالمنتجات الزراعية، وتمثل هذه الوظائف في المهام التالية: (بوفنش، 2019، صفحة 4)

- **التدريج:** ويتضمن عمليات الفرز للمنتجات الزراعية، وتقسيمها وفق مواصفات محددة في مجموعات تتجانس فيما الوحدات، وتمثل كل مجموعة رتبة معينة تختلف أسعار الوحدات فيها عن أسعار المجموعات الأخرى.
- **التمويل:** ويقصد به توفير الأموال اللازمة للقيام بالوظائف التسويقية الضرورية، كالنقل والتخزين وغيرها حتى وصول المنتجات الزراعية إلى المستهلك النهائي.
- **تحمل المخاطر:** ويقصد به تسيير المخاطر، والتأهب لكل المخاطر المحتملة الوقوع أثناء إنجاز المهام التسويقية، وهذه المخاطر يمكن تصنيفها إلى مجموعتين أساسيتين: المجموعة الأولى تشمل المخاطر الخارجة عن سيطرة المؤسسات الزراعية، والمجموعة الثانية تتضمن المخاطر التي يمكن للمؤسسات الزراعية أن تتحكم فيها إلى حد ما.

3. نحو فهم شامل للتنمية الصحية المستدامة: المفهوم والمرتكزات

تعد الصحة محورا أساسيا في التنمية المستدامة لارتباطها بالبعد الاجتماعي، ما يستوجب توضيح مفهوم التنمية الصحية المستدامة وأسس تحقيقها.

1.3 تعريف التنمية الصحية المستدامة:

تعرف التنمية الصحية المستدامة على أنها نظام معقد من المدخل المتفاعل للاستعادة وإدارة وتحسين صحة الإنسان؛ والتي لها قاعدة إيكولوجية قابلة للاستمرار بيئيا واقتصاديا واجتماعيا إلى أجل غير مسمى، والتي تعمل بانسجام مع الجسم البشري والبيئة غير البشرية على حد سواء، والذي لا تنتج عنه آثار غير عادلة أو غير متناسبة على أي عنصر هام يساهم في نظام الرعاية الصحية، بالإضافة إلى الحفاظ على البيئة. (عبودي نعمه الجبوري، 2019، صفحة 31)

كما أكد نص المبدأ الأول من إعلان ريو للبيئة والتنمية على أن: "البشر في صميم الاهتمامات المتعلقة بالتنمية المستدامة، ويحق لهم أن يحيا حياة صحية ومنتجة في وئام مع الطبيعة". (غنو، 2021، صفحة 103) فلا يمكن تحقيق التنمية المستدامة مع تفشي الأمراض المهلكة، كما يتعذر الحفاظ على صحة السكان دون وجود تنمية مستدامة من الناحية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية.

فالصحة الجيدة تعزز التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وتساهم في الاستقرار الاقتصادي والحماية البيئية، لذلك فإنه من أهم غايات التنمية المستدامة هو حق كل إنسان بالتمتع بأعلى مستوى من الصحة

يمكن بلوغه؛ وخاصة وأن هناك اتساعاً لمفهوم الصحة، الذي لم يعد مفهومها يقتصر على عدم وجود المرض، بل تعداه ليشمل حالة كاملة من الأداء العقلي والجسدي، وبذلك يتسع مفهوم الصحة ليشمل مبادئ أخرى ذات تأثير مباشر عليها، إذ أن العديد من العوامل الحاسمة في ميدان الصحة والمرض تقع خارج نطاق التحكم المباشر لقطاع الصحة، ويقترن بالقطاعات البيئية والمياه والصرف الصحي والزراعة والتعليم والحياة الحضرية والريفية والتجارة والأمن، ويتمثل التصدي لسلبات هذه العوامل مفتاحاً لقيام تنمية صحية مستدامة، بمعنى تحسن مطرد في قطاع الصحة على المدى الطويل. (بومعروف و عماري، 2010، صفحة 28)

2.3 مؤشرات قياس التنمية الصحية المستدامة:

تم تطوير عدد من المؤشرات للتعريف بالحالة الصحية لمختلف الدول، والتي تعتبر بمثابة مؤشرات لقياس التنمية الصحية المستدامة في بلد ما، وتشتمل أهم هذه المؤشرات على ما يلي: (حمايزية و زرقين، 2015، الصفحات 258-259)

- العمر المتوقع عند الولادة: يتمثل في عدد السنوات التي من المتوقع أن يعيشها الطفل حديث الولادة في حال استمرار أنماط الوفاة السائدة وقت ولادته على ما هي عليه طوال حياته؛
- معدل وفيات الرضع: أي عدد الوفيات السنوية من الرضع الذين تقل أعمارهم عن سنة، والمعدل يعبر عن احتمال الوفاة خلال الفترة المحصورة بين الولادة واكتمال السنة الأولى من العمر بالضبط مضروباً في ألف؛
- نسبة الإنفاق الصحي: أي الإنفاق على المستشفيات والمراكز الصحية والعيادات وخطط التأمين الصحي وتنظيم الأسرة منسوبة إلى إجمالي الانفاق الحكومي أو الناتج المحلي الإجمالي؛
- الحصول على الخدمات الصحية: وهو النسبة المئوية للسكان الذين يمكنهم الحصول على الخدمات الصحية المحلية الملائمة سيرا على الأقدام باستخدام وسائل الانتقال المحلية.

3.3 الأسس المعتمدة لتحقيق تنمية صحية مستدامة:

إن تعزيز قدرة الأنظمة الصحية على توفير الخدمات الصحية الأساسية، يستدعي تحقيق مجموعة من التدابير على جميع المستويات، وعلى هذا الأساس نجد الاهتمام الواسع لتقارير المؤتمرات ومؤتمرات القمة ذات الصلة التي تعقدها الأمم المتحدة والدورات الاستثنائية للجمعية العامة بما يلي: (غازي القيسي، 2018، صفحة 277)

- تحسين وتطوير إدارة الموارد البشرية العاملة في خدمات القطاع الصحي؛
- تعزيز إمكانية الحصول بصورة منصفة على خدمات الصحة الكفؤة والرخيصة، تشمل الوقاية على كافة مستويات النظام الصحي والحصول على الأدوية الضرورية ميسورة أقل كلفة؛

- دمج المشاكل الصحية في الاستراتيجيات والسياسات والبرامج المتعلقة بالقضاء على الفقر وتحقيق التنمية المستدامة؛
- توجيه الجهود البحثية نحو القضايا الصحية ذات الأولوية وتطبيق نتائج البحوث عليها؛ خاصة القضايا التي تمس الفئات السكانية الضعيفة والمعرضة للإصابة بالأمراض؛
- تعزيز تكافؤ الفرص في الحصول على خدمات الصحة والتعليم والتدريب والمعالجة والتكنولوجيا الطبية والاهتمام بالآثار الجانبية لسوء الصحة؛
- تبني مبادرات لبناء قدرات تساعد في تقييم الروابط بين الصحة والبيئة وتستفيد من المعارف المكتسبة من أجل تهيئة استجابات أكثر فعالية إزاء الأخطار البيئية التي تهدد صحة الإنسان؛
- نقل ونشر التكنولوجيا التي تشمل إقامة شراكات متعددة المجالات مع القطاعين العام والخاص لتأمين الحصول على الخدمة الصحية.

4. دور المزيغ التسويقي الزراعي في تعزيز التنمية الصحية المستدامة في الجزائر:

1.4 تصميم الدراسة الميدانية وخطواتها الإجرائية:

1.1.4 مجتمع البحث وعينة الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من جميع إطارات المزارع النموذجية بولاية باتنة، أما عينة الدراسة فتم اختيارها عشوائيا وتم توزيع 78 استبيان و تم استرجاع 72 أي بنسبة 92.30% وبعد تدقيق الاستبيانات تم استبعاد 2 منها لعدم صلاحيتها وبالتالي تمت معالجة 70 استبانة وبمعدل استجابة 89.74%. ومن أجل تحديد حجم العينة الممثلة للمجتمع الممكن التعرف عليه تم استخدام معادلة Steven Thompson التالية: (Steven, 2012, pp. 59-60)

$$n = \frac{N \times p(1-p)}{[(N-1)(d^2 \div z^2)] + p(1-p)}$$

الجدول 1: شرح معادلة ستيفن ثامبسون

الرمز	التفسير	القيمة المعطاة
N	حجم مجتمع الدراسة	81
Z	الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى المعنوية 0.05 ومستوى الثقة 0.95	1.96
D	نسبة الخطأ	0.05
P	القيمة الاحتمالية	0.50
N	حجم العينة التمثيلية	68

المصدر: من إعداد الباحثة

2.1.4 معدل الاستجابة: إن حجم العينة المعتمد عليه في هذه الدراسة كان مساويا لـ 81 فرد، وزعت الباحثة بصورة مباشرة 78 استبانة على عينة قصدية شملت مجموعة من إطارات المزارع النموذجية بولاية باتنة.

وبعد أن تم استرجاع 72 استبانة تبين أن عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل الإحصائي بلغ 70 استبانة وبمعدل استجابة 89.74%. ويوضح الجدول التالي عدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة ومعدل الاستجابة العام.

الجدول 2: معدل الاستجابة للاستبانة

الحالة	العدد	النسبة المئوية%
عدد الاستبيانات الموزعة	78	100
عدد الاستبيانات غير المسترجعة	06	07.69
عدد الاستبيانات المسترجعة	72	92.30
عدد الاستبيانات المستبعدة	02	02.56
عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل الإحصائي	70	89.74

المصدر: من إعداد الباحثة.

3.1.4 منهجية الدراسة: انطلاقا من طبيعة الدراسة والمعلومات المراد الحصول عليها من آراء المبحوثين؛ ومن خلال التساؤلات التي تسعى الدراسة الميدانية الإجابة عليها، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي باعتباره طريقة للبحث تتناول وصف ظواهر وممارسات متاحة للدراسة والقياس دون تدخل الباحث في مجرياتها، ولكن يمكنه التفاعل معها بوصفها وتحليلها؛ وتقتضي الدراسة التسويقية هذا النوع من المناهج لوصف الممارسات التسويقية وتحليل توجهات المبحوثين نحو هذه الممارسات.

4.1.4 إجراءات تحليل المعلومات: جاءت فقرات الاستبانة المخصصة لأبعاد ومؤشرات متغيرات الدراسة (المستقل والتابع) في العينة مغلقة ومصممة وفقا لمقياس ليكرت الخماسي لقياس العبارات؛ حيث يقابل كل عبارة قائمة تحمل الاختيارات التالية: موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة. والمتناسبة مع الأوزان 1، 2، 3، 4، 5 على التوالي، وقد تم اعتماد خمس فئات لتحديد درجة التقييم عند حساب المتوسط الحسابي المرجح، بحيث يحدد الاتجاه وفق قيم المتوسط كما يلي: فمن 1 إلى 1.80 درجة منخفضة جدا، من 1.81 إلى 2.60 درجة منخفضة، من 2.61 إلى 3.40 درجة متوسطة، من 3.41 إلى 4.20 درجة عالية، من 4.21 إلى 5 درجة عالية جدا.

5. عرض وتحليل النتائج الوصفية وبناء نماذج الدراسة:

1.5 وصف خصائص عينة الدراسة: يبين الجدول التالي المعلومات العامة حول عينة الدراسة، حيث يظهر التكرارات والنسب المئوية حسب السن، العمر، المستوى التعليمي، عدد سنوات الخبرة في الوظيفة الحالية، عدد سنوات الخبرة في مجال الإنتاج الزراعي، تقييم منتجات المزارع النموذجية في ولاية باتنة.

الجدول 03: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الديمغرافية

النسبة المئوية %	التكرار	القياس	
60	42	ذكر	الجنس
40	28	أنثى	
0	0	أقل من 25 سنة	العمر
30	21	من 26-35 سنة	
34.3	24	من 36-45 سنة	
25.7	18	من 46-55 سنة	
10	7	أكثر من 56 سنة	
0	0	ابتدائي	المستوى التعليمي
5.7	4	متوسط	
18.6	13	ثانوي	
75.7	53	جامعي	
17.1	12	أقل من سنة	عدد سنوات الخبرة في الوظيفة الحالية
24.3	17	1-5 سنوات	
12.9	09	6-10 سنوات	
27.1	19	11-15 سنة	
14.3	10	16-25 سنة	
4.3	3	25 فأكثر	
40	28	لا توجد خبرة	عدد سنوات الخبرة في مجال الإنتاج الزراعي
1.4	01	أقل من سنة	
14.3	10	1-5 سنوات	
10	07	6-10 سنوات	
15.7	11	11-15 سنة	
11.4	08	16-25 سنة	
7.1	5	25 سنة فأكثر	

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS V.20

أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية عينة البحث من الذكور بنسبة 60%، وتتركز الفئة العمرية بين 36 و45 سنة بنسبة 34.3%. كما أن معظم المبحوثين يحملون مؤهلات جامعية بنسبة 75.7%. من حيث الخبرة في الوظيفة الحالية، تمثل فئة 11-15 سنة النسبة الأكبر بـ 27.1%، في حين أن 40% من المشاركين ليست لديهم خبرة في مجال الإنتاج الزراعي، مما يشير إلى ضعف الارتباط المباشر بين العمل الفلاحي والخبرة الزراعية المتخصصة.

2.5 المقاييس الوصفية لمتغيرات الدراسة: يهتم التحليل الوصفي بتحديد درجة موافقة أفراد العينة على كل عبارة من عبارات الاستبانة لمعرفة دور عمليات التسويق الزراعي الاستراتيجي في تحقيق تنمية صحية مستدامة بولاية باتنة.

1.2.5 المقاييس الوصفية لبعء سياسات المنتج الزراعي: والموضحة في الجدول الموالي:

الجدول 4: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات بعد سياسات المنتج الزراعي

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	التقييم
01	تقدم المؤسسة لعملائها منتجات ذات خصائص وميزات عالية	4.10	0.854	07	درجة عالية
02	تحرص المؤسسة على تقديم تشكيلة متنوعة من المنتجات التي تتناسب مع رغبات عملائهم.	3.73	0.779	09	درجة عالية
03	تقوم المؤسسة بتطوير منتجاتها باستمرار.	4.10	0.725	06	درجة عالية
04	تستغل المؤسسة الموارد الزراعية المتاحة بشكل عقلاني.	4.43	0.827	02	درجة عالية جدا
05	تعمل المؤسسة على تحديد الإنتاج والكميات والنوعيات حسب حاجة المستهلكين وأذواقهم مع مراعاة القيمة المضافة المتحققة.	4.09	0.717	08	درجة عالية
06	تكيف المؤسسة الأساليب الإنتاجية بما يخدم أطراف العملية الزراعية بشكل متوازن وعادل يساعد على زيادة الإنتاجية وتحسينها.	4.26	0.793	03	درجة عالية جدا
07	توفر المؤسسة وسائل تخزين ملائمة خاصة المتعلقة منها بالمحاصيل سريعة التلف.	4.20	0.972	05	درجة عالية
08	تقع المؤسسة بعيدا عن تأثير المصانع التي ينبعث منها أبخرة أو غازات أو مواد سامة.	2.69	1.234	21	درجة متوسطة
09	تقع المؤسسة بعيدا عن الطرق الرئيسية التي يكثر عليها حركة المرور وما يتبع ذلك من بقايا العوادم والتأثيرات الضارة.	2.79	1.295	20	درجة متوسطة
10	تقع المؤسسة بعيدا عن محطات الصرف الصحي أو الزراعي وبالتالي لا تتسرب إليها السوائل التي تؤثر على فعاليتها وكفاءتها	3.53	0.863	11	درجة عالية
11	تعالج أرض المزرعة بعيدا عن المركبات الكيماوية بطبقة التحلل، الأمر الذي لا يؤثر على فترة التحول العضوي.	3.53	1.282	12	درجة عالية
12	يزرع في المزرعة إلى جانب المنتجات العضوية محاصيل غير عضوية.	3.21	1.075	15	درجة متوسطة
13	تسمح المزرعة بالإنتاج المتوازن، أي الجمع بين منتج عضوي وآخر غير عضوي.	3.54	0.896	10	درجة عالية
14	جميع المنتجات المتحصل عليها ترجع لبذور وشتلات عضوية ومنتجة في مزارع عضوية.	3.30	0.589	13	درجة متوسطة
15	في حالة عدم توفر البذور العضوية، تستعمل المزرعة بذور أو مواد تكاثر عادية دون إتباع أي شروط.	3.29	0.515	14	درجة متوسطة
16	تسعى المزرعة في حالة عدم توفر بذور عضوية استبدالها بمواد أخرى غير محورة وراثيا ومعاملة كيماويا.	2.93	1.081	18	درجة متوسطة
17	تعمل المزرعة على إضافة مخصبات طبيعية والأسمدة المصح بها من قبل جهة التفتيش المختصة بالمراقبة.	4.21	1.020	04	درجة عالية جدا
18	تراعي المزرعة جودة المواد المستخدمة في مكافحة الآفات والأمراض بحيث تكون غير سامة للإنسان والحيوان والنبات.	4.47	0.503	01	درجة عالية جدا
19	المواد المستخدمة لمعالجة الآفات تمتص داخل النبات الأمر الذي يؤثر على فترة التحول العضوي.	2.37	1.154	22	درجة منخفضة
20	تسمح المؤسسة بدخول منتجات غير عضوية أثناء تشغيل المنتجات العضوية.	2.97	0.701	17	درجة متوسطة
21	تحظى الزراعة العضوية في المزرعة إلى دعم من الحكومة.	2.99	0.691	16	درجة متوسطة
22	للمستهلك المحلي وعي بأهمية وفوائد المنتج العضوي.	2.81	1.067	19	درجة متوسطة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الإجمالي	3.54	0.350	/	درجة عالية

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V.20

يتضح من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي الإجمالي لمجموع عبارات بعد سياسات المنتج الزراعي قد بلغ 3.54، بانحراف معياري قدر بـ 0.350 بمعنى تشتت منخفض لاستجابات المبحوثين. وهو يقع ضمن مجال التقييم "درجة عالية"؛ ما يعنى وجود موافقة عالية لإجمالي عبارات هذا البعد من قبل المبحوثين. على مستوى العبارات، بلغت المتوسطات الحسابية للعبارات "تراعي المزرعة جودة المواد المستخدمة في مكافحة الآفات والأمراض بحيث تكون غير سامة للإنسان والحيوان والنبات" و "تستغل المؤسسة الموارد الزراعية المتاحة بشكل عقلاني" وأيضا "تكيف المؤسسة الأساليب الإنتاجية بما يخدم أطراف العملية الزراعية بشكل متوازن وعادل يساعد على زيادة الإنتاجية وتحسينها." وعبارة "تعمل المزرعة على إضافة مخصبات طبيعية والأسمدة المصح بها من قبل جهة التفتيش المختصة بالمراقبة." 4.47، 4.43، 4.26، 4.21 على الترتيب، وهي مدرجة ضمن مجال التقييم "درجة عالية جدا ودرجة عالية"، وهي قيم تدل على أن المؤسسة تولي اهتماما كبيرا بتقديم منتجات زراعية عالية الجودة ومحسنة، بالإضافة تركيزها على الجودة، والابتكار في ممارسات الزراعة، التطوير المستمر، والاستدامة في الزراعة والاهتمام بتلبية احتياجات العملاء شكل فعال، إلى جانب ذلك، تلتزم بالمعايير البيئية والصحية في إنتاجها "الترام نسبي"، هذه العوامل تجعلها تتميز كرائدة في مجال الزراعة.

2.2.5 المقاييس الوصفية لبعد سياسات التسعير الزراعي: يوضح الجدول أدناه المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع عبارات بعد سياسات التسعير الزراعي وترتيبها حسب أعلى متوسط حسابي ودرجة الموافقة لكل منها.

الجدول 5: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات بعد سياسات التسعير الزراعي

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	التقييم
01	تحدد المزرعة أسعار منتجاتها وفقا لجودتها.	3.49	0.830	04	درجة عالية
02	تقوم المزرعة بتعديل أسعار منتجاتها باستمرار.	3.13	0.741	06	درجة متوسطة
03	تأخذ المزرعة بعين الاعتبار المستوى العام للأسعار والدخل بالنسبة لمختلف فئات العملاء.	3.21	1.226	05	درجة متوسطة
04	تسعى المؤسسة إلى تسهيل طرق السداد (إدخال طريقة الدفع الإلكتروني).	3.70	1.184	02	درجة عالية
05	تعمل المزرعة على تحديد وضبط تخفيضات موجهة للعملاء الأوفياء.	2.67	1.224	07	درجة متوسطة
06	تتدخل الحكومة لضبط السقوف السعرية لمنتجات المزرعة	3.96	1.148	01	درجة عالية
07	للحكومة دور فعال في حل المشاكل والأزمات المتعلقة بنقص المنتجات وضبط التسعير.	3.70	1.397	03	درجة عالية
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الإجمالي		3.41	0.418	/	درجة عالية

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V.20

يتضح من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي الإجمالي لمجموع عبارات بعد سياسات التسعير الزراعي قد بلغ 3.41، بانحراف معياري قدره 0.418 بمعنى تشتت منخفض نوعا ما لاستجابات المبحوثين؛ وهو يقع ضمن مجال التقييم "درجة عالية"؛ ما يعنى وجود موافقة عالية لإجمالي عبارات هذا البعد من قبل المبحوثين. وبالنظر إلى المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للعبارات، يبدو أنها عموما تمتلك تقييم "درجة عالية" وأن هناك اتفاقا نسبيا بين المشاركين في الدراسة حول هذه الجوانب المختلفة للسياسات السعرية الزراعية.

على غرار بعض العبارات التي حصلت على تقييم "درجة متوسطة"، نجد العبارة الثانية "تقوم المزرعة بتعديل أسعار منتجاتها باستمرار"، هذا يشير إلى أن المشاركين في الدراسة يرون أن تعديل الأسعار بشكل متكرر هو ممارسة تتم بشكل متوسط بالنسبة للمزرعة ويمكن أن يرتبط ذلك بالاستجابة للتغيرات في السوق، كما يمكن أن يرتبط هذا التقييم بالاستقرار النسبي في الأسعار الخاصة بالمزرعة، حيث لا تحدث تغييرات كبيرة في الأسعار بشكل منتظم وكذا إلى استقرار السوق الزراعية وقدرة المزرعة على الحفاظ على استقرار الأسعار.

3.2.5 المقاييس الوصفية لبعث سياسات التوزيع الزراعي: يوضح الجدول أدناه المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع عبارات بعد سياسات التوزيع الزراعي وترتيبها حسب أعلى متوسط حسابي ودرجة الموافقة لكل منها.

الجدول 6: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات بعد سياسات التوزيع الزراعي

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	التقييم
01	تقدم المزرعة منتجاتها لعملائها بسهولة تامة وفي الوقت والمكان المناسبين.	3.97	0.916	01	درجة عالية
02	تقدم المزرعة منتجاتها عبر شبكة واسعة من الفروع المنتشرة عبر مختلف ربوع الوطن.	2.11	0.627	07	درجة منخفضة
03	تهتم المزرعة باختيار مواقع فروع مميزة تسهل وصول العملاء إليها وتجذب المزيد منهم.	3.19	0.786	04	درجة متوسطة
04	تطمح المؤسسة إلى توسيع أسواقها وكذا إنتاج وحدات تسويق جديدة.	3.71	0.965	02	درجة عالية
05	طبيعة المنافسة في مجال التسويق تدفع كافة المنافذ والوسطاء للعمل بكفاءة.	2.46	1.003	06	درجة منخفضة
06	تتوفر المزرعة على تسهيلات لنقل المنتجات الزراعية.	3.10	0.745	05	درجة متوسطة
07	تعمل المزرعة على تحديد أساليب التسويق والبيع المناسبين ضمن شروط مناسبة للمنتجين والمستهلكين.	3.36	0.566	03	درجة متوسطة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الإجمالي	3.13	0.386		درجة متوسطة

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V.20

يتضح من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي الإجمالي لمجموع عبارات بعد سياسات التوزيع الزراعي قد بلغ 3.13، بانحراف معياري قدره 0.386 بمعنى تشتت منخفض نوعا ما لاستجابات المبحوثين؛ وهو يقع ضمن مجال التقييم "درجة متوسطة"؛ ما يعني وجود موافقة متوسطة لإجمالي عبارات هذا البعد من قبل المبحوثين. وبالنظر إلى المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للعبارات، يبدو أنها عموما تمتلك تقييم "درجة متوسطة"، بشكل عام، يمكن القول أن المبحوثين يشيرون إلى درجة متوسطة من الرضا أو التقييم الإيجابي إتجاه سياسة التوزيع في المؤسسة محل الدراسة.

على غرار ذلك نجد بعض العبارات التي تحسنت على تقييم "درجة عالية"، فنجد العبارة الأولى "تقدم المزرعة منتجاتها لعملائها بسهولة تامة وفي الوقت والمكان المناسبين"، الأمر الذي يشير إلى وجود عملية توزيع فعالة وسلسلة مما يعزز إرضاء العملاء، والعبارة الرابعة "تطمح المؤسسة إلى توسيع أسواقها وكذا إنتاج وحدات تسويق

جديدة". الأمر الذي يعكس رغبة المؤسسة في التوسع والتحسين المستمر من خلال إنتاج وحدات تسويق جديدة وتوسيع أسواقها، ورغبتها في التطوير وتقديم منتجات جديدة لتلبية تطلعات السوق.

4.2.5 المقاييس الوصفية لبعء سياسات الترويج الزراعي: يوضح الجدول أدناه المتوسطات الحسابية

والانحرافات المعيارية لجميع عبارات بعد سياسات الترويج الزراعي وترتيبها حسب أعلى متوسط حسابي ودرجة الموافقة لكل منها.

الجدول 7: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات بعد سياسات الترويج الزراعي

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	التقييم
01	توفر المزرعة لزبائنهم مختلف المعلومات الضرورية عن منتجاتها الحالية والجديدة.	4.07	0.621	01	درجة عالية
02	تعتمد المزرعة على تشكيل مزيج ترويجي (الدعاية، الإشهار، العلاقات العامة، البيع الشخصي) متنوع ومميز هدفه إقناع العملاء بالتعامل معه.	3.39	0.597	02	درجة متوسطة
03	تتصف الحملات الإعلانية للمزرعة بالجاذبية والإقناع بفضل التخطيط المحكم لها.	2.97	0.538	05	درجة متوسطة
04	تتبع المزرعة أساليب حديثة في الترويج لمختلف منتجاتها (الوسائل السمعية والبصرية، ومواقع التواصل الاجتماعي).	3.09	0.756	04	درجة متوسطة
05	تعمل المؤسسة على تكتيف الجهود في مجال تنشيط المبيعات.	3.17	0.659	03	درجة متوسطة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الإجمالي	3.34	0.475	-	درجة متوسطة

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS V.20

يتضح من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي الإجمالي لمجموع عبارات بعد سياسات الترويج الزراعي قد بلغ 3.34، بانحراف معياري قدره 0.475 بمعنى تشتت منخفض نوعاً ما لاستجابات المبحوثين. وهو يقع ضمن مجال التقييم "درجة متوسطة"؛ ما يعني وجود موافقة متوسطة لإجمالي عبارات هذا البعد من قبل المبحوثين.

على مستوى العبارات، بلغت المتوسطات الحسابية للعبرة الأولى "توفر المزرعة لزبائنهم مختلف المعلومات الضرورية عن منتجاتها الحالية والجديدة" على تقييم درجة عالية بمتوسط بلغ 4.07، وهي قيمة تدل على أن المؤسسة تتفوق في توفير مختلف المعلومات للعملاء، مما يعزز رضاهم بها.

أما بقية العبارات فقد كانت مدرجة ضمن مجال التقييم "متوسطة"، مما يشير إلى أن تقييمات الأداء تشير إلى أن المزرعة تعتمد على استراتيجيات ترويج متنوعة، ولكن هناك فرص لتحسين التخطيط في الحملات الإعلانية وتنفيذ أساليب ترويج حديثة، وتعزيز الاستراتيجيات لتحقيق نتائج أفضل من خلال التركيز على تحسين التوجيه وتعزيز التدريب.

5.2.5 المقاييس الوصفية لبعء التنمية الصحية المستدامة: يوضح الجدول أدناه المتوسطات الحسابية

والانحرافات المعيارية لجميع عبارات بعد سياسات الترويج الزراعي وترتيبها حسب أعلى متوسط حسابي ودرجة الموافقة لكل منها.

دور المزيج التسويقي الزراعي كأداة لتعزيز تنمية صحية مستدامة في الجزائر: دراسة تطبيقية على إطارات المزارع النموذجية بولاية باتنة
التابعة للديوان الوطني لتغذية الأنعام وتربية الدواجن (ONAB)

الجدول 8: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات بعد التنمية الصحية المستدامة

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	التقييم
01	تقدم المؤسسة لعملائها منتجات ذات خصائص وميزات عالية	4.10	,854	6	درجة عالية
02	تحرص المؤسسة على تقديم تشكيلة متنوعة من المنتجات التي تتناسب مع رغبات عملائهم.	3.73	,779	9	درجة عالية
03	تقوم المؤسسة بتطوير منتجاتها باستمرار.	4.10	,725	6	درجة عالية
04	تستغل المؤسسة الموارد الزراعية المتاحة بشكل عقلاني.	4.43	,827	2	درجة عالية جدا
05	تعمل المؤسسة على تحديد الإنتاج والكميات والنوعيات حسب حاجة المستهلكين وأذواقهم مع مراعاة القيمة المضافة المتحققة.	4.09	,717	8	درجة عالية
06	تكيف المؤسسة الأساليب الإنتاجية بما يخدم أطراف العملية الزراعية بشكل متوازن وعادل يساعد على زيادة الإنتاجية وتحسينها.	4.26	,793	3	درجة عالية جدا
07	توفر المؤسسة وسائل تخزين ملائمة خاصة المتعلقة منها بالمحاصيل سريعة التلف.	4.20	,972	5	درجة عالية
08	تقع المؤسسة بعيدا عن تأثير المصانع التي ينبعث منها أبخرة أو غازات أو رماد سام.	2.69	1,234	22	درجة متوسطة
09	تقع المؤسسة بعيدا عن الطرق الرئيسية التي يكثر عليها حركة المرور وما يتبع ذلك من بقايا العوادم والتأثيرات الضارة.	2.79	1,295	20	درجة متوسطة
10	تقع المؤسسة بعيدا عن محطات الصرف الصحي أو الزراعي وبالتالي لا تتسرب إليها السوائل التي تؤثر على فعاليتها وكفاءتها	3.53	,863	11	درجة عالية
11	المواد المستخدمة لمعالجة الآفات تمتص داخل النبات الامر الذي يؤثر على فترة التحول العضوي.	3.53	1.282	11	درجة عالية
12	يزرع في المزرعة إلى جانب المنتجات العضوية محاصيل غير عضوية.	3.21	1.075	15	درجة متوسطة
13	تسمح المزرعة بالإنتاج المتوازن، أي الجمع بين منتج عضوي وآخر غير عضوي.	3.54	0.896	10	درجة عالية
14	جميع المنتجات المتحصل عليها ترجع لبذور وشتلات عضوية ومنتجة في مزارع عضوية	3.30	0.598	13	درجة متوسطة
15	في حالة عدم توفر البذور العضوية، تستعمل المزرعة بذور أو مواد تكاثر عادية دون إتباع أي شروط.	3.29	0.515	14	درجة متوسطة
16	تسعى المزرعة في حالة عدم توفر بذور عضوية استبدالها بمواد أخرى غير محورة وراثيا ومعاملة كيماويا.	2.93	1.081	18	درجة متوسطة
17	تعمل المزرعة على إضافة مخصبات طبيعية والأسمدة المصريح بها من قبل جهة التفتيش المختصة بالمراقبة.	4.21	1.020	4	درجة عالية جدا
18	تراعى المزرعة جودة المواد المستخدمة في مكافحة الآفات والأمراض بحيث تكون غير سامة للإنسان والحيوان والنبات.	4.47	0.503	1	درجة عالية جدا
19	المواد المستخدمة لمعالجة الآفات لا تمتص داخل النبات وتعمل من الخارج ولا تتراكم في التربة مما يؤثر على التربة العضوية.	2.73	1.154	21	درجة متوسطة
20	تسمح المؤسسة بدخول منتجات غير عضوية أثناء تشغيل المنتجات العضوية.	2.97	0.701	17	درجة متوسطة
21	تحظى الزراعة العضوية في المزرعة إلى دعم من الحكومة.	2.99	0.691	16	درجة متوسطة
22	للمستهلك المحلي وعي بأهمية وفوائد المنتج العضوي.	2.81	1.067	19	درجة متوسطة
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الإجمالي		3.99	0.461	/	درجة عالية

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V.20

يتضح من نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي الإجمالي لبعد الإنتاج الزراعي العضوي بلغ 3.99 بتقييم درجة عالية، مما يشير إلى رضا عام من المبحوثين حول ممارسات المؤسسة في هذا المجال. وقد جاءت أعلى العبارات تقييماً مثل: مراعاة جودة المواد المستخدمة في مكافحة الآفات (4.47) واستغلال الموارد الزراعية بشكل عقلاني (4.43) وتكييف الأساليب الإنتاجية بشكل متوازن (4.26) بتقييم درجة عالية جداً.

في المقابل، حصلت بعض العبارات على تقييم درجة متوسطة، خاصة تلك المتعلقة بالبعد عن مصادر التلوث، استخدام بذور غير عضوية، نقص وعي المستهلك، وعدم كفاية دعم الحكومة للزراعة العضوية. تعكس هذه النتائج نقاط قوة المؤسسة في الالتزام بالمعايير الصحية والبيئية للإنتاج العضوي، مع وجود مجالات قابلة للتحسين تتعلق بالبيئة المحيطة والوعي والدعم المؤسسي.

6. اختبار علاقات الارتباط بين المزيج التسويقي الزراعي وأبعاد التنمية الصحية: والموضحة في الجدول

الموالي:

الجدول 9: اختبار علاقة الارتباط بين المزيج التسويقي الزراعي وأبعاد التنمية الصحية المستدامة

Corrélations			
		المتغير المستقل	المتغير التابع
المزيج التسويقي الزراعي	Corrélacion de Pearson	1	,825**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	70	70
التنمية الصحية المستدامة	Corrélacion de Pearson	,825**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	70	70
**. La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).			

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS V.20

تشير نتائج ارتباط بيرسون أن قيمة الارتباط بين المزيج التسويقي الزراعي والتنمية الصحية المستدامة تساوي 0.825 وهذا مؤشر على وجود علاقة قوية؛ ومن إشارة الارتباط يتضح أن العلاقة طردية؛ ونظراً لأن قيمة مستوى الدلالة $0.000 = \text{sig}$ أقل من 0.05، لذلك نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 5% لمؤشرات المزيج التسويقي الزراعي الاستراتيجي على أبعاد التنمية الصحية المستدامة.

7. اختبار فرضيات الدراسة:

لاختبار فرضيات الدراسة تم استخدام نموذج الانحدار الذي يشمل متغيرات مستقلة (سياسات المنتج الزراعي، سياسات التسعير الزراعي، سياسات التوزيع الزراعي، سياسات الترويج الزراعي) والمتغير التابع (التنمية الصحية المستدامة)، وقد كانت النتائج كالآتي:

1.7 نموذج الانحدار الخطي لدراسة أثر المزيج التسويقي الزراعي على التنمية الصحية المستدامة:

من أجل اختبار الفرضية الرئيسية نحتاج إلى وضع فرضيتين هما: فرضية العدم والفرضية البديلة، على اعتبار أن فرضية العدم خاضعة للاختبار أي أنها قد تكون غير صحيحة، مما يتطلب وضع الفرضية البديلة.

- **فرضية العدم H_0 :** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمزيج التسويقي الزراعي داخل المزارع النموذجية بولاية باتنة، التابعة للديوان الوطني لتغذية الأنعام وتربية الدواجن ONAB بالجزائر العاصمة، على تحقيق تنمية صحية مستدامة.

- **الفرضية البديلة H_1 :** يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمزيج التسويقي الزراعي داخل المزارع النموذجية بولاية باتنة، التابعة للديوان الوطني لتغذية الأنعام وتربية الدواجن ONAB بالجزائر العاصمة، على تحقيق تنمية صحية مستدامة.

الجدول 10: ملخص نموذج الانحدار الخطي لدراسة أثر المزيج التسويقي الزراعي على التنمية الصحية المستدامة

Récapitulatif des modèles				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,825 ^a	,680	,675	,263
a. Valeurs prédites : (constantes) المزيج التسويقي الزراعي.				

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS V.20

تظهر نتائج ملخص النموذج أن قيمة معامل الارتباط (R) بلغت 0,825، ما يعكس وجود علاقة ارتباط قوية وإيجابية بين المزيج التسويقي الزراعي والتنمية الصحية المستدامة. كما بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) نحو 0,680، وهو ما يعني أن 68% من التغيرات التي تطرأ على التنمية الصحية المستدامة يمكن تفسيرها من خلال التغيرات في المزيج التسويقي الزراعي. وتشير قيمة معامل التحديد المعدل (R^2 ajusté) المقدرة بـ 0,675 إلى أن النموذج يحتفظ بقدرته التفسيرية حتى بعد تعديل أثر حجم العينة. أما الخطأ المعياري للتقدير فقد بلغ 0,263، وهو منخفض نسبياً، مما يدل على جودة النموذج ودقته في التقدير. وعليه، تؤكد هذه النتائج وجود تأثير معنوي وإيجابي للمزيج التسويقي الزراعي على تحقيق التنمية الصحية المستدامة.

2.7 تحليل التباين (ANOVA) لنموذج الانحدار بين المزيج التسويقي الزراعي والتنمية الصحية

المستدامة:

في هذا الإطار، تم إجراء اختبار تحليل التباين (ANOVA) لقياس مدى معنوية نموذج الانحدار وتفسيره لأثر المزيج التسويقي الزراعي على التنمية الصحية المستدامة، كما هو موضح في الجدول الموالي.

الجدول 11: اختبار تحليل التباين (ANOVA) لنموذج الانحداريين المزيج التسويقي الزراعي والتنمية الصحية المستدامة

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1	Régression	9,963	1	9,963	144,396	,000 ^b
	Résidu	4,692	68	,069		
	Total	14,654	69			
a. Variable dépendante : التنمية_الصحية_المستدامة						
b. Valeurs prédites : (constantes), المزيج_التسويقي_الزراعي						

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS V.20

تشير نتائج تحليل التباين ANOVA إلى أن قيمة F بلغت 144.396 عند مستوى دلالة Sig = 0.000 ، وهي أقل بكثير من 0.05، مما يدل على أن النموذج ككل معنوي إحصائياً. وهذا يعني وجود تأثير دال إحصائياً للمزيج التسويقي الزراعي على التنمية الصحية المستدامة. كما تظهر النتائج أن مجموع مربعات التباين المفسر (Régression) يساوي 9.963، وهو أكبر من مجموع مربعات الخطأ الذي بلغ 4.692، مما يؤكد أن جزءاً كبيراً من التباين في التنمية الصحية المستدامة يمكن تفسيره بالمزيج التسويقي الزراعي. وعليه، ترفض الفرضية العدمية لصالح الفرضية البديلة التي تفيد بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين.

3.7 تحليل معاملات الانحدار لمتغير المزيج التسويقي الزراعي وتأثيره على التنمية الصحية المستدامة:

لقياس الفرضية الرئيسية الأولى والتي تنص على مدى تأثير المزيج التسويقي الزراعي على التنمية الصحية المستدامة، تم استخدام تحليل معاملات الانحدار الذي يوضح إسهام المتغير المستقل في تفسير التغيرات الحاصلة في المتغير التابع، كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول 12: تحليل معاملات الانحدار لمتغير المزيج التسويقي الزراعي وتأثيره على التنمية الصحية المستدامة

Coefficients ^a						
Modèle		Coefficients non standardizes		Coefficients standardizes	T	Sig.
		A	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,101	,325		,311	,757
	المتغير_المستقل	1,159	,096	,825	12,016	,000
a. Variable dépendante : التنمية_الصحية_المستدامة						

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS V.20

تشير نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط إلى وجود علاقة تأثير قوية ومباشرة ذات دلالة إحصائية بين المزيج التسويقي الزراعي باعتباره المتغير المستقل، والتنمية الصحية المستدامة كمتغير تابع. حيث أظهرت قيمة

معامل الانحدار غير المعياري ($B = 1.159$) أن أي زيادة بوحدة واحدة في مستوى تطبيق استراتيجيات المزيج التسويقي الزراعي تؤدي إلى ارتفاع مستوى التنمية الصحية المستدامة بمقدار 1.159 وحدة، مع ثبات العوامل الأخرى.

كما تعكس قيمة معامل Beta المعياري (0.825) قوة ودرجة تأثير المزيج التسويقي الزراعي على التنمية الصحية المستدامة، وهي قيمة مرتفعة تؤكد أن هذا المتغير يفسر جزء كبيرا من التغيرات في المتغير التابع. وتجدر الإشارة إلى أن مستوى الدلالة الإحصائية المصاحب لهذا التأثير ($Sig = 0.000$) أقل من المستوى المعتمد (5%)، مما يعزز مصداقية النتائج ويدعو إلى رفض الفرضية العدمية التي تنفي وجود علاقة تأثير، والقبول بالفرضية البديلة التي تؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية. أما عن قيمة الثابت (0.101) فهي تعبر عن المستوى المتوقع للتنمية الصحية المستدامة في حالة غياب تأثير المزيج التسويقي الزراعي، إلا أن عدم دلالتها الإحصائية يشير إلى أن الدور الأساسي في تفسير التغيرات يعود للمتغير المستقل. وبناء على النتائج، يمكن صياغة معادلة نموذج الانحدار الخطي البسيط على النحو الآتي: $1 + 1.159X_1 + 0.101X_2 = Y$

هذا يعني أن تحسين آليات واستراتيجيات المزيج التسويقي الزراعي سواء على مستوى المنتج أو التسعير أو التوزيع أو الترويج يسهم بشكل ملموس وفعال في تحقيق تنمية صحية مستدامة. وهو ما يشير إلى أهمية تبني سياسات تسويق زراعي متكاملة ضمن الاستراتيجيات الوطنية الرامية لتعزيز الصحة العامة وتحقيق الاستدامة البيئية والاجتماعية.

4.7 تحليل معاملات الانحدار لمكونات المزيج التسويقي الزراعي وأثرها على التنمية الصحية المستدامة:
إن اختبار فيشر قد يكون مضللا لكونه يختبر معنوية النموذج إجمالاً، ومن أجل اختبار الفرضيات الجزئية فقد تم اعتماد اختبار T، لاختبار معنوية كل معلمة من معاملات النموذج على حدة، وذلك عند مستوى معنوية $\alpha = 5\%$ ، والجدول أدناه يوضح ذلك.

الجدول 13: تحليل معاملات الانحدار لمكونات المزيج التسويقي الزراعي وأثرها على التنمية الصحية المستدامة

Coefficients ^a						
Modèle		Coefficients non standardizes		Coefficients standardizes	T	Sig.
		A	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	-,579	,276		-2,098	,040
	سياسة_الانتاج	,700	,080	,531	8,769	,000
	سياسة_التسعير	,169	,072	,153	2,346	,022
	سياسة_التوزيع	,605	,109	,507	5,549	,000
	سياسة_الترويج	-,114	,079	-,117	-1,446	,153

a. Variable dépendante : التنمية_الصحية_المستدامة

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS V.20

ومن أجل تفسير نتائج الجدول أعلاه، لابد من تفصيل دقيق للفرضيات الجزئية الواجب اختبارها والتي سيتم عرضها فيما يلي:

1.4.7 الفرضية الفرعية الأولى:

H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لسياسات المنتج الزراعي داخل المزارع النموذجية بولاية باتنة، التابعة لـ ONAB بالجزائر العاصمة، على تحقيقها لتنمية صحية مستدامة.

H_1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لسياسات المنتج الزراعي داخل المزارع النموذجية بولاية باتنة، التابعة لـ ONAB بالجزائر العاصمة، على تحقيقها لتنمية صحية مستدامة.

يبين الجدول أعلاه أن قيمة معامل الانحدار بالنسبة لبُعد "سياسة الإنتاج" بلغت 0.700، وهو ما يدل على وجود علاقة طردية قوية بين هذا البُعد والتنمية الصحية المستدامة. كما أن القيمة المعيارية المقابلة (Beta) بلغت 0.531، مما يعكس قوة هذا التأثير. وقد جاءت قيمة T المقابلة لهذا المعامل 8.769 وهي قيمة معنوية عند مستوى $Sig = 0.000$ وهو أقل من 0.05، ما يدعم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لهذا البعد على التنمية الصحية المستدامة.

2.4.7 الفرضية الفرعية الثانية:

H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لسياسات التسعير داخل المزارع النموذجية بولاية باتنة، التابعة لـ ONAB بالجزائر العاصمة، على تحقيقها لتنمية صحية مستدامة.

H_1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لسياسات التسعير داخل المزارع النموذجية بولاية باتنة، التابعة لـ ONAB بالجزائر العاصمة، على تحقيقها لتنمية صحية مستدامة.

يبين الجدول أعلاه أن قيمة معامل الانحدار بالنسبة لبعد "سياسة التسعير" بلغت 0.169، وهو ما يدل على وجود علاقة طردية ضعيفة نسبياً بين هذا البعد والتنمية الصحية المستدامة. كما أن القيمة المعيارية (Beta) المقابلة لهذا المتغير بلغت 0.153، ما يعكس أن هذا التأثير محدود مقارنة ببقية الأبعاد.

أما قيمة T فقد بلغت 2.346 وهي قيمة معنوية عند مستوى دلالة $Sig = 0.022$ ، وهو أقل من 0.05 وبالتالي، فإن هذه النتيجة تدعم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تفيد بوجود تأثير ذو دلالة إحصائية لبعد سياسة التسعير على التنمية الصحية المستدامة.

3.4.7 الفرضية الفرعية الثالثة:

H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لسياسات التوزيع الزراعي داخل المزارع النموذجية بولاية باتنة، التابعة لـ ONAB بالجزائر العاصمة، على تحقيقها لتنمية صحية مستدامة.

H₁: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لسياسات التوزيع الزراعي داخل المزارع النموذجية بولاية باتنة، التابعة لـ ONAB بالجزائر العاصمة، على تحقيقها لتنمية صحية مستدامة.

يبين الجدول أعلاه أن قيمة معامل الانحدار بالنسبة لبُعد "سياسة التوزيع" بلغت 0.605، مما يدل على وجود علاقة طردية قوية بين سياسة التوزيع والتنمية الصحية المستدامة. وتشير القيمة المعيارية (Beta) المقابلة إلى 0.507، وهو ما يعكس تأثيرا كبيرا وفعالا لهذا البعد.

كما أن قيمة T المحسوبة بلغت 5.549، وهي قيمة معنوية عند مستوى دلالة Sig = 0.000، وهو أقل من المستوى المعتمد 0.05 وهذا يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لبُعد سياسة التوزيع على التنمية الصحية المستدامة. بالتالي، فإن هذه النتائج تؤكد أن تحسين وتطوير سياسة التوزيع يسهم بشكل كبير ومؤثر في تعزيز التنمية الصحية المستدامة، مما يبرز أهمية التركيز على كفاءة قنوات التوزيع وضمان وصول المنتجات بطريقة آمنة وفعالة.

4.4.7 الفرضية الفرعية الرابعة:

H₀: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لسياسات الترويج الزراعي داخل المزارع النموذجية بولاية باتنة، التابعة لـ ONAB بالجزائر العاصمة، على تحقيقها لتنمية صحية مستدامة.

H₁: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لسياسات الترويج الزراعي داخل المزارع النموذجية بولاية باتنة، التابعة لـ ONAB بالجزائر العاصمة، على تحقيقها لتنمية صحية مستدامة.

يبين الجدول أعلاه أن قيمة معامل الانحدار بالنسبة لبُعد "سياسة الترويج" بلغت -0.114، وهو ما يشير إلى وجود علاقة عكسية ضعيفة بين سياسة الترويج والتنمية الصحية المستدامة. كما أن القيمة المعيارية (Beta) المقابلة سجلت -0.117، مما يعكس ضعف هذا التأثير وسلبيته.

أما قيمة T المحسوبة فقد بلغت -1.446، وهي غير معنوية إحصائيا حيث بلغت قيمة الدلالة Sig = 0.153، وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05. وبناء على ذلك، يقبل الفرض الصفري الذي ينص على عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لبُعد سياسة الترويج على التنمية الصحية المستدامة. وتعني هذه النتيجة أن استراتيجيات الترويج المعتمدة في المؤسسات الزراعية لا تمارس تأثيرا فعالا أو مباشرا على تحقيق التنمية الصحية المستدامة، ما يبرز الحاجة إلى إعادة النظر في أساليب الترويج الحالية وتطويرها بما يتماشى مع الأهداف الصحية والبيئية المستدامة.

5.4.7 الفرضية الرئيسية الثانية:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة لتحديد مدى تطبيق المزيج التسويقي الزراعي ومؤشرات التنمية الصحية المستدامة تعزى للمتغيرات الشخصية: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، عدد سنوات الخبرة في الوظيفة الحالية، عدد سنوات الخبرة في مجال الإنتاج الزراعي.

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي لمقارنة متوسطات درجات أفراد العينة.

الجدول 14: اختبار T تاست لعينتين مستقلتين

المتغير	العينة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة T	قيمة الاحتمالية
الجنس	ذكور	42	139.11	12.69	59.30	-0.99	0.32
	إناث	28	142.14	12.29			

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS V.20

يوضح الجدول رقم 14 قيمة اختبار T تاست، حيث يعد هذا الاختبار أحد أهم الاختبارات المعلمية في إيجاد الفروق بين المتوسطات الحسابية لعينتين مستقلتين. فمن خلال هذه القيمة نتحصل على الفروق بين الجنسين في متغير المزيج التسويقي الزراعي الاستراتيجي، حيث أظهرت قيمة $T = -0.99$ بقيمة احتمالية 0.32 وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05. ومنه نقول أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة لتحديد مدى تطبيق المزيج التسويقي الزراعي الاستراتيجي تعزى لمتغير الجنس.

الجدول 15: اختبار تحليل التباين لدلالة الفروق بين متوسطات المزيج التسويقي الزراعي حسب المتغيرات الديمغرافية

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F المحسوبة	قيمة الدلالة	القرار
العمر	بين المجموعات	285.207	3	95.069	.594	.621	لا توجد فروق
	داخل المجموعات	10556.236	66	159.943			
	المجموع	10841.443	69				
المستوى التعليمي	بين المجموعات	8.641	2	4.320	.027	.974	لا توجد فروق
	داخل المجموعات	10832.802	67	161.684			
	المجموع	10841.8443	69				
عدد سنوات الخبرة في الوظيفة الحالية	بين المجموعات	1325.947	5	265.189	1.784	.129	لا توجد فروق
	داخل المجموعات	9515.496	64	148.680			
	المجموع	10841.443	69				
عدد سنوات الخبرة في مجال الإنتاج الزراعي	بين المجموعات	886.975	6	147.829	.936	.476	لا توجد فروق
	داخل المجموعات	9954.468	63	158.007			
	المجموع	10841.443	69				

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS V.20

يمثل الجدول اختبار تحليل التباين لدلالة الفروق بين متوسطات ANOVA، والواضح أن قيمة اختبار F المحسوبة بلغت 0.59 بالنسبة لمتغير العمر وبدرجة حرية بين المجموعات (03) وداخل المجموعات (66) والقيمة المعنوية (Sig) تساوي 0.62، وهي قيمة أكبر من مستوى الدلالة 0.05 فهي ليست دالة إحصائية. كما نجد أن قيمة اختبار F المحسوبة بلغت 0.02 بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي وقيمتها المعنوية (Sig) تساوي 0.97 وهي قيمة أكبر من مستوى الدلالة 0.05 فهي ليست دالة إحصائية. وحسب معنوية F (1.78) لمتغير عدد سنوات الخبرة في الوظيفة الحالية وقيمتها الاحتمالية التي فاقت 0.05 نجد أنه أيضا غير دالة إحصائية. وبالنظر إلى قيم للمتغير الأخير المتمثل في عدد سنوات الخبرة في مجال الإنتاج الزراعي نجد أنه غير دال إحصائيا أيضا.

8. الخاتمة:

يتضح من الدراسة أن التسويق الزراعي يلعب دورا مهما في تعزيز التنمية الصحية المستدامة، خاصة عند التركيز على جودة المنتج وتطوير قنوات التوزيع. الاهتمام بهذه الجوانب ينعكس إيجابا على صحة المجتمع واستدامة القطاع الزراعي. وعليه، فإن تبني سياسات تسويق فعالة وتكامل الجهود بين القطاعات المختلفة يساهم في تحقيق مستقبل أفضل للزراعة والصحة في الجزائر. وفيما يلي عرض لأهم النتائج المتوصل إليها:

- يعد التسويق الزراعي أداة استراتيجية لتحقيق التوازن بين الإنتاج واحتياجات السوق، ويعتمد على فهم دقيق للسوق وتوجيه الجهود الإنتاجية نحو القطاعات ذات القيمة المضافة؛
- تتكامل التنمية الصحية المستدامة مع الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وتركز على توفير الغذاء السليم والبيئة الصحية والعدالة الاجتماعية؛
- هناك ارتباط وثيق بين جودة السياسات التسويقية الزراعية وتحقيق أهداف التنمية الصحية المستدامة، إذ أن تحسين جودة الغذاء وتوفيره بشكل آمن ومتوازن ينعكس إيجاباً على صحة السكان وجودة حياتهم.
- أظهرت نتائج الدراسة التطبيقية على المزارع النموذجية التابعة لـ ONAB بولاية باتنة، وجود علاقة طردية قوية بين تطبيق استراتيجيات المزيج التسويقي الزراعي وتحقيق التنمية الصحية المستدامة، حيث بلغ معامل الارتباط (0.825) وهو دال إحصائيا؛
- أوضحت نتائج تحليل الانحدار أن 68% من التغيرات في التنمية الصحية المستدامة يمكن تفسيرها من خلال التغيرات في المزيج التسويقي الزراعي؛
- سياسات المنتج الزراعي والتوزيع الزراعي كان لهما التأثير الأكبر والأكثر دلالة إحصائية على التنمية الصحية المستدامة، بينما كان تأثير سياسات التسعير ضعيفا، وسياسات الترويج لم تظهر تأثيرا معنويا؛

- لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية في تطبيق المزيج التسويقي الزراعي أو مؤشرات التنمية الصحية المستدامة تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة).
ومن خلال هذه النتائج يمكن تقديم التوصيات التالية:
 - ضرورة التركيز على جودة المواد المستخدمة في الإنتاج، وتبني ممارسات زراعية مستدامة وصديقة للبيئة لرفع جودة المنتجات وتحقيق معايير الصحة والسلامة؛
 - تحسين كفاءة قنوات التوزيع وضمان وصول المنتجات للمستهلكين في الوقت والمكان المناسبين، مع التركيز على تقليل الفاقد وتحسين سلسلة الإمداد؛
 - العمل على وضع سياسات تسعير عادلة ومرنة تراعي ظروف السوق وتحقق التوازن بين المنتج والمستهلك؛
 - إعادة النظر في آليات الترويج الزراعي وتبني أساليب حديثة وفعالة لرفع الوعي لدى المستهلكين بأهمية المنتجات الصحية والمستدامة؛
 - وضع سياسات مشتركة بين وزارتي الزراعة والصحة لتعزيز الأمن الغذائي والصحة العامة لتعزيز التكامل بين القطاعين الزراعي؛
 - تنظيم دورات تدريبية للعاملين في القطاع الزراعي حول أفضل الممارسات التسويقية والزراعية المستدامة.
- 9. قائمة المراجع:**
- إلياس بومعروف، و عمر عماري. (2010). من أجل تنمية صحية مستدامة في الجزائر. *مجلة الباحث* (7).
 - أمال غنو. (2021). التنمية الصحية المستدامة في الجزائر وفرص المضي قدما نحو 2030. *مجلة القانون الدستوري والمؤسسات السياسية*، 5(2).
 - سليمان دحو. (2015-2016). التسويق الدولي للمنتوج الزراعي كأداة لتنمية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات - دراسة واقع تسويق التمور في الجزائر، *أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير*. جامعة بسكرة.
 - عبد الحق بن تفات. (2011). دور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي - مع الإشارة إلى حالة الصناعات الغذائية الجزائرية. *مجلة الباحث* (9).
 - علي عبودي نعمه الجبوري. (2019). التنمية الصحية المستدامة: التحديات والاتجاهات المستقبلية مدخل بيئي اقتصادي اجتماعي. *مجلة تنمية الموارد البشرية للدراسات والأبحاث* (6).

- فاطيمة سايح. (2020). التسويق الزراعي بين المعوقات و المتطلبات – دراسة استطلاعية لآراء عينة من المزارعين في ولاية تيبازة. *مجلة آفاق علمية*، 12 (5).
- لامية حمايزية، و عبود زرقين. (2015). التنمية الصحية المستدامة ونتائجها على المورد البشري: دراسة مقارنة الجزائر، تونس والمغرب. *مجلة رؤى اقتصادية* (9).
- محمد عبيدات. (2000). *التسويق الزراعي* (الإصدار 1). الأردن: دار وائل للنشر.
- وسيلة بوفنش. (2019). التسويق الزراعي في الجزائر: واقعه واستراتيجية تطويره. *مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة*، 4 (1).
- وفاء غازي القيسي. (2018). دور البيئة والتنوع البيولوجي في التنمية المستدامة. *مجلة الهندسة والتكنولوجيا*، 3 (36).
- Kiruthiga, K., Karthi, R., & Asha Daisy, B. (2015). Agricultural Marketing – An Overview. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 5(4).
- Meiselman, H., & MacFie, H. (2012). *Food choice acceptance and consumption*. London: Blackie Academic and Professional.
- Mishra, A., & bhandari, p. (2013). A Study on Agricultural Marketing with special Reference to Chhattisgarh State. *International Journal of research in Business Management*, 1(7).
- Richard, L., & joseph, N. (1980). *Uhl, Marketing of Agricultural Products* (éd. 5). New York: Macmillan Publishing Company.
- Steven, k. (2012). *Sampling* (éd. 3). Hoboken, New Jersey USA: John Wiley & Sons (Wiley).
- Vadivelu, A., & Kiran, B. (2013). problems and prospects of agricultural marketing in India: an overview. *International Journal of Agricultural and Food Science*.