



## Analysis of Factors Affecting Consumer Purchase Decision of Table Eggs: A Case Study in the Al-Hadaba Area, Tripoli

\* Fathia Ali Sbiga 

Assistant Professor - Department of Agricultural Economics Faculty of Agriculture, University of Tripoli

[moodrama73@gmail.com](mailto:moodrama73@gmail.com)

\*Corresponding Author: \* Fathia Ali Sbiga

Keyword	Abstract
Influencing Factors, Consumer Behavior, Table Eggs	<p>This study aimed to identify the economic and non-economic factors driving consumer preferences and stable purchasing behavior for table eggs in the Plateau region, viewing them as a core dietary staple despite price volatility.</p> <p>The findings highlight two main influences: practical economic drivers and non-economic behavioral factors. Economically, eggs proved to be the most economical and affordable protein source, compatible with most income levels, guaranteeing sustained demand. Crucially, quality (cleanliness and integrity) fostered trust and increased purchasing volume, alongside the efficiency provided by pack size and ease of storage.</p> <p>Non-economic factors encompass demographic necessity (driven by children/elderly), time efficiency (quick preparation), and versatility, complemented by deeply rooted dietary habits emphasizing eggs' unique nutritional value.</p> <p>The study recommends implementing mechanisms for price stabilization to keep eggs an affordable economic option, ensuring product quality and safety, and undertaking rational production planning to guarantee supply in high-density areas. This strategy aims to leverage the economic driver for increased consumption while boosting health awareness, especially targeting households with dependents.</p>

Received : 09/12/2025

Accepted : 12/03/2026

DOI: <https://doi.org/10.64943/jkc.2026.040120>

## تحليل العوامل المؤثرة في اتخاذ قرار المستهلك لشراء بيض المائدة:

### دراسة خاصة في منطقة الهضبة بمدينة طرابلس

\* أ. فتحية علي اسبيقه 

استاذ مساعد - قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة، جامعة طرابلس

[moodrama73@gmail.com](mailto:moodrama73@gmail.com)

*الباحث المرسل:	* أ. فتحية علي اسبيقه
الكلمة المفتاحية	المخلص
العوامل المؤثرة، السلوك الاستهلاكي، بيض المائدة.	استهدفت هذه الدراسة تحديد العوامل الاقتصادية وغير الاقتصادية التي تؤثر في سلوك المستهلكين وتفضيلاتهم لشراء بيض المائدة بمنطقة الهضبة، على الرغم من عدم استقرار أسعاره وارتفاعها أحياناً، لم يتغير سلوك المستهلكين كثيراً تجاه شرائه، معتبرين إياه ركيزة أساسية لسد وجباتهم الغذائية وثبات طلبه الاستهلاكي رغم تقلبات الأسعار. كشفت النتائج عن تأثيره بعاملين رئيسيين: الدوافع الاقتصادية العملية والعوامل غير الاقتصادية السلوكية. أظهرت الدوافع الاقتصادية أن البيض يمثل الخيار الأكثر اقتصاداً والأوفر من مصادر البروتين البديلة، ويتناسب مع غالبية الشرائح الدخلية، مما يضمن مداومة الطلب عليه. وتُعد الجودة (النظافة والسلامة) عاملاً حاسماً في بناء الثقة وتعزيز كميات الشراء، كما أن سهولة التخزين المنزلي وكفاءة محتوى الطبق تدعم الشراء بكميات أكبر. أما العوامل غير الاقتصادية المهمة، فهي مزيج من الضرورة الديموغرافية (كوجود الأطفال وكبار السن)، والعامل الزمني المتمثل في سهولة وسرعة التحضير، إلى جانب القيمة المضافة من تعدد الاستخدامات والعادات الغذائية المتوارثة التي رسخت البيض كخيار غذائي أساسي. ومن المقترحات يجب وضع آليات لضبط واستقرار أسعار بيض المائدة لضمان بقائه خياراً اقتصادياً متاحاً وحماية المستهلك. يتطلب ذلك التركيز على جودة المنتج وسلامته، وتخطيط الإنتاج بكفاءة لتوفير إمدادات كافية في المناطق المكتظة، بهدف زيادة الاستهلاك الإجمالي. كما يُوصى بتعزيز الوعي الصحي خاصة للأسر التي تضم أطفالاً وكبار السن.
تاريخ الإستقبال: 2025/12/09	تاريخ القبول: 2026/03/12

DOI: <https://doi.org/10.64943/jkc.2026.040120>

### المقدمة

يعد النمط الاستهلاكي الغذائي للمستهلك في ليبيا مؤشراً وعنصراً فعالاً، إذ يلعب دوراً مهماً وواضحاً في اختيار العديد من المنتجات والوجبات الغذائية، سواء كان هذا الاستهلاك على مستوى العائلي أو على الصعيد الفردي، وبالرغم من حساسية المستهلك اتجاه أسعار هذه السلع إلا أنه في أغلب الأوقات ينجذب إلى وجبات معينة تتسم بطابعها التقليدي، أو لها خلفيات صحية أو اقتصادية بحيث تساهم بشكل كبير في تقليل العبء الاقتصادي والتكلفة على الميزانية والدخل المتاح للأسرة، وتعتبر المواد الغذائية الغنية بالمواد البروتينية من أهم السلع الغذائية الذي يسعى المستهلك للتمتع بها في سلته الغذائية اليومية، لهذا فإنه غالباً ما يبحث على مصادر البروتين التي تلبي احتياجاته الغذائية بما

يتماشي مع قدرته الشرائية ، باعتبار أن هذه السلع تعد من السلع المكلفة ، ومن السلع التي تدرج ضمنها اللحوم بأنواعها المختلفة والأسماك والالبان ومشتقاتها والبيض وغيرها من السلع. ونتيجة للأوضاع الراهنة في ليبيا خلال السنوات الاخيرة والناجمة عن القفزة السعرية الحادة استحوذ الإنفاق على الغذاء على الحصة الأكبر من دخل الأسر الليبية، وهو ما يطال عدداً كبيراً من الشرائح المختلفة من المستهلكين، حيث شهد تحول في أولويات الإنفاق والتي لا تؤثر فقط على ميزانية الأسر وقدرتها الشرائية، بل يمتد تأثيره ليطال الأنماط الاستهلاكية السائدة في المجتمع. وكنتيجة لهذا الارتفاع الكبير والمستمر، قد يتحول وضع بعض السلع الضرورية إلى سلع كمالية، لا يمكن للأسر تحمل تكلفة شرائها بانتظام. وهذه المسألة تمس الأمن الغذائي بشكل خاص، حيث يمكن أن تؤدي في حال استمرارها خلال السنوات القادمة إلى ظهور مشاكل وتبعات غذائية متعددة وكبيرة، مما يستوجب التدقيق والبحث لمعالجة هذه التحديات المعيشية المتنامية (عمارة، وآخرون (2017)). يأتي بيض المائدة من ضمن الأولويات الاستهلاك اليومية لأغلب المواطنين، لا يقتصر الدور الحيوي لبيض المائدة على كونه مصدراً غذائياً أساسياً فحسب، بل يتجاوز ذلك ليصبح مادة خام رئيسية تدخل في عدد كبير من الصناعات الكيماوية والغذائية والطبية. يُستخدم البيض كاملاً في تحضير مستحضرات حيوية كالأمصال الطبية، وتجهيز مزارع البكتيريا الضرورية للصناعات الدوائية والغذائية، كما يساهم في إنتاج أعلاف الحيوانات وبعض الأسمدة. أما مكونات البيض المنفصلة فتمتلك استخدامات صناعية متخصصة حيث يُستخدم بياض البيض في صناعات الغراء، الطلاء، الأدوية، وصباغة المنسوجات ودباغة الجلود، بينما يدخل صفار البيض في صناعات مستحضرات التجميل كالصابون والشامبو والدهانات. أما قشر البيض فيُستفاد منه في صناعة الأسمدة وتحضير خلاط الأملاح المعدنية. تؤكد هذه التعددية على القيمة الاقتصادية والصناعية الكبيرة للبيض كمادة خام ذات تطبيقات واسعة (النفادي، (2015)). ومن جانب آخر فإن البيض يتمتع بفوائد ومزايا صحية أخرى تجعله متميزاً عن المواد الغذائية الأخرى والتي يفضلها ويلجأ له الكثير من الأشخاص من مختلف الفئات العمرية للمحافظة على اللياقة البدنية والوصول للوزن المثالي والصحي الذي يشعره بالرضي عن أنفسهم.

### المشكلة البحثية:

شهد السوق المحلي الليبي للمواد الغذائية في السنوات الأخيرة تذبذباً واضحاً في أسعار السلع الغذائية ، مما أثر بشكل كبير على النمط استهلاكي للمواطنين نتيجة لتغير القوة الشرائية الناتجة عن زيادة الأسعار، الأمر الذي ألزم المستهلكين إلى إعادة ترتيب خياراتهم الاستهلاكية وإعطاء الأولوية للسلع الضرورية التي تتماشي مع دخولهم الحالية ، وعلى الرغم من أن بيض المائدة يعد من السلع الغذائية التي تواجه عدم استقرار وارتفاعاً في أسعاره ونقصه في بعض الأوقات، مما يثقل كاهل المواطنين إلا أن سلوك المستهلكين لم يتغير كثيراً اتجاه عملية شرائه وتفضيله واعتباره من الركائز الأساسية في طعامهم، واعتمادهم عليه لسد وجباتهم الغذائية الأمر الذي يثير العديد من التساؤلات حول الأسباب أو العوامل الاقتصادية وغير الاقتصادية المؤثرة في سلوكهم الاستهلاكي اتجاه بيض المائدة.

## اهداف الدراسة

تستهدف الدراسة التعرف على العوامل او المتغيرات الاقتصادية وغير اقتصادية الرئيسية التي لها علاقة بسلوك المستهلكين لتفضيلهم واختيارهم لشراء بيض المائدة بمنطقة الهضبة.

## اسلوب الدراسة

استخدم في هذا البحث اسلوب التحليل الوصفي والتحليل الاحصائي لتحليل البيانات المتحصل عليها من استمارة استبيان واستخلاص النتائج المناسبة.

## مصادر البيانات وحدود الدراسة

تم اختيار منطقة الهضبة باعتبارها إحدى المناطق الحيوية بمدينة طرابلس نظرا لوجود العديد من الاسرة منحدره الأصل من أغلب المناطق الليبية والتي تتسم بنسيج متنوع من الموروث الثقافي والاجتماعي ومن الناس المستهلكين بشكل كبير لبيض المائدة بالإضافة إلى أن هذه المنطقة تتميز بتباين في مستويات الدخل بين الشرائح السكانية المقيمة بها. ، وقد تم استخدام استبيان صمم للحصول على المعلومات والبيانات التي تخدم أهداف البحث والتي تشير بشكل مباشر للعديد من المتغيرات التي لها علاقة بسلوك المستهلكين في اختيارهم لشراء لبيض المائدة.

## المواد وطرائق الدراسة

وزعت استمارة الاستبيان على المستهلكين بطريقة عشوائية بسيطة وقد تم الاستعانة ببعض المحلات الخاصة ببيع البيض والسلع الغذائية الأخرى الموجودة بالمنطقة للوصول على عينة دراسة عشوائية تفي بغرض بحث الدراسة.

لقد استخدم مقياس ليكرت في هذه الدراسة البحثية ، حيث أن مقياس ليكرت يتضمن وضع وصياغة عدد من العبارات مناسبة للحالة موضع الدراسة، العبارات تعطى لمجموعة (العينة) من المستجوبين ممثله لمجتمع الدراسة موضع الاهتمام، ومقياس ليكرت له مزايا في أنه يسهل تكوينه أو إدارته، مقياس ليكرت يتطلب الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة للدراسة باستخدام الاستبيان كأداة رئيسيه، ولذلك تم إعداد استبيان بالمقابلة الشخصية لهذا الغرض، وصمم الاستبيان ليشمل مجموعتين من العوامل التي من المحتمل أن تؤثر على اقبال وتفضيل مستهلك لشراء بيض المائدة لسد احتياجاته اليومية منه، حيث تضم المجموعة الأولى العوامل الاقتصادية والثانية تضم العوامل غير الاقتصادية تخص الجانب الصحي و الثقافي والاجتماعي.

## أ: العوامل الاقتصادية المرتبطة والمتعلقة بشكل مباشر ببيض المائدة.

إن العوامل الاقتصادية لا تحدد فقط استطاعة المستهلك على شراء الغذاء بل أيضا تحدد ما هو الغذاء الذي سيشتريه، مما يجعلها عاملاً حاسماً في تشكيل الأمن الغذائي والوضع الصحي للأسرة.

تشمل المحددات الاقتصادية الأساسية المؤثرة على عملية اتخاذ قرار الشراء مجموعة من العوامل، والتي يمكن تلخيصها في الآتي:

- 1- البيض من السلع الغذائية التي تتوافق مع دخل المستهلكين
- 2- سعر البيض مناسب مقارنة بأسعار مصادر البروتين الأخرى البديلة
- 3- غالباً ما يكون حجم البيض عامل جذب وله دور في زيادة الاقبال عليه.
- 4- عدد البيض الموجود بالطبق المعروض يزيد من جاذبيته ويعزز من اقبال المستهلكين لشرائه..
- 5- تأثر طريقة عرض وتعبئة وتغليف البيض على قرار الشراء لدى المستهلكين.
- 6- البيانات الايضاحية المدونة على أطباق البيض يؤثر على قرار الشراء.
- 7- تنوع مصادر البيض حسب رغبة المستهلك منتج (محلي/ مستورد).
- 8- الكمية الموجودة بالطبق تجعله اقتصادياً في عدد مرات شرائه أسبوعياً.
- 9- سهولة التخزين المنزلي للبيض لفترة دون الحاجة إلى تبريد قوي في أغلب الأوقات.
- 10 - تساهم جودة البيض من ناحية (النظافة البيض، وخلوه من الكسر) من زيادة كميات شرائه.

#### ب - العوامل الغير اقتصادية المرتبطة بشكل مباشر بسلوك بالمستهلك

يشكل البعد الاجتماعي والديمقراطي ركيزة أساسية في تحديد وصياغة الأنماط الغذائية في المجتمعات العربية، حيث يتجاوز الطعام وظيفته البيولوجية ليصبح مكوناً جوهرياً للتعبير الثقافي والاجتماعي. تتميز هذه المجتمعات بدرجة عالية من الترابط، ما يجعل الاستهلاك الغذائي مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بالمناسبات الدينية والاجتماعية التي تفرض تنوعاً وطابعاً مميزاً على المائدة.

تُعتبر الولائم الكبرى في حفلات الزفاف، أو التجمعات العائلية، أو مواعيد شهر رمضان، أمثلة واضحة على هذا التأثير، حيث يتم التركيز على نوعيات معينة من الأطعمة التقليدية التي لها مدلول رمزي خاص، وتلعب الأسرة والمحيط الاجتماعي دوراً محورياً في غرس العادات الغذائية. فالأفراد يتعلمون ويورثون تفضيلات الأكل من جيل إلى جيل، كما أنهم قد يتعرضون لضغط اجتماعي لتناول الطعام بكميات معينة أو نوعيات محددة أثناء التجمعات لتجنب الإحراج. (مرزوق، سعد، (2022).

وهنا تم الإشارة إلى مجموعة من العوامل التي ترتبط بالجانب الاجتماعي والثقافي والوعي الصحي للمستهلك المرتبط بعملية الشراء، وهذه العوامل تشمل ما يلي:

- 1 - المعرفة بالقيمة الغذائية للبيض وأهميته
- 2 - ارتفاع الكثافة السكانية يؤدي الي زيادة استهلاك البيض.
- 3- شراء البيض يتم عادة بدافع النمط الروتيني اليومي وتقليد لسلوك الآخرين في الشراء.
- 4 - تلعب العادات الغذائية المتوارثة دوراً في رفع معدل استهلاك وشراء البيض.
- 5 - يعد البيض مكوناً أساسياً للعديد من الأغراض والاستخدامات المتنوعة داخل المنزل.
- 6- يزيد وجود الأطفال وكبار السن في الأسرة من الحاجة لشراء البيض لتلبية احتياجاتهم اليومية.
- 7- يشتري البيض لعدم وجود سلع غذائية بديلة مناسبة في القيمة الغذائية قادرة على تلبية الاحتياجات الغذائية اليومية.

- 8 - الشعور بالراحة لسهولة تحضيره وخاصة للأشخاص الذين يفتقرون إلى الوقت للطبخ.
- 9 - تأثير البرامج الإعلامية التوعوية التي تروج لفوائد تناول البيض تزيد من التحفيز على شرائه.
- 10 - يتميز البيض بسهولة الحصول عليه فهو متوفر في المتاجر القريبة من المنزل ولا يحتاج لجهد كبير للحصول عليه.

درجات تأثير تلك العوامل في المجمل تختلف من مستهلك لآخر، ولذلك صمم الاستبيان على شكل مقياس ليكرت ذي الخمس درجات حيث، تتراوح درجات التأثير من مؤثر بدرجة عالية جدا وغير مؤثر، وبذلك فانه يوضح مستوى تأثير كل عامل من العوامل التي تضمنها الاستبيان على اختيار المستهلك لبيض المائدة. الهدف من اختيار المقياس الحسابي هو توسيع مدى الردود المتوقعة على العوامل التي تضمنها الاستبيان ومن ثم تحديد متوسط حسابي تكون قيمته أكثر واقعية في التعبير عن إجابات المشاركين في الاستبيان.

اختيرت عينه عشوائية مكونة من (190) مستهلك لتمثل مجتمع الدراسة الذي يتمثل في سكان المنطقة والمستهلكين لبيض المائدة والذين يشترونها من محلات المواد الغذائية بمنطقة الهضبة بطرابلس، بمقابلة كل واحد منهم، وعند موافقته على المشاركة يتم توجيه الأسئلة له وتدوين رده في الاستبيان وتوضيح لغرض من الاستبيان، بما يضمن أن يكون الاستبيان صالحا والحصول على أعلى نسبة مشاركة، حيث تم استلام كل الاستبيانات الموزعة وذلك خلال الفترة الزمنية 20225/9/5 - 2025/11/30.

تم اختبار الأداة (الاستبيان) على العينة، لقياس مدى ثبات وصدق محاوره. وقد أظهرت نتائج تحليل الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's alpha) قيمة إجمالية بلغت 0.73. إذ يأخذ هذا العامل قيما تتراوح بين الصفر والواحد، وكلما اقتربت من الواحد الصحيح، فإن ذلك يعني ثباتاً أكبر للدراسة (عبد الاله، شرراش، (2023).

وحسب مقياس ليكرت لقياس درجة تأثير العوامل الاقتصادية وغير الاقتصادية على تفضيل المستهلك لشراء بيض المائدة، فانه أعطيت أوزان لدرجات تأثير هذه العوامل تتراوح ما بين 1 في حدها الأدنى (غير مؤثر) و 5 في حدها الأعلى (مؤثر بدرجة عالية جدا)، وباحتساب المتوسط الحسابي المرجح لهذه الأوزان فانه يساوي (3) وتم اعتماد هذا المتوسط كمعيار لمعرفة تأثير أو عدم تأثير العوامل المختلفة التي تضمنها الاستبيان على اختيار المستهلك شراء بيض المائدة، حيث أن العامل الذي يساوي متوسطه الحسابي المرجح (3) فأكثر اعتبر على أنه مؤثر، في حين اعتبر أن العامل الذي يقل متوسطه الحسابي المرجح عن 3 غير مؤثر. وقد تم الاستعانة ببرنامج **spss** الاحصائي لاستخراج والحصول على نتائج الدراسة.

## التحليل والنتائج

قسمت العوامل المؤثرة على تفضيل المستهلكين لشراء بيض المائدة بمنطقة الهضبة بطرابلس إلى مجموعتين رئيسيتين، تضم كل واحدة منها عدد من العوامل الفرعية المذكورة سابقا، وفيما يلي تحليلا لردود المشاركين في هذا الاستبيان:

### أولاً: العوامل الاقتصادية

ولمعرفة مدى تأثير العوامل الاقتصادية على اختيار المستهلك شراء بيض المائدة، فقد تم توجيه الاسئلة للمشاركين في هذا الخصوص، تشتمل العوامل المشار إليها، ويعرض الجدول (1) تحليلا لردودهم عن هذه الأسئلة:

تبين البيانات المعروضة في الجدول (1) العدد والنسبة من إجمالي المشاركين في البحث حسب موافقة أو عدم موافقة المستهلك على درجة تأثير كل عامل في تفضيله لشراء البيض، ويتوزع العدد والنسبة على حسب درجات التأثير وهي: مؤثر بدرجة عالية جدا، مؤثر بدرجة عالية، مؤثر بدرجة متوسطة، مؤثر بدرجة قليلة، وغير مؤثر على الإطلاق في اختيارهم لشرائهم للبيض.

باستخدام المتوسط الحسابي المرجح المحسوب لكل عامل يمكن تحديد أي من العوامل الاقتصادية المؤثر وأيها غير المؤثر في اختيار المستهلك والمداومة على شراء البيض، فالعامل الذي يساوي متوسطه الحسابي المرجح (3) فأكثر يكون مؤثر، بينما العامل الذي يقل متوسطه الحسابي المرجح عن (3) يكون غير مؤثر، ورتبت تلك العوامل حسب قيمة المتوسط الحسابي المرجح كما هو في جدول (2).

- من التحليل السابق يتبين أن العوامل الاقتصادية المؤثرة في اختيار المستهلك لشراء بيض  
جدول (1) العوامل الاقتصادية المؤثرة على تفضيل المستهلكين لشراء بيض المائدة

ق.م	العوامل الاقتصادية	درجة التأثير									
		مؤثر بدرجة عالية جدا		مؤثر بدرجة عالية		مؤثر بدرجة متوسطة		مؤثر بدرجة قليلة		غير مؤثر	
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد
1	من السلع الغذائية التي تتوافق مع دخل المستهلك	15.3	29	40	76	34.7	66	7.4	14	2.6	5
2	سعر البيض مقبول مقارنة بأسعار مصادر البروتين الأخرى البديلة	33.2	63	31.1	59	26.3	50	7.4	14	2.1	4
3	غالبا ما يكون حجم البيض عامل جذب في زيادة الكمية المشتراة منه	11.6	22	19.5	37	34.7	66	20.5	39	13.7	26
4	عدد البيض الموجود بالطبق يزيد من اقبال المستهلكين لشرائه	27.9	53	32.1	61	25.8	49	9.5	18	4.7	9
5	تأثر طريقة التعبئة وتغليف البيض على قرار الشراء للمستهلكين	19.5	37	13.7	26	16.3	31	20	38	30.5	58
6	البيانات المدونة على أطباق البيض تؤثر على قرر الشراء	15.8	30	11.6	22	17.4	33	20.5	39	34.7	66
7	تنوع مصادر البيض حسب رغبة المستهلك منتج (محلي/ مستورد)	23.7	45	23.7	45	31.6	60	13.2	25	7.9	15
8	الكمية الموجودة بالطبق تجعله اقتصاديا في عدد مرات شرائه اسبوعيا	33.2	63	34.7	66	22.1	42	7.9	15	2.1	4
9	سهولة التخزين المنزلي للبيض لفترة دون الحاجة إلى تبريد قوي في أغلب الأوقات	36.3	69	20.5	39	27.9	53	5.3	10	10	19
10	تساهم جودة البيض من ناحية (النظافة البيض، وخلوه من الكسر) من زيادة كميات شرائه.	42.6	81	27.4	52	13.2	25	5.8	11	11.1	21

المصدر الخاصة باستبيان الدراسة

- المائدة هي سبع عوامل فقط يكون المتوسط الحسابي المرجح لكل واحد منها أكبر من (3) وهي بالترتيب حسب أكبر متوسط حسابي مرجح كالتالي:
- الكمية الموجودة بالطبق تجعله اقتصاديا في عدد مرات شرائه أسبوعيا.

- سعر البيض مقبول مقارنة بأسعار مصادر البروتين الأخرى البديلة.
  - تساهم جودة البيض من ناحية (النظافة البيض، وخلوه من الكسر) من زيادة كميات شرائه.
  - عدد البيض الموجود بالطبق المعروف يزيد من جاذبيته ويعزز من اقبال المستهلكين لشرائه.
  - سهولة التخزين المنزلي للبيض لفترة دون الحاجة إلى تبريد قوي في أغلب الأوقات.
  - من السلع الغذائية التي تتوافق مع دخل المستهلكين.
  - تنوع مصادر البيض حسب رغبة المستهلك منتج (محلي/ مستورد).
- بمتوسط حسابي مرجح لكل منها وهو 3.88، 3.85، 3.84، 3.68، 3.67، 3.57، 3.42، على التوالي. اما العوامل الاقتصادية التي ظهرت انها غير مؤثرة في اختيار المستهلكين لشراء بيض المائدة هي:

- غالبا ما يكون حجم البيض عامل جذب وله دور في زيادة الاقبال عليه.
  - طريقة التعبئة وتغليف البيض.
  - البيانات الايضاحية المدونة على أطباق البيض تؤثر على قرار الشراء.
- بمتوسط حسابي مرجح لكل منهم و2.94، 2.71، 2.53 على التوالي.

كما هو موضح بالجدول (2)

وبالإشارة الى النتائج التي اوضحتها بيانات الدراسة يمكن القول بأن سلوك المستهلك يتأثر بعاملين أساسيين وهما الدوافع الاقتصادية من ناحية (القيمة الاقتصادية، والوفرة) وأيضا الدوافع العملية

**جدول (2) المتوسط الحسابي المرجح للعوامل الاقتصادية وترتيبها**

ر.م	العوامل الاقتصادية	المتوسط الحسابي المرجح	النسبة الموزونة	ترتيب العامل
1	البيض من السلع الغذائية التي تتوافق مع دخل المستهلك	3.57	71.4	6
2	سعر البيض مقبول مقارنة بأسعار مصادر البروتين الأخرى البديلة	3.85	77	2
3	غالبا ما يكون حجم البيض عال جذب وله دور في زيادة الاقبال عليه	2.94	58.8	8
4	عدد البيض الموجود بالطبق يزيد من اقبال المستهلكين لشرائه ويزيد من جاذبيته	3.68	73.6	4
5	تأثر طريقة عرض وتعبئة وتغليف البيض على قرار الشراء لدى المستهلكين	2.71	54.2	9
6	البيانات الايضاحية المدونة على أطباق البيض يؤثر في قرار اشراء	2.53	50.6	10
7	تنوع مصادر البيض حسب رغبة المستهلك منتج (محلي/ مستورد)	3.42	68.4	7
8	الكمية الموجودة بالطبق تجعله اقتصاديا في عدد مرات شرائه اسبوعيا	3.88	77.6	1
9	سهولة التخزين المنزلي للبيض لفترة دون الحاجة إلى تبريد قوي في أغلب الأوقات	3.67	73.4	5
10	تساهم جودة البيض من ناحية (النظافة البيض، وخلوه من الكسر) من زيادة كميات شرائه.	3.84	76.8	3

حسب استعمال بيانات جدول (1)

المتمثل في (الجودة، وسهولة التخزين)، مما يجعل البيض سلعة استهلاكية أساسية ذات طلب مستمر ومستقر. إذ يعكس الإقبال المتزايد على شراء البيض تفاعلاً مباشراً بين عوامل القيمة الاقتصادية والجودة الملموسة التي تؤثر في سلوك المستهلك وقراراته الشرائية اليوم، حيث أن تقديم البيض في أطباق ذات كمية كبيرة يعزز جاذبيته البصرية، ويمنح المستهلك شعوراً بالاقتصاد في الوقت والجهد. إذ أن أعداد البيض الكبيرة تزيد من كفاءة الاستهلاك المتمثلة في تكرار عملية التسوق الأسبوعية (الاقتصاد في عدد مرات الشراء)، وهو ما يفضله المستهلك الباحث عن الكفاءة والراحة. أيضاً عندما يقارن المستهلك البيض بمصادر البروتين البديلة (مثل اللحوم، الدواجن، الأسماك)، يجد أن البيض هو الأوفر والأكثر اقتصاداً هذا الأمر يجعله خياراً جذاباً بشكل دائم.

كما تساهم جودة المنتج من حيث نظافة البيض وخلوه من الكسر في بناء الثقة وزيادة رضا المستهلك والتركيز على الجودة يترجم مباشرة إلى زيادة كميات الشراء في المرة الواحدة، حيث يضمن المستهلك حصوله على مخزون صحي وآمن. كما أن للجاذبية البصرية الفورية المتمثلة في العدد الكبير من البيض في طبق العرض يعزز جاذبيته البصرية، ويجعل المستهلك يشعر بأن هذا العرض مكسب أو صفقة جيدة قبل حتى مقارنة الأسعار، وتعتبر سهولة التخزين المنزلي للبيض دون الحاجة الدائمة إلى تبريد معقد ميزة لوجستية كبرى. هذه السهولة تجعل البيض سلعة مريحة يمكن الاحتفاظ بها لفترة أطول، مما يدعم قرار المستهلك بشراء كميات أكبر لتأمين احتياجه، وكون البيض الأكثر توافق مع دخل المستهلكين يعني أنه يقع ضمن القوة الشرائية لغالبية الشرائح السكانية هذا يضمن أن الدخل ليس عائقاً أمام عملية الشراء، وهذه السمة تجعل البيض سلعة غير مرنة بالنسبة للدخل؛ حتى في أوقات الضائقة الاقتصادية، يمكن للمستهلك الاستمرار في شرائه، مما يضمن طلباً مستمراً وثابتاً في السوق. بالإضافة إلى أن تنوع مصادر البيض المتاحة (محلي / مستورد) يلبي تفضيلات المستهلكين المختلفة، مما يوسع من قاعدة العملاء ويضمن وجود خيار لكل رغبة.

وقد بينت النتائج بعض العوامل الاقتصادية والتي سبق ذكرها لم يكن تأثير كبير على سلوك المستهلك في شراء البيض، ويمكن تفسير الأمر بشكل عام، بأن الدافع الأساسي للشراء يتجاوز الجوانب الشكلية والتفاصيل الثانوية، غالباً ما تكون الضرورة، والقيمة الاقتصادية، والجودة الأساسية هي العوامل الحاسمة، بينما تُعتبر العوامل التي ذكرها كماليات لأغلب الأشخاص يمكن الاستغناء عنها. فمثلاً لم يكن حجم البيض مؤثراً بشكل كبير على سلوك المستهلك وذلك نتيجة لوضع الأولوية للسعر والكمية، فالمستهلك يركز على الحصول على أكبر عدد ممكن بأفضل سعر (القيمة الاقتصادية) بدلاً من التركيز على حجم البيضة الواحدة، كذلك لم تؤثر طريقة التعبئة والتغليف اتجاه قرار الشراء، لأن المستهلك يعطي الأولوية للجودة الداخلية بمعنى أنه يهتم أكثر بضمان خلو البيض من الكسر والنظافة الداخلية، وهذه هي "الجودة الملموسة" التي يبني عليها الثقة، وليس شكل العبوة الخارجي، وفيما يخص العامل الأخير الخاص بالبيانات الإيضاحية على الأطباق، فيفسر بان قرار شراء البيض هو قرار بسيط وغير عميق ومعقد ويتم بدافع العادة والضرورة، وبالتالي لا يتوقف المستهلك لقراءة البيانات التفصيلية.

## ثانياً: العوامل غير الاقتصادية

تبين البيانات المعروضة في الجدول (3) العدد والنسبة من إجمالي المشاركين في الدراسة حسب درجة تأثير كل عامل في تفضيله لشراء بيض المائدة، ويتوزع العدد والنسبة على حسب درجات التأثير وهي: مؤثر بدرجة عالية جداً، مؤثر بدرجة عالية ومؤثر بدرجة متوسطة، مؤثر بدرجة قليلة، وغير مؤثر على الإطلاق في اختيارهم والمداومة على شراء بيض المائدة.

جدول (3) العوامل الاقتصادية المؤثرة على تفضيل المستهلكين لشراء بيض المائدة

ق. م	العوامل غير الاقتصادية	درجة التأثير									
		مؤثر بدرجة عالية جداً		مؤثر بدرجة عالية		مؤثر بدرجة متوسطة		مؤثر بدرجة قليلة		غير مؤثر	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%		
1	المعرفة بالقيمة الغذائية للبيض	33	17.4	74	38.9	56	29.5	21	11.1	6	3.2
2	الكثافة السكانية تزيد من استهلاك البيض	78	41.1	63	33.2	26	13.7	7	3.7	16	8.4
3	نمط روتيني وتقليد للغير في سلوكهم في الشراء	40	21.1	43	22.6	44	23.2	26	13.7	37	19.5
4	العادات الغذائية المتوارثة يزيد من استهلاك وشراء البيض	62	32.6	59	31.1	43	22.6	18	9.5	8	4.2
5	يعد مكون رئيسياً يدخل في العديد من الاستخدامات المتنوعة داخل المنزل	133	70	42	22.1	14	7.4	0	0	1	0.5
6	يساهم وجود الأطفال وكبار السن في الأسرة لشراء بيض المائدة	94	49.5	55	28.9	33	17.4	5	2.6	3	1.6
7	عدم وجود سلع غذائية بديلة مناسبة قادرة على تلبية الاحتياجات الغذائية اليومية	35	18.4	44	23.2	55	28.9	31	16.3	25	13.2
8	الشعور بالراحة لسهوله تحضيره وخاصة للأشخاص الذين يفتقرون إلى الوقت للطبخ	98	51.6	46	24.2	28	14.7	12	6.3	6	3.2
9	تأثير البرامج الإعلامية التوعوية الداعمة لتناول البيض تدفع وتحفز على شرائه	26	13.7	27	14.2	53	27.9	49	25.8	35	18.4
10	من السلع المتوفرة في المتاجر القريبة من المنزل ولا تحتاج لمجهود للحصول عليها	82	43.2	45	23.7	39	20.5	13	6.8	11	5.8

المصدر: الاستبيان الخاص بالدراسة

وباستخدام المتوسط الحسابي المرجح المحسوب لكل عامل يمكن تحديد أي من العوامل الغير الاقتصادية التي لها تأثير وأيها غير مؤثرة على تفضيل المستهلكين والمداومة على شرائهم بيض المائدة، فالعامل الذي يساوي متوسطه الحسابي المرجح (3) فأكثر يكون مؤثراً، بينما العامل الذي

يقبل متوسطه الحسابي المرجح عن (3) يكون غير مؤثراً، ورتبت تلك العوامل حسب قيمة المتوسط الحسابي المرجح كما هو في جدول (4).

#### جدول (4) المتوسط الحسابي المرجح للعوامل الغير اقتصادية وترتيبها

ر.م	العوامل الغير اقتصادية	التوسط الحسابي المرجح	النسبة الموزونة	ترتيب العامل
1	المعرفة بالقيمة الغذائية للبيض واهميته	3.56	71.2	7
2	ارتفاع الكثافة السكانية يؤدي الى زيادة استهلاك البيض.	3.94	78.8	4
3	شراء البيض عادة ما يتم بدافع النمط الروتيني اليومي وتقليد لسلوك الاخرين في الشراء.	3.12	62.4	9
4	تلعب العادات الغذائية المتوارثة دورا في رفع معدل استهلاك وشراء البيض	3.78	75.6	6
5	البيض مكون أساسي للعديد في العديد من الأغراض والاستخدامات المتنوعة داخل المنزل	4.61	92.2	1
6	يزيد وجود الأطفال وكبار السن في الأسرة من الحاجة لشراء بيض المائدة لتلبية احتياجاتهم اليومية	4.22	84.4	2
7	عدم وجود سلع غذائية بديلة مناسبة في القيمة الغذائية قادرة على تلبية الاحتياجات الغذائية بشكل يومي	3.17	63.4	8
8	الشعور بالراحة لسهولة تحضيره وخاصة للأشخاص الذين يفتقرون إلى الوقت للطبخ	4.14	71.2	3
9	تأثير البرامج الإعلامية التوعوية التي تزوج لتناول البيض تساهم في التحفيز لشراؤه	2.78	55.6	10
10	البيض متوفر في المتاجر القريبة من المنزل ولا تحتاج لمجهود للحصول عليها	3.91	78.2	5

#### حسب استعمال بيانات جدول (3)

من التحليل السابق يتبين أن العوامل الغير اقتصادية المؤثرة في اختيار المستهلك لشراء بيض المائدة هي تسعة عوامل فقط يكون المتوسط الحسابي المرجح لكل واحد منها أكبر من (3) وهي بالترتيب حسب أكبر متوسط حسابي مرجح:

- البيض مكون أساسي للعديد في العديد من الأغراض والاستخدامات المتنوعة داخل المنزل.
- يزيد وجود الأطفال وكبار السن في الأسرة من الحاجة لشراء بيض المائدة لتلبية احتياجاتهم اليومية.
- الشعور بالراحة لسهولة تحضيره وخاصة للأشخاص الذين يفتقرون إلى الوقت للطبخ.
- ارتفاع الكثافة السكانية يؤدي الى زيادة استهلاك البيض.
- يتميز البيض بسهولة الحصول عليه من المتاجر القريبة من المنزل ولا تحتاج لمجهود.
- تلعب العادات الغذائية المتوارثة دورا في رفع معدل استهلاك وشراء البيض.
- المعرفة بالقيمة الغذائية للبيض واهميته.

- عدم وجود سلع غذائية بديلة مناسبة في القيمة الغذائية قادرة على تلبية الاحتياجات الغذائية بشكل يومي.
- شراء البيض عادة ما يتم بدافع النمط الروتيني اليومي وتقليد لسلوك الآخرين في الشراء. بمتوسط حسابي مرجح لكل منها وهو 4.61، 4.22، 4.14، 3.94، 3.91، 3.78، 3.56، 3.17، 3.12، على التوالي.
- العامل الوحيد من بين العوامل الغير اقتصادية الذي ظهر انه غير مؤثر في اختيار المستهلكين هو
- تأثير البرامج الإعلامية التوعوية التي تروج لتناول البيض تساهم في التحفيز لشرائه بمتوسط حسابي مرجح وهو 2.78.

بينت نتائج الدراسة المتحصل عليها والخاصة بالعوامل الغير اقتصادية أن سلوك المستهلك تجاه البيض محكوم بمزيج من الضرورة الديموغرافية بالحاجة العائلية، والمعرفة الصحية بالقيمة الغذائية، والعامل الزمني المتمثل بسهولة التحضير والحصول عليه، هذه العوامل مجتمعة تجعل البيض سلعة ذات طلب غير مرن نسبياً ومستقر جداً في السوق.

كما تكمن أهمية بعض العوامل بمدى سهولة دمج البيض في الحياة اليومية المزدهمة، إذ يعتبر البيض المكون الأساسي في الاستخدامات المتنوعة حيث لا يعد البيض مجرد وجبة غذائية فقط، بل هو مكون أساسي للعديد من الأغراض (الخبز، الحلويات، الوجبات الرئيسية) هذه الوظيفة المتعددة تضاعف من سبب شرائه وتجعله ضرورة في أي منزل ، كما أوضحت النتائج أن وجود فئات خاصة في الأسرة (كالأطفال وكبار السن) تفرض طلباً ثابتاً ويومياً على البيض، فالبيض هو مصدر بروتين سهل الهضم ومغذٍ ومناسب لإحتياجات نمو الأطفال واحتياجات كبار السن الغذائية الخاصة، مما يجعل رب الأسرة ملزماً بشراء كميات أكبر منه ،ويعتبر البيض من الأطباق التي تتميز بسهولة وسرعة التحضير بالمنزل ولا تحتاج إلى وقت طويل في عملية طهيها وهذه من المميزات التي تدعم عملية شرائه وخاصة للعديد من الأشخاص الذين ليس لديهم الوقت الكافي للطهو، كما أن زيادة الكثافة السكانية ببساطة لها دور في استهلاك البيض، إذ كلما زاد عدد السكان زاد الاستهلاك الإجمالي للبيض كسلعة غذائية أساسية ، بالإضافة الى توفره بشكل كبير في جميع متاجر بيع المواد الغذائية القريبة من المنزل ولا تحتاج لمجهود كبير للحصول عليه مثل بعض المواد الغذائية الأخرى التي يستلزم شرائها الذهاب الى أسواق خاصة بها مثل (الأسماك) وغيرها حيث تعد عملية شرائها مهمة يتطلب تخصيص وقت وجهد والتوجه إلى مكان بيع مناسب وتستوجب أيضاً تخطيطاً و توقيتات محددة لضمان الحصول على أفضل جودة و يضمن الحفظ الجيد للمنتج (سوق المتخصص) (دابو، 2022)، بالإضافة إلى المجهود البدني للوصول إليه في الأوقات المزدهمة. كذلك العادات الغذائية المتوارثة عامل مهم، حيث يلعب التأثير الثقافي دوراً كبيراً حيث يصبح البيض جزءاً لا يتجزأ من الموائد اليومية أو الأسبوعية نتيجة التقاليد الغذائية الموروثة. فان البيئة الاجتماعية والثقافية للفرد،

من العائلة والأصدقاء وصولاً للعادات والطبقة، هي المحدد الأساسي لسلوكياته واتجاهاته الشرائية ما يضمن استمرار معدل استهلاكه (زباله، وآخرون (2024).

أيضا تعد المعرفة بالقيمة الغذائية والوعي بأن البيض مصدر غني وكامل للبروتين والفيتامينات يشكل دافعا صحيا قويا للشراء، خاصة في ظل تزايد الاهتمام بالصحة واللياقة وندرة البديل المناسب، بالإضافة لعدم وجود سلع غذائية بديلة بنفس الكفاءة الغذائية والقدرة على تلبية الاحتياجات اليومية يرسخ البيض كخيار غير قابل للتفاوض، مما يضمن استمرار الطلب القوي عليه. وأشارت النتائج الى أن النمط الروتيني وتقليد الآخرين في الشراء يكون بدافع العادة أو كسلوك اجتماعي مألوف يقلد فيه المستهلك محيطه، مما يضمن أن البيض يظل في قائمة التسوق الروتينية دون الحاجة لتفكير عميق.

ولم يكن تأثير البرامج الإعلامية التوعوية التي تروج لتناول البيض تساهم في التحفيز لشرائه عاملا مهما بالنسبة للمشاركين في هذه الدراسة وذلك للأسباب البسيطة التالية وهي كنتيجة لقوة العادة والضرورة في اتخاذ قرار الشراء مدفوعاً بالمعرفة الراسخة للمستهلكين بالقيمة الغذائية للبيض، كذلك العادات الغذائية المتوارثة، والحاجة العائلية (وجود الأطفال وكبار السن) تعد هذه الدوافع الداخلية أقوى من أي إعلان خارجي.

ومن هنا يمكن تقديم بعض التوصيات المقترحة من خلال النتائج المتحصل عليها من هذه الدراسة والتي أوضحت أهم العوامل التي لها تأثير قوي واضح على تفضيل المستهلكين لشراء بيض المائدة من جوانب المختلفة سواء كانت من الجانب الاقتصادي

أو الجوانب الأخرى المتعلقة بالجانب الاجتماعي والصحي أو الثقافي لدى المستهلكين، والتي بينت مدى أهمية البيض بالنسبة للمواطن الليبي واعتباره جزء لا يتجزأ من غذائه اليومي ومصدرا مهما من مصادر حصوله على البروتين بشكل دائم، بالإضافة الى أن البيض يعتبر من السلع الغذائية المهمة التي يعتمد عليه في حفظ الأمن الغذائي الوطني. لهذا نوصي بضرورة وضع اليات لمراقبة الأسعار ببيض المائدة وضمان استقرارها، وحماية المستهلك من القفزات غير مبررة مما يضمن أن يظل البيض خيارا اقتصاديا متاحا لجميع لمواطنين، كما نوصي بفرض رقابة شديدة على جودة البيض سواء كان مصدره محليا او مستوردا بدأ من مكان انتاجه وتتبعه لأخر نقطة من نقاط بيعه لضمان سلامة الاستهلاك بشكل العام، كما نوصي بأهمية تعزيز البحث العلمي ودعم البحوث المتخصصة في تحسين ورفع كفاءة الإنتاج المحلي للبيض وتطويرها وتسهيل الحصول على الإجراءات الإدارية وتبسيطها للراغبين في انشاء مشاريع خاصة متعلقة بمزارع الدواجن والمهتمة بإنتاج البيض وفق معايير الكفاءة والجودة. كذلك العمل على التخطيط الرشيد في عملية الإنتاج واللوجستيات لضمان توفر إمدادات كافية في المناطق ذات الكثافة السكانية العالية، للاستفادة من الزيادة المباشرة في الاستهلاك الإجمالي للبيض.

## المراجع

- 1 – دابه، طاهر علي، اسبيقة، فتحية علي، العلوي، خالد ميلاد (2022). العوامل المؤثرة على اختيار مستهلكي الأسماك لسوق المرسى للأسماك بميناء طرابلس البحري لشراء احتياجاتهم من الأسماك مجلة النماء للعلوم والتكنولوجيا، كلية الزراعة، جامعة الزيتونة، العدد الثالث.
- 2 – مرزق، سعد (2022). العوامل التي تؤثر على الاستهلاك الغذائي، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور، العدد 32(02).
- 3 – عمارة، رياض السيد أحمد، واخرون (2017). دراسة اقتصادية لدوال الانفاق على السلع الغذائية في ليبيا، المجلة الاقتصادية للاقتصاد الزراعي، المجلد السابع والعشرون، العدد الثاني، 2017.
- 4- النفاذي، طلعت، واخرون (2015). دراسة اقتصادية لإنتاج واستهلاك بيض المائدة في جمهورية مصر العربية. المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، الخامس والعشرون، العدد الأول، مارس 2015.
- 5- عبد الاله، رشاش، واخرون (2023). العوامل المؤثرة على قرار الشراء لمستهلكي المنتجات واسعة الاستهلاك دراسة حالة مستهلكي مادة زيت المائدة برج بوعريريج، جامعة محمد البشير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، 2023.
- 6 – زباله، عبد الكريم، رحيمي حسين (2024). معرفة سلوك المستهلك والعوامل لتي تؤثر في صنع قرار الشراء، مجلة الباحث، المجلد 43، العدد الأول، 2024.