



آفاق الاقتصادية

Āfāqiqtişādiyyat

مجلة علمية دولية محكمة تصدر نصف سنوياً عن
كلية الاقتصاد والتجارة بجامعة المرقب

رقم الإيداع القانوني بدارالكتب الوطنية: 50/2017

E-ISSN 2520-5005

دراسة اقتصادية للمشاكل التسويقية التي تواجه منتجي العنب في
منطقة مرزق جنوب ليبيا

أحمد محمد أحمد عريدة

ahm.aridah@sebhau.edu.ly

كلية الزراعة – جامعة سبها

فيصل مفتاح شلوف

faisalm.shalloof@gmail.com

كلية الزراعة – جامعة عمر المختار

المؤلفون Authors

Cite This Article:

إقتبس هذه المقالة (APA):

عريدة، أحمد محمد وشلوف، فيصل مفتاح. (2021). دراسة اقتصادية للمشاكل التسويقية التي تواجه منتجي العنب في منطقة مرزق جنوب ليبيا. مجلة آفاق اقتصادية. 33-18 [13]7.

دراسة اقتصادية للمشاكل التسويقية التي تواجه منتجي العنب في منطقة مرزق جنوب ليبيا

المستخلص

تهدف الدراسة إلى التعرف على المشاكل التسويقية التي تواجه منتجي محصول العنب في منطقة مرزق جنوب ليبيا ، وذلك لتحسين النظام التسويقي ورفع مستوى الكفاءة التسويقية لهذا المحصول ، وقد اعتمدت الدراسة على البيانات الميدانية من منتجي العنب بعينة الدراسة. كما استخدمت الدراسة التحليل الوصفية والكمية والمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري و إختبار (T) وذلك لتحقيق أهداف الدراسة. أشارت نتائج الدراسة أن منتجي العنب يواجهون مجموعة المشاكل والمعوقات والتي أمكن حصرها من خلال إستمارة الإستبيان من أهمها مشاكل النقل والتخزين والأسعار والقنوات التصريف للإنتاج، وقد تم ترتيب المشاكل وفقا لأهميتها النسبية والمتوسطات، حيث بينت أن أكثر مشاكل تكاليف النقل لمنتجي العنب هي مشكلة صعوبة بيع المحصول لبعده المسافة من مواقع الإنتاج إلى مواقع الاستهلاك . كما إتضح أن أكثر مشاكل التخزين هي مشكلة سرعة تلف المحصول وإنخفاض الأسعار. أما أكثر المشاكل السعرية هي مشكلة إرتفاع الكمية المعروضة من محصول العنب في الأسواق المحلية وإنخفاض الأسعار . ولقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها توفير وسائل النقل المناسبة و توفير المخازن المبردة والتي تلائم تخزين العنب لفترات طويلة و دعم المنتجين بشراء الفائض من إنتاج العنب من قبل الدولة وأخيراً إنشاء مصانع العنب بالمنطقة الجنوبية لتخزين وتصنيع كميات كبيرة من العنب.

الكلمات الدالة: محصول العنب ، معوقات تسويقية ، منتجي العنب ، مرزق ، ليبيا.

**An economic study of the marketing problems facing grape producers in
Murzuq, South Libya**

Abstract

The study aims to identify marketing constraints faced by grape producers in Murzuq, South Libya. The study relied on field data from grape producers in the study sample. A descriptive and quantitative analysis, means, standard deviation and (T) test were used to meet the objectives of the study. The results found that producers of grape in Murzuq are faced with a wide range of constraints including transportation, storage, pricing and constraints associated with the various channels of marketing. The issues of transportation is based on the distance from production sites to consumption sites, while poor storage facilities led to rapid crop damage and pricing is triggered by oversupply in local markets. Based on the findings, the study recommends that the Libyan Agricultural Ministry should focus on improving transportation systems, providing refrigerated warehouses for storage of grapes, supporting producers to purchase surplus grapes production by the government and establishment of grape factories in the study region.

Key Words: Grape crop, marketing constraints, grape producers, Murzuq, Libya.

المقدمة:

تعتبر دراسة المشاكل التسويقية وطرق التسويق والإنتاج ونوعية المزارعين المتعاملين في المسائل التسويقية للمحاصيل الزراعية من العوامل المؤثر في إتخاذ القرارات التسويقية التي يتخذها المزارعين والتي تحدث التغيرات في النظام التسويقي (الرسول، 2004، ص342). من هنا تكمن أهمية وضع سياسة تسويقية زراعية تعمل على معالجة المشاكل التسويقية ورفع كفاءتها وذلك سوف ينعكس على تحقيق الأسعار المناسبة للمزارع تؤدي لزيادة الإنتاج الزراعي وإستقرار الأسعار للمستهلك ورفع مستوى معيشته (الرسول، 2004، ص342). فالتسويق الزراعي من وجهة نظر المزارع تعتبر وسيلة لتصريف محاصيله وتحويلها إلى دخل نقدي لتغطية تكاليفه الإنتاجية والمعيشية، أما المستهلك فهو مصدر للحصول على السلع الغذائية التي يرغب في شرائها (عبد الحليم، 2003، ص20). وبناء على ذلك يعتبر محصول العنب من أهم المحاصيل الزراعية في ليبيا من حيث المساحة بعد الزيتون والنخيل (الرياني، 2002، ص114). وقد أدى ذلك إلى تطور في الإنتاج والإنتاجية لمحصول العنب، حيث بلغ مستوى الإنتاجية حوالي 3.75 طن /هكتار في عام 2002 بينما تزايد في عام 2009 وقدرت بنحو 3.94 طن /هكتار. كما بلغت المساحة المزروعة من محصول العنب حوالي 8 آلاف هكتار (إحصائيات منظمة الأغذية والزراعة، 2010)، متوزعة على المناطق الشمالية منها منطقة الجبل الأخضر و العزيزية و السواني والمناطق الجنوبية منها منطقة مرزق ووادي الأجال وسبها. وعليه فإن تسويق إنتاج العنب من مناطق جنوب ليبيا إلى أخرى سيكون مكلفا وذلك لبعد المسافة من مكان الإنتاج إلى المستهلكين، خاصة في منطقة مرزق المنتجة لمحصول العنب والذي يعتبر ثاني أهم محصول بعد النخيل بهذه المنطقة والجنوب الليبي (الخصيري وآخرون، 2002، ص22)، حيث يتزايد تسويق إنتاج محصول العنب في فصل الصيف نظرا لاحتوائها على القيمة الغذائية العالية من السكريات والأحماض العضوية والعناصر الغذائية وعلى الرغم من ذلك يعاني مزارعي العنب بمنطقة مرزق من العديد من المشاكل والمعوقات التسويقية.

المشكلة البحثية

يعتبر العنب من أنواع الفاكهة التي لها أهمية كبيرة سواء كانت من الناحية الاقتصادية أو الغذائية في مختلف مناطق ليبيا (الأرباح، 1996، ص38)، حيث قدر إنتاج العنب بمنطقة الدراسة حوالي 13.32 ألف طن وتمثل حوالي 6.99 % من إجمالي إنتاج البلاد (الهيئة الوطنية للمعلومات والتوثيق، 2007، ص62)، إلا أن الجهات المختصة في الدولة لم تدعم زراعة وإنتاج محصول العنب بتوفير قنوات تسويقية وتصديرية مناسبة للمزارعين العنب في جنوب ليبيا، وبرغم من ذلك يعاني مزارعي العنب بمنطقة مرزق من العديد من المشاكل والمعوقات التسويقية ولعل أهمها تكاليف النقل والتخزين والأسعار وقنوات التصريف. بالإضافة إلى غياب المعلومات التسويقية وبدائية عمليات النقل والتداول والتخزين التي تؤدي إلى انخفاض الكفاءة التسويقية وبالتالي تسبب في تفاوت كبير بين سعر المنتج بالمزرعة وسعر شراء المستهلك النهائي. وهذه جميعا تعد من العوامل التي تواجه مزارعين العنب بمنطقة الدراسة مما يضر المنتج والمستهلك معاً الأمر الذي اثار اهتمام الباحثان بدراسة هذه المشاكل وإقتراح الحلول لها.

أهداف البحث

يهدف البحث إلى التعرف على المشاكل والأسباب الرئيسية التي أدت إلى وجود مشاكل ومعوقات تسويقية تتمثل في التكاليف التسويقية والتخزين والأسعار، ومدى تقييم أهم المشاكل التي تواجه تسويق العنب بمنطقة مرزق، والعمل على إيجاد أفضل المقترحات التي تساعد مزارعي العنب بمنطقة مرزق للتغلب على المشاكل التي تواجههم

في العملية التسويقية للمحصول.

فروض البحث

- 1- التكاليف التسويقية لها تأثير على عملية تسويق محصول العنب بمنطقة مرزق.
- 2- مشاكل التخزين لها تأثير على عملية تسويق محصول العنب بمنطقة مرزق.
- 3- مشاكل الأسعار لها تأثير على عملية تسويق محصول العنب بمنطقة مرزق .
- 4- قنوات التصريف التي يختارها المزارع لها تأثير في عملية تسويق العنب داخل وخارج المنطقة.

مصادر البيانات والأسلوب البحثي

اعتمدت الدراسة على المصادر الثانوية وتشمل الكتب والدراسات ذات الصلة من الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) وبعض التقارير والإحصاءات الزراعية . كما اعتمدت بصفة أساسية على البيانات الأولية من إستمارة الإستبيان التي أعدت لغرض الدراسة، حيث تم تصميم إستمارة إستبيان خاصة للحصول على المعلومات المطلوبة باستخدام مقياس ليكرت ذو النقاط الخمس (5) point (موافق بشدة) 5 درجات و (موافق) 4 درجات و(حيادي) 3 درجات و(غير موافق) 2 درجة و(غير موافق بشدة) 1 درجة، بعد أن تم عرضها علي مجموعة من أستاذة الاقتصاد الزراعي و مختصين يعملون في مجال زراعة وإنتاج العنب، وقد تم إدخال بعض التعديلات على الإستبيان بناء على ملاحظاتهم ومقترحاتهم ، وقد تم توزيعها و جمعها ميدانياً من مزارعين العنب بمنطقة مرزق خلال الموسم 2009-2010 (يعاني المزارعين من المشاكل التسويقية والتي تشمل تكاليف التسويق والتخزين والأسعار وتسويق الفائض لمختلف محاصيل الفاكهة خصوصا العنب إلى الآن في بلديات الجنوب الليبي بصورة عامة و بلدية مرزق بصفة خاصة، وهذا ما أشار إليه تقرير مركز تنمية الصادرات (2018) بعد إجراء المسح الزراعي لبلديات المنطقة الجنوبية، كما أكد صقر (2020) إن أهم المشاكل التي تؤثر في عملية تسويق محصول العنب في بلديات الجنوب هي مشكلة تكاليف النقل والتخزين والأسعار)، و إستخدامت الدراسة التحليل الوصفية والكمية والمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لتقييم إجابات العينة ومدى التجانس بينها ، كما تم إختبار فروض الدراسة باستخدام إختبار (T) وذلك للوصول إلى النتائج التي تخدم أهداف الدراسة.

أولاً: وصف مجتمع الدراسة و إختيار العينة

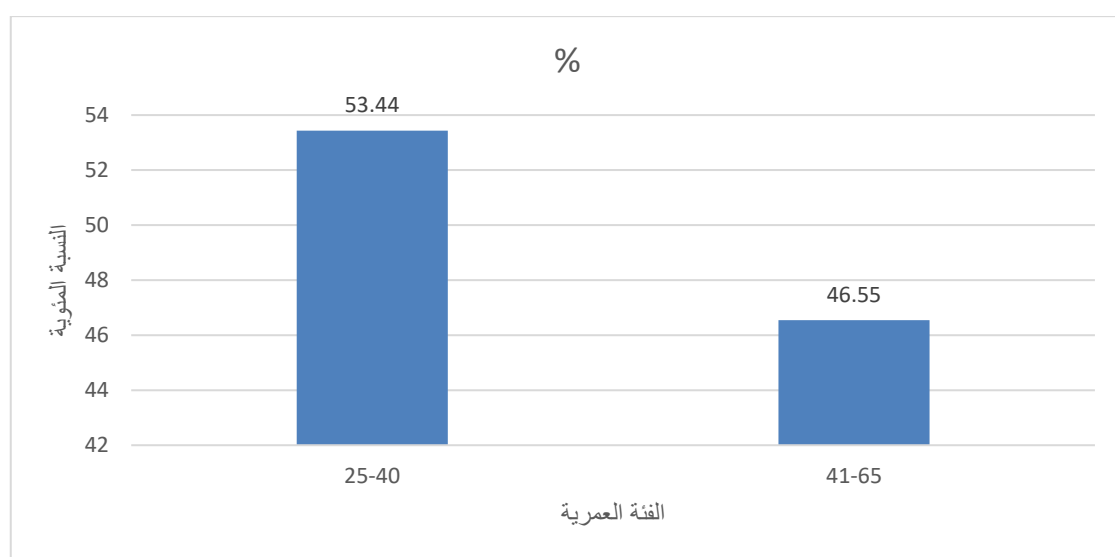
تم تحديد مجتمع الدراسة والذي يتكون من مزارعي العنب بمنطقة مرزق جنوب ليبيا (وتقع في هذه المنطقة كل من مرزق و تراغن ووادي عتبة ومجدول و زويلة وأم الأرناب) وذلك وفق كشوف الحصر المعدة من قبل الهيئة الوطنية للمعلومات والتوثيق على مستوى ليبيا ، وتقارير وزارة الزراعة في المنطقة المتضمنة بيانات عن أعداد مزارع العنب المنتجة في تلك المنطقة . يختلف مجتمع الدراسة وفق لظروف الباحث وإمكانياته، فكلما كان حجم العينة كبير ساعد ذلك على تقليص أخطاء العينة، وقد يلجأ الباحث إلى الحصول على نسبة معينة من مجتمع الدراسة كأن تكون 10 % أو اقل، بحيث أن لا يقل حجم العينة عن 30 في حالة إذا كان مجتمع الدراسة صغيراً ولا يقل عن 100 حالة إذا كان مجتمع الدراسة كبيراً (الفاندي، 1994، ص179)، وعلى هذا الأساس تم تحديد حجم العينة بنسبة (3.5%) بلغ إجمالي مزارع منطقة الدراسة التي قدرت بعدد (4096) مزرعة، تشمل مزارع متخصصة في زراعة العنب وأخرى غير متخصصة، أي يزرع مع العنب محاصيل أخرى، ولم يتم التمكن من بيانات وزارة الزراعة في تلك المنطقة من تحديد عدد المزارع المتخصصة في زراعة العنب (وزارة الزراعة بمنطقة مرزق، 2007) ، حيث

تم إختيار عدد (143) مزرعة تم توزيعها في المنطقة. ولدى فحص الإستبيانات المستردة تبين أن 27 إستمارة غير صالحة للتحليل الإحصائي فتم إستبعادها بالتالي كان عدد الإستبيانات الصالحة للتحليل 116 إستبيان.

ثانياً: التحليل الوصفي لمزارعي العنب بمنطقة مرزق خلال الموسم 2009-2010

1- توزيع المزارعين وفقاً للعمر

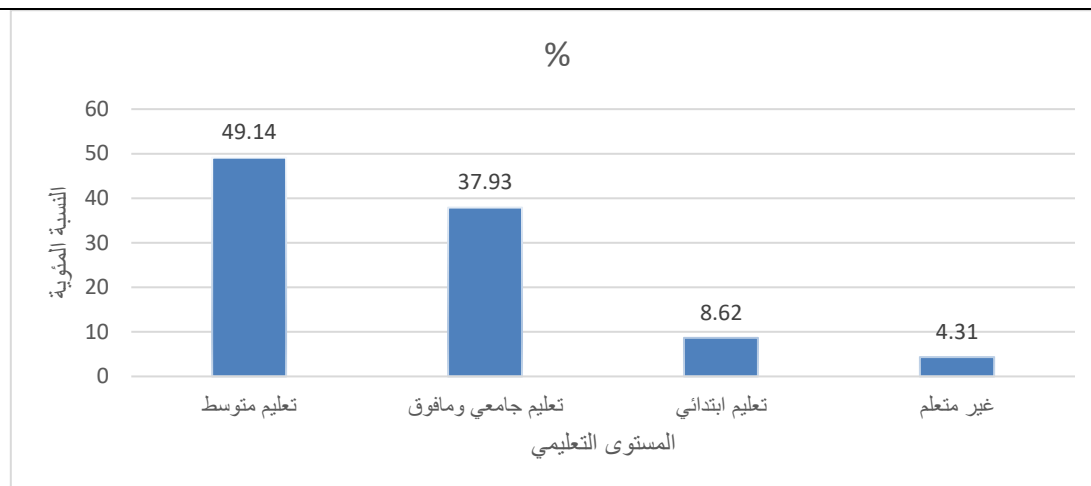
تم تقسيم الفئات العمرية لعينة مزارعي العنب في منطقة مرزق خلال فترة الدراسة إلى فئتين، كما هو موضح بالشكل رقم (1) ، حيث أوضحت النتائج أن غالبية أفراد العينة المبحوثة التي تم إختيارها كانت أعمارهم تتراوح ما بين 25-40 ، وبلغ عددهم 62 مبحوثاً ، وبنسبة مثلت نحو (53.45%) من إجمالي أفراد العينة ، وبعدها الفئة العمرية التي تراوحت أعمارها من 41-65 سنة ، حيث بلغ عددها 54 مبحوثاً ، وبنسبة مثلت نحو (46.55%) من إجمالي أفراد العينة .



شكل (1) : توزيع مزارعي العنب وفقاً للعمر

2 - توزيع مزارعي العنب وفقاً للمستوى التعليمي

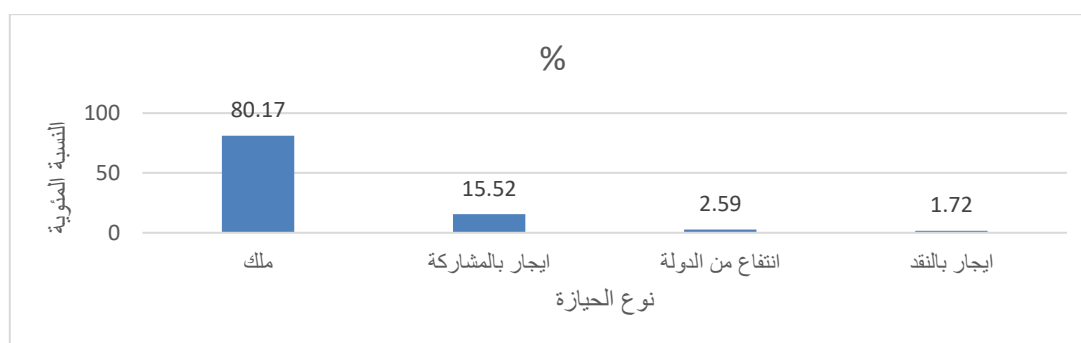
تم تقسيم المستوى التعليمي لمزارعي العنب بعينة الدراسة إلى أربع فئات ،حيث بينت النتائج أن غالبية مزارعي العينة المبحوثة التي تم إختيارها هم من فئة التعليم المتوسط حيث بلغ عددهم 57 مبحوثاً وبنسبة مثلت نحو(49.14%) من إجمالي أفراد العينة ، وبعدها فئة التعليم الجامعي وما فوقه حيث بلغ عددها 44 مبحوثاً وبنسبة مثلت (37.93%) من إجمالي أفراد العينة ، ثم فئة التعليم الابتدائي حيث بلغ عددهم 10 مبحوثاً وبنسبة شكلت حوالي (8.62%) من إجمالي أفراد العينة ، بينما أتت في المرتبة الأخيرة فئة غير المتعلمين حيث بلغ عددهم 5 مبحوثاً وبنسبة قدرت بنحو (4.31%) من إجمالي أفراد العينة ،كما هو موضح بالشكل رقم (2) التالي.



شكل (2) : توزيع مزارعي العنب وفقاً للمستوى التعليمي

3- توزيع مزارعي العنب وفقاً لمليتهم للحيازات الزراعية

أوضحت نتائج البيانات التي تم الحصول عليها من إستمارة الإستبيان أن أغلب الحيازات لأفراد العينة هي ملك لهم، والتي يشير إليها الشكل رقم(3)، حيث وصل أكبر عدد من المزارعين المبحوثين في فئة المالكين للمزارع حيث قدر عددهم 93 مبحثاً وبنسبة (80.17%) من إجمالي عدد المبحوثين في المنطقة ، بينما بلغ عدد المزارعين المبحوثين لفئة إيجار بالمشاركة حيث كان عددهم 18 مبحثاً وبنسبة قدرت (15.52%) من إجمالي عدد المبحوثين ، تليها فئة الإنتفاع من الدولة حيث قدر عددهم 5 مبحثين وبنسبة قدرت(2.59%)، في حين كان أقل عدد من المبحوثين من فئة إيجار بالنقد في منطقة مرزق حيث قدر عددهم 2 مبحثين وبنسبة مثلت بحوالي (1.72%) من إجمالي عدد المبحوثين في تلك المنطقة.



شكل 3 : توزيع مزارعي وفقاً لمليتهم للحيازات الزراعية

ثالثاً : النتائج والمناقشة

1- المشاكل المتعلقة بتكاليف النقل والتمويل التسويقية

احتل السؤال رقم (3) أعلى الترتيب حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.46) وبإنحراف معياري قدره (0.92) ، وهذا يعني أن نسبة كبير جداً من مزارعي العنب بمنطقة مرزق توافق تماماً أنعدم وجود مصانع للعنب في المنطقة يؤدي إلى وجود صعوبات ومشاكل في تسويق. وقد أشار القبلاوي (2007،ص685) و أبوسعدة والصاوي (2015،ص1574) بأن وجود مصانع العنب والفواكه والجمعيات التعاونية الزراعية تساهم في حل بعض المشاكل

التسويقية مثل مشكلة تكاليف النقل والتخزين وإستقرار الأسعار وتصنيع أكبر قدر من الفائض. كما أن السؤال رقم (4) عدم وجود دعم من قبل مؤسسات الزراعة لتصريف الإنتاج احتل الترتيب الثاني حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.44) وبإنحراف معياري قدره (0.91) ويعتبر من بين الأسباب المؤدية إلى ضعف في العملية التسويقية بمنطقة مرزق. بينت دراسة شلوف وعريدة (2010،ص139) بأن تقديم الدعم والتمويل من الجهات المختصة يساعد المزارعين على تصريف إنتاجهم في مناطق جنوب ليبيا مثل وادي الآجال ووادي الشاطئ ومرزق وسبها. كما أكدت دراسة محمد (2010،ص67) أن ضعف العملية التمويلية تؤثر في الإنتاج والإنتاجية والتسويق لمحاصيل الفاكهة مثل العنب.

احتل السؤال (2) و (3) الترتيب الثالث والرابع على التوالي حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذين السؤالين (4.40) و(4.03)، وهذا يعني أن نسبة كبيرة من مزارعي العنب بمنطقة مرزق توافق لحد ما بأنه توجد صعوبة كبيرة لبيع محصول العنب نتيجة لبعدها المسافة من منطقة الإنتاج إلى مناطق الاستهلاك في مختلف مناطق ليبيا، بالإضافة لوجود ارتفاع في تكاليف النقل لتلك المناطق كما هو موضح بالجدول رقم (1).

جدول (1)

المشاكل المتعلقة بتكاليف النقل التسويقية لمحصول العنب خلال موسم 2009-2010

الترتيب	الإنحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق بشدة (1)	غير موافق (2)	حيادي (3)	موافق (4)	موافق بشدة (5)	الأسئلة	الرقم
4	1.22	4.03	6	16	0	40	54	هل يوجد ارتفاع في تكاليف النقل	1
3	0.99	4.40	2	10	1	30	73	هل توجد صعوبة لبيع محصول العنب نتيجة لبعدها المسافة	2
1	0.92	4.46	4	3	1	36	72	عدم وجود مصانع للعنب في المنطقة	3
2	0.91	4.44	1	9	0	34	72	عدم وجود دعم من قبل مؤسسات الزراعة لتصريف الإنتاج	4

من خلال الجدول رقم (2) والخاص بالفرضية الأولى نجد أن قيمة (T) المحسوبة أكبر من قيمة (T) الجدولية عند مستوى معنوية 5%، وهذا يدل على معنوية نتائج إختبار العينة وبالتالي القبول بالفرض البديل القائل بأنه التكاليف التسويقية لها تأثير في عملية تسويق محصول العنب بمنطقة مرزق، ورفض الفرض القائل بأن التكاليف التسويقية ليس لها تأثير إيجابي في عملية تسويق محصول العنب.

جدول (2)

إختبار الفرضية الأولى باستخدام إختبار (T)

مستوى المعنوية	T	الإنحراف المعياري	الخطأ المعياري	الوسط الحسابي	حجم العينة	الفرضية الأولى
0.0000	39.44	0.964	0.089	4.33	116	مجموع الأسئلة من 4-1

2- مشاكل التخزين لمحصول العنب

بينت نتائج الدراسة ومن خلال جدول رقم (3) أن السؤال رقم (6) احتل الترتيب الأول، فمن بين الأسباب التي تؤدي إلى أن أغلب المزارعون يفضلون بيع المحصول بشكل فوري وذلك لسرعة الحصول على العائد بالإضافة إلى أن معظم المستهلكين يفضلون استهلاكه بشكل طازج ، وقد بلغ المتوسط الحسابي (4.34) وبتباين معياري قدره (0.99) مما يدل على تجانس إجابات العينة لهذا السؤال. وهذا يتفق مع دراسة صابر وآخرون (2017،ص797) حيث أشار بأن تأخير بيع محصول العنب وعدم تسليمه في موعده يؤدي إلى ضعف الحصول على العائد وعدم دفع ثمن المحصول مرة واحدة واستغلال تجار الجملة للمزارعين العنب. كما أكد القبلاوي (2007،ص 678) بأن سرعة تسويق المحصول توفر الوقت والجهد وتقلل من نسبة تلف المحصول.

إن وجود ارتفاع في نسبة الكمية المفقودة لمحصول العنب من أهم العوامل المؤثرة على تسويق العينة بمنطقة مرزق حيث بلغ المتوسط الحسابي للسؤال رقم (7) المتعلق بالكمية المفقودة (4.29)، وهذا يعني أن نسبة كبيرة من العينة توافق بأن سوء عملية التخزين تساهم بشكل كبير في زيادة مشكلة التسويق باعتباره أحد القنوات التسويقية الهامة لمزاري العنب، وبتباين معياري ليس كبير إذا بلغ (1.05)، وتعتبر إجابة العينة على السؤال (7) متجانسة بالمقارنة بالسؤال رقم (5) و(8). بين الأرباح (1996،ص128) في دراسته للأمن الغذائي أبعاده ومحدداته بأن سوء عملية التخزين لمحاصيل الفواكه مثل العنب تؤدي لفقدان نسبة عالية من الإنتاج . وأشار الحضيبي وآخرون (2002،ص29) بوجود أصناف العنب عالية الجودة بمناطق جنوب ليبيا مثل سبها ومرزق ووادي الأجال ووادي الشاطي لكنها لا تتحمل النقل والتخزين.

احتلت إجابة العينة على السؤال رقم (8) الترتيب الثالث من حيث عدم وجود مخازن مناسبة بالمنطقة ذات مواصفات عالية حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.07)، وهذا يعني أن نسبة كبيرة من العينة توافق لحد ما أن عدم وجود مخازن مناسبة بالمنطقة ذات مواصفات عالية لها تأثير سلبي على إمكانية تخزين العنب بشكل جيد ، كما أن قيمة الإنحراف المعياري بلغت (1.31) تدل على تجانس إجابات العينة . كما بلغ المتوسط الحسابي للسؤال رقم (5) الخاص بارتفاع تخزين محصول العنب بمنطقة مرزق الترتيب الرابع حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (2.79) مما يدل على أن ارتفاع تكاليف التخزين ليس لها تأثير كبير في العملية التسويقية، وذلك لأن معظم المزارعين يقومون ببيع إنتاجهم من محصول العنب عند باب المزرعة لتجار الجملة وفي موعد محدد.

جدول (3)

مشاكل التخزين لمحصول العنب لمنطقة مرزق خلال موسم 2010-2009

الرقم	الأسئلة	موافق بشدة (5)	موافق (4)	حيادي (3)	غير موافق (2)	غير موافق بشدة (1)	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
5	هل يوجد ارتفاع في عملية تخزين العنب بمنطقة مرزق	25	18	5	44	24	2.79	1.48	4
6	بيع المحصول لسرعة الحصول على العائد	67	36	1	10	2	4.34	0.99	1
7	هل توجد زيادة في نسبة الفاقد في محصول العنب نتيجة التخزين	66	33	6	7	4	4.29	1.05	2
8	عدم وجود مخازن مناسبة بالمنطقة ذات موصفات عالية	59	37	2	5	13	4.07	1.31	3

من خلال الجدول رقم (4) يشير إلى أن قيمة (T) المحسوبة أكبر من قيمة (T) الجدولية عند مستوى معنوية 5%، وهذا يدل على معنوية نتائج إختبار العينة وأن هذه الأسباب المتعلقة بمشاكل التخزين لها تأثير في عملية تسويق محصول العنب بمنطقة مرزق .

جدول (4)

إختبار الفرضية الثانية باستخدام إختبار (T)

مستوى المعنوية	T	الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	حجم العينة	الفرضية الثانية
0.0000	29.77	1.11	0.103	.873	116	مجموع الأسئلة من 5-8

3- مشاكل الأسعار

من خلال الجدول رقم (5) يتضح أن أعلى قيمة للمتوسط الحسابي بلغت (4.38) للسؤال رقم (9) مما يدل على أن العينة توافق على إنه يوجد إرتفاع في الكمية المعروضة من محصول العنب في بعض الفترات يؤثر على أسعار محصول العنب وبالتالي على الربحية التسويقية للمحصول كما بلغت قيمة الانحراف المعياري (0.82)، وتعتبر هذه القيمة أكثر تجانس من السؤالين (10) و (11). وهذه الدراسة تتفق مع خيري وبن

عيسى (2015، ص79) في دراسته لإستجابة عرض محصول العنب في ليبيا خلال الفترة من 1990-2010، بأن زيادة السعر المزرعي لمحصول العنب بنسبة 1 % يؤدي إلى زيادة الكمية المنتجة بنسبة 0.037 % ، إلا أن استجابة الإنتاج الكلي لمحصول العنب بالنسبة للتغير في السعر ضعيفة جدا في المدى القصير والطويل.

اما إجابة العينة حول السؤال رقم (12) وجود بعض الفواكه المنافسة لمحصول العنب بالمنطقة احتلت الترتيب الثاني، وهذا يعني أن بعض الفواكه الأخرى بمنطقة مرزق أصبحت منافسه وأكثر تفضيلاً للمستهلك الليبي مثل التمور والتين والدلاع، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا السؤال (4.04) وبإنحراف معياري (1.11). وقد أكد عريدة (2008، ص120) في دراسته للعوامل المؤثر على إنتاج التمور بالجنوب ليبيا بأن 76.1% من المزارعين أشار و إلى ارتفاع الطلب على التمور مقارنة بالفواكه الأخرى مثل العنب والتين.

احتلت إجابة العينة على السؤالين (11) و (10) الترتيب الثالث والرابع في الأهمية من حيث تأثيرهما على تسويق العنب حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجابات العينة (3.38)، (3.10) ، وهذا يعني أن نسبة كبيرة من العينة توافق إلى حد ما عدم وجود أصناف جيدة من العنب وعدم وجود رقابة على أسعار العنب من المزارع إلى المستهلك النهائي تؤثر في العملية التسويقية.

جدول (5)

مشاكل الأسعار لمحصول العنب بمنطقة مرزق خلال الموسم 2009-2010

الرقم	الأسئلة	موافق بشدة (5)	موافق (4)	حيادي (3)	غير موافق (2)	غير موافق بشدة (1)	الوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	الترتيب
9	ارتفاع في الكمية المعروضة في بعض الفترات	60	48	1	6	1	4.38	0.82	1
10	عدم وجود رقابة سعرية على محصول العنب من قبل الجهات المختصة	26	32	2	40	16	3.10	1.44	4
11	عدم وجود أصناف جيدة من العنب	40	24	5	34	13	3.38	1.48	3
12	وجود بعض الفواكه المنافسة لمحصول العنب بالمنطقة	47	49	3	12	5	4.04	1.11	2

وقد قامت الدراسة بإختبار الفرضية الثالثة بتطبيق إختبار (T) على متوسطات إجابات العينة من أسئلة الإستبيان

وكانت نتائج إختبار كما هي موضحة في الجدول رقم (6) تشير إلى أن قيمة (T) المحسوبة أكبر من قيمة (T) الجدولية عند مستوى معنوية 5%، وهذا يدل على معنوية نتائج إختبار العينة وأن مشاكل الأسعار لها تأثير في عملية تسويق محصول العنب بمنطقة مرزق.

جدول (6)

إختبار الفرضية الثالثة باستخدام إختبار (T)

مستوى المعنوية	T	الخطأ المعياري	الإنحراف المعياري	الوسط الحسابي	حجم العينة	الفرضية الثالثة
0.0000	27.47	0.107	1.147	.733	116	مجموع الأسئلة من 9-12

4- قنوات تصريف إنتاج محصول العنب

احتل السؤال رقم (13) الترتيب الأول من بين الأسباب التي تؤدي إلى تفضيل المزارعين تسويق محصول العنب مباشر داخل المزرعة، حيث يلجأ معظم المزارعين لإختيار هذا الأسلوب لتجنب تكاليف النقل التسويقية، حيث يعتقد عدد كبير من إجابات العينة أنهم موافقون إلى حد كبير وقد بلغ المتوسط الحسابي 4.28 وبتأثير معياري قدره (0.97) مما يدل على تجانس إجابات العينة حول هذا السؤال. تتفق الدراسة مع ما توصل إليه الشباح (2007، ص166) بأن معظم مزارعي العنب بمنطقة الجبل الأخضر في ليبيا اختاروا تسويق محصول العنب بالبيع بالجملة عند باب المزرعة. احتل السؤال رقم (15) المتعلق بتفضيل المزارعين لتسويق العنب خارج المنطقة المرتبة الثانية من حيث الأهمية على الرغم من صعوبة وارتفاع تكاليف النقل فأن المزارعون يفضلون تسويق الإنتاج إلى المناطق الأخرى (لا تشتهر بإنتاج العنب) وخارج البلاد لما تحققه من أرباح عالية، وذلك في حالة توفر الدعم المناسب من الجهات الحكومية، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.87) لإجابات العينة في حين بلغ الإنحراف المعياري (1.31).

احتل إجابة السؤال رقم (14) المتعلق بتفضيل تسويق محصول العنب داخل الأسواق الشعبية المرتبة الثالثة، وهذا يعني أن نسبة كبيرة من العينة توافق على تسويق الإنتاج في الأسواق الشعبية وذلك لقربها من مزارع الإنتاج ودرية المزارع بالمعلومات الكافية على هذه الأسواق، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.87) لإجابات العينة في حين بلغ الإنحراف المعياري (1.24). كما بلغ المتوسط الحسابي للسؤال رقم (16) والخاصة بتفضيل تسويق محصول العنب داخل التشاركيات الترتيب الأخير حيث كان متوسط الإجابة (2.48) وبتأثير معياري (1.49)، وهذا يعني أن عدد كبير من مزارعي العنب لا يوافقون بيع المحصول للتشاركيات بمنطقة مرزق ذلك لانخفاض سعر البيع وتأخر إستلام ثمن المحصول من التشاركيات، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع الشباح (2007، ص167).

جدول (7)

قنوات تصريف إنتاج العنب بمنطقة مرزق خلال الموسم 2009-2010

الرقم	الأسئلة	موافق بشدة (5)	موافق (4)	حيادي (3)	غير موافق (2)	غير موافق بشدة (1)	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
13	هل تفضل تسويق محصول العنب مباشر داخل المزرعة	59	43	4	7	3	4.28	0.97	1
14	هل تفضل تسويق محصول العنب داخل الأسواق الشعبية	35	46	6	23	6	3.70	1.24	3
15	هل تفضل تسويق محصول العنب خارج المنطقة	49	38	2	19	8	3.87	1.31	2
16	هل تفضل تسويق محصول العنب للتشاركيات الزراعية	19	17	5	35	40	2.48	1.49	4

من الجدول رقم (8) الخاص بنتائج إختبار (T) نجد أن قيمة (T) المحسوبة أكبر من قيمة (T) الجدولية عند مستوى معنوية 5%، وهذا يدل على معنوية نتائج إختبار العينة وإن اختيار قنوات تصريف لها تأثير في عملية تسويق محصول العنب بمنطقة مرزق.

جدول (8)

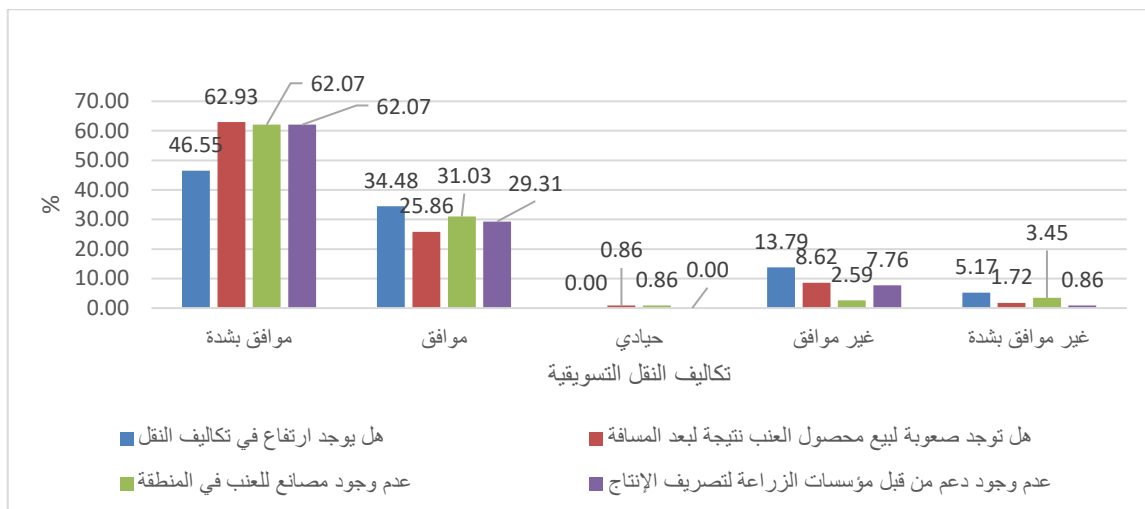
إختبار الفرضية الرابعة باستخدام إختبار (T)

مستوى المعنوية	T	الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	حجم العينة	الفرضية الثالثة
0.0000	25.84	0.107	1.16	3.58	116	مجموع الأسئلة من 13-16

إستناد إلى ما تم عرضه في هذه الدراسة من عملية تحليل البيانات لمزارعي العنب بمنطقة مرزق خلال الموسم 2009-2010 فقد تم الحصول على النتائج المتعلقة بالنسب المئوية لآراء المزارعين حول المشاكل التسويقية التالية:

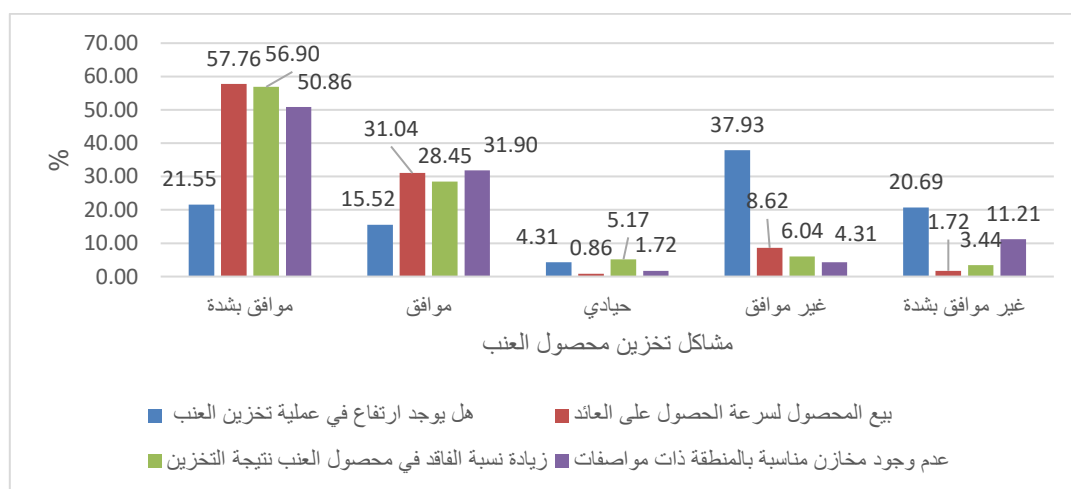
1- صعوبة بيع محصول العنب من مكان إلى آخر وعدم وجود مصانع تلائم إنتاج العنب وعدم تقديم الدعم من

المؤسسات المتخصصة من أهم مشاكل تكاليف النقل والتي أدت إلى ضعف القدرة التسويقية كما هو موضح بالشكل رقم (4).



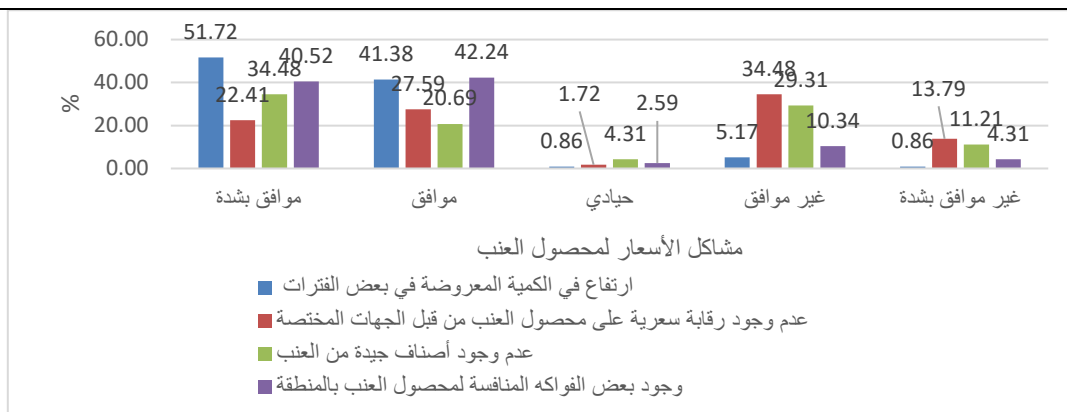
شكل (4): تكاليف النقل التسويقية

2- أن سرعة عملية تسويق المحصول للحصول على العائد تحتاج إلى كفاءة عالية ودقة في عملية التخزين، ونتيجة لعدم وجود المخازن المناسبة للمحصول والتي تؤدي لتلف المحصول وارتفاع نسبة الفاقد وبالتالي ضعف القدرة التسويقية في أوقات يكون الطلب فيها كبيرة هو موضح بالشكل رقم (5).



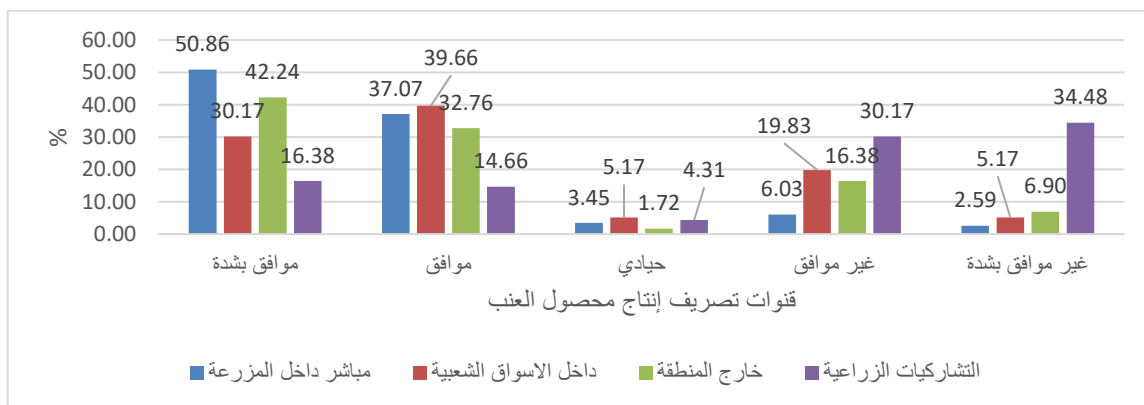
شكل (5): مشاكل تخزين محصول العنب

3- أوضحت الدراسة ارتفاع الكمية المعروضة من العنب في الأسواق في بعض الفترات والتي تقدر بحوالي 51.72 % لها دور كبير في انخفاض الأسعار دون السعر التوازني، كما هو موضح بالشكل (6)، وذلك نتيجة عدم اهتمام الدولة بجانب تسويق العنب ووضع سياسات تسويقية فعالة تساعد على تصريف الفائض ، بالإضافة إلى عدم وجود أصناف جيدة من العنب ووجود بعض الفواكه المنافسة لمحصول العنب بمنطقة مرزق مثل التمور والتين و الدلاع وتقدر بحوالي 41.38 % أدى إلى ضعف الطلب على العنب.



شكل (6): مشاكل الأسعار

4- بيع العنب داخل المزرعة يعتبر من قنوات التصريف الرئيسية بالمنطقة حيث تمثل نسبة عالية تقدر 50.86% من آراء المزارعين وذلك لعدم وجود دعم وحوافز تشجيعية لتسويق محصول العنب للمناطق الليبية الأخرى وكما لا يوجد قنوات تسويقية للخارج.



شكل (7): قنوات تصريف محصول العنب

رابعاً: التوصيات

من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة توصي الدراسة بمجموعة من التوصيات التي تساهم في حل المشاكل التسويقية وزيادة قدرة الإنتاج المحلي من محصول العنب في منطقة مرزق، جنوب ليبيا وهي كالتالي:

- 1- توفير وسائل النقل المبردة وبأسعار مجزية لنقل أصناف العنب التي تحتاج لتبريد من مناطق الإنتاج إلى مناطق الاستهلاك من قبل الجهات المختصة مثل وزارة الزراعة والجمعيات الزراعية ومركز تنمية الصادرات الليبية.
- 2- توفير المخازن المبردة والتي تلائم تخزين محصول العنب لفترات طويلة ، لأن الحفظ بالتبريد يلعب دوراً مهماً من خلال التحكم بعملية العرض والطلب في السوق المحلي خصوصاً في ظل حجم الإنتاج المتزايد.
- 3- دعم المزارعين بشراء الفائض من إنتاج محصول العنب من قبل الدولة بأسعار مناسبة أو لتخزينه لتصريف بالتصدير والتصنيع.
- 4- إنشاء مصانع العنب بما يمكنها من استيعاب كميات كبيرة من إنتاج العنب في منطقة مرزق جنوب ليبيا بصورة خاصة وليبيا بصفة عامة.

5-تشجيع الدراسات والبحوث الاقتصادية المتعلقة بمجال تسويق محصول العنب والمحاصيل الأخرى بالجنوب الليبي باعتبارها المنطلق الأساسي في تحقيق الكفاءة التسويقية والاقتصادية بالمنطقة.

المراجع

- 1- أحمد أبو اليزيد الرسول (2004)، السياسة الاقتصادية الزراعية، مكتبة البستان المعرفة، الإسكندرية، مصر، ص 342.
- 2- أحمد محمد عريدة (2008)، دراسة اقتصادية تحليلية للعوامل المؤثرة على إنتاج التمور في منطقة جنوب ليبيا، رسالة ماجستير، جامعة عمر المختار، البيضاء، ليبيا، ص 120.
- 3- إحصائيات منظمة الأغذية والزراعة (2010)، منظمة الأغذية والزراعة (FAO)، موقع (FAOSTAT).
- 4- الهيئة الوطنية للمعلومات والتوثيق (2007)، النتائج النهائية لتعداد الزراعي، طرابلس، ليبيا، ص 62.
- 5- حسن أبو سعدة و محمد الصاوي (2015)، دراسة اقتصادية للمسالك التسويقية لمحصول العنب بالمحافظة الغربية، مجلة العلوم الاجتماعية والاقتصادية والزراعية، مجلد 6، العدد 10، ص 1574.
- 6- سعيد يوسف خيرى و محمد يوسف بن عيسى (2015)، دراسة اقتصادية لدالة استجابة العرض محصول العنب في ليبيا خلال الفترة من 1990-2010، المجلة الليبية للعلوم الزراعية، مجلد 20، عدد 1-2، ص 79.
- 7- سميرة أمين عبد الحليم (2003)، علم التسويق الزراعي، المكتب العلمي للنشر والتوزيع. ط 1. ص 20.
- 8- صالح الأمين الأرياح (1996)، الأمن الغذائي أبعاده ومحدداته وسبل تحقيقه، الهيئة القومية للبحث العلمي، الجزء الثاني، ط 1، طرابلس، ليبيا، ص 38، 128.
- 9- عبد الرزاق صالح الشباح (2007)، دراسة اقتصادية تحليلية للعوامل المؤثرة على إنتاج وتسويق العنب في منطقة الجبل الأخضر بليبيا، رسالة ماجستير، جامعة عمر المختار، البيضاء، ليبيا، ص 166، 167.
- 10- علي حامد الرياني (2002)، مساهمة القطاع الزراعي في الناتج المحلي الإجمالي الليبي للفترة 1970-1999، رسالة ماجستير، أكاديمية الدراسات العليا والبحوث الاقتصادية، طرابلس، ليبيا، ص 114.
- 11- فوزية ابوزيد صابر، حنان وديع غالي، سمير محمود القاضي (2017)، اقتصاديات إنتاج أهم الحاصلات البستانية بالساحل الشمالي الغربي، مجلة حوليات العلوم الزراعية بمشتهر، مجلد 55، عدد 3، ص 797.
- 12- فيصل مفتاح شلوف وأحمد محمد عريدة (2010)، دراسة اقتصادية تحليلية لتقدير دوال إنتاج التمور في بلديات جنوب ليبيا، مجلة المنيا للبحوث والتنمية الزراعية، مجلد 30، عدد 1، ص 139.
- 13- محجوب عطية الفاندي (1994)، طرق البحث العلمي والعلوم الاجتماعية مع بعض التطبيقات على المجتمع الريفي، منشورات جامعة عمر المختار، البيضاء، ليبيا، ص 179.
- 14- محمد حسن الحضيري، عبدالله حامد بشير، طاهر عبدالقادر أعلوة، عمران محمد باوة، محمد على حمزة، سامي بابكر إبراهيم، تقنيات زراعة كروم العنب (2002)، مجلة الدراسات الصحراوية، م 1، العدد الرابع، المركز العربي لإبحاث الصحراء وتنمية المجتمعات الصحراوية، مرزق، ليبيا، ص 22، 29.
- 15- مركز تنمية الصادرات (2018)، المسح الزراعي لبلديات الجنوب، مكتب الصادرات فرع المنطقة الجنوبية، سبها، ليبيا (تقارير غير منشورة).
- 16- مصطفى عبد ربه القبلاوى (2007)، اقتصاديات إنتاج وتسويق أهم محاصيل الفاكهة في محافظة كفر الشيخ، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، مجلد 17، عدد 3، ص 678، 685.
- 17- مقابلة خاصة مع المهندس عبد السلام صقر، مدير هيئة النخيل والزيتون، سبها، ليبيا، 26-10-2020.
- 18- هدى صالح محمد (2010)، معوقات إنتاج وتسويق الخضر والفاكهة السودانية للأسواق العربية خلال الفترة 2003-2007، رسالة ماجستير، جامعة الخرطوم، الخرطوم، السودان، ص 67.
- 19- وزارة الزراعة بمنطقة مرزق (2007)، قسم الإحصاء والمتابعة (تقارير غير منشورة).