



تقييم هيكل السوق لمحصول البطاطا والصعوبات التسويقية التي تواجه التجار في سوق الجملة بدمشق

Evaluation of the market structure of the potato crop and the marketing difficulties facing merchants in the wholesale market in Damascus

م. سامي الشاهين⁽¹⁾ د. علي عبد العزيز⁽²⁾ د. محمود ياسين⁽²⁾

Eng. Sami Alchahin⁽²⁾

Dr. Ali Abdulaziz⁽²⁾

Dr. Mahmoud Yasin⁽²⁾

(1) طالب دكتوراه، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة دمشق، سورية.

(1) Department of Economy, Faculty of Agriculture, Damascus University, Syria.

(2) قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة دمشق، سورية.

(2) Department of Economy, Faculty of Agriculture, Damascus University, Syria

الملخص

نفذ البحث خلال موسم (2018-2019) في سوق الجملة للمنتجات الزراعية في دمشق (سورية) من خلال عينة عشوائية بسيطة شملت 50 تاجر جملة، و 100 تاجر نصف جملة لمحصول البطاطا. هدف البحث إلى تقييم هيكل ودرجة التركيز لسوق البطاطا، بالإضافة لتحليل الصعوبات التسويقية التي تواجه التجار في العملية التسويقية.

بينت النتائج أن كامل الكمية المسوقة من محصول البطاطا في سوق الجملة تباع داخلياً، نظراً لعدم السماح للتجار بالتصدير في موسم (2018-2019)، كما بينت النتائج أن سوق البطاطا عالي التركيز نسبياً، وبالتالي أقل قدرة على المنافسة (احتكار قلة)، حيث بلغ معامل جيني لتجار الجملة 0.602 ولتجار نصف الجملة 0.519، كما وضع منحني لورينز أن تجار نصف الجملة كانوا أقرب إلى خط المساواة منتجا الجملة، مما يعني أنهم أكثر منافسة من تجار الجملة بالرغم من وجود الاحتكار.

أهم الصعوبات التي واجهت أفراد العينة كانت ارتفاع التكاليف التسويقية (أجور النقل والتخزين والإيجار)، كما أن 70% من أفراد العينة وجدوا أن إجراءات الحصول على رخصة لممارسة أعمالهم معقدة ومكلفة.

أوصى البحث بجعل سوق البطاطا أكثر منافسة من خلال الحد من الاحتكار، بالإضافة إلى خفض التكاليف التسويقية، وخاصةً أجور النقل والتخزين ضمن السوق.

الكلمات المفتاحية: البطاطا، هيكل السوق، مقياس ليكرت، درجة تركيز السوق، معامل جيني، منحني لورينز.

Abstract

The study was conducted in season (2018-2019) in the wholesale market for agricultural products in Damascus (Syria) through a simple random sample that included 50 wholesalers and 100 smaller wholesalers of potato. The aim of the research was to evaluate the market structure and determine market concentration of potato in addition to conduct an analysis of marketing difficulties facing merchant.

The results also showed that potato market is relatively concentrated and therefore less competitive (oligopoly), as Gini coefficient for wholesalers reached 0.602 and for smaller wholesalers 0.519. The Lorenz curve also showed that small the wholesalers were closer to the equal line than the wholesalers, meaning that they were more competitive than the wholesalers despite the oligopoly.

The results also showed that the most important difficulties faced by respondents were the high marketing costs. and 70% of respondents found that the procedures for obtaining a business license to conduct their business were complex and costly.

It is concluded from the research that potato wholesale market structure suffers from several difficulties. and it can be made more competitive by facing oligopoly, in addition to reducing marketing costs, especially transport and storage ones.

Key words: potato, market structure, Likert scale, Market concentration, Gini coefficient, Lorenz curve.

المقدمة

يعرف السوق بأنه الحيز أو المكان الذي يلتقي فيه بائعو السلع أو الخدمات مع مشتريها سواء كان هذا اللقاء في المكان نفسه أو عبر وسائل الاتصال، وهذا الحيز يمكن أن يكون قرية أو حياً أو مدينة أو قطراً أو إقليمياً وقد يشمل العالم بأسره. تقسم الأسواق إلى أقسام مختلفة وفقاً إلى الأغراض التي تؤديها ومنها أسواق المحاصيل الزراعية (Jawad، 2010).

إن حسن أداء نظام تسويق المنتجات الزراعية يعتمد على هيكلها التنظيمي، ومدى كفاءة قنوات التسويق في تحريك المنتجات من المزرعة إلى المستهلكين النهائيين بأسعار تضمن عوائد عادلة لجميع الهيئات التسويقية المشاركة (Feyissa، 2009).

يتم تسويق البطاطا في السوق بكميات محددة يومياً تتناسب مع الطلب عليها من قبل المستهلكين نظراً لعدم تلف المحصول فوراً بعد الحني، وذلك بسبب القدرة على تخزينه، حيث يتم تسويق ما يقارب 250 طن يومياً من البطاطا في سوق الجملة بدمشق (إدارة سوق الجملة، 2019).

تعد البطاطا من المنتجات الزراعية المهمة من الناحية الاقتصادية فتشكل زراعة البطاطا مصدر دخل مهم للمنتجين وللبلد بشكل عام، بالإضافة إلى ذلك تمتلك البطاطا صفات خاصة من حيث تحملها للتخزين لوقت طويل، وتحملها للنقل لمسافات بعيدة (الحسن، 2008).

هيكل السوق هو مجموعة من المتغيرات التي تكون مستقرة نسبياً بمرور الوقت وتؤثر على سلوك المزارعين والمستهلكين (Fakayode وزملاؤه، 2010). ويشمل هيكل السوق خصائص تنظيم السوق التي تمكن من تطبيق استراتيجية تؤثر على طبيعة المنافسة والتسعير داخل السوق (Ngigi، 2008).

يشير هيكل السوق إلى الطريقة التي يتم بها تنظيم السوق من حيث التركيز أو الحصة السوقية للشركات، ارتفاع تركيز السوق يعني انخفاض المنافسة والعكس بالعكس (Kuzman وزملاؤه، 2016).

إن سياسة الحصار المتبعة من قبل الاحتلال وعزوف الدول المجاورة عن استيراد منتجات السوق الفلسطيني أدت لانخفاض السعر والطلب على المنتجات بنسبة تجاوزت 40% (معهد التخطيط الفلسطيني، 2015).

كما أن ارتفاع التكاليف التسويقية وخاصةً أجور النقل والتخزين تعتبر من أهم المشاكل التسويقية التي تواجه التجار عند تسويق منتجاتهم في أسواق حلب والحسكة (جاسم، 2013).

هدف البحث:

- 1- تقييم هيكل سوق الجملة ونصف الجملة بالنسبة لمحصول البطاطا.
- 2- تحليل الصعوبات التسويقية التي تواجه تجار البطاطا في سوق الجملة بدمشق.

مشكلة البحث:

تضررت معظم الأسواق الزراعية في سورية بشكل كلي أو جزئي ومنها سوق محصول البطاطا، مما أدى إلى غياب الرؤية حول مدى تركيز السوق ومدى احتفاظه بالمنافسة بين الفاعلين منه من تجار جملة ونصف جملة. كما يعتبر سوق الجملة للمنتجات الزراعية بدمشق السوق الأهم في سورية ولكنه يعاني من ضيق المساحة المخصصة له وبالتالي انخفاض عدد المحلات الموجودة بداخله (انخفاض عدد التجار) مقارنةً مع عدد المشترين (الزبائن) المحتملين مما أدى إلى ارتفاع في قيمة استثمار المحل الواحد، وارتفاع التكاليف التسويقية كالنقل والتخزين وأجور العمال وغيرها. مما يشير إلى أهمية تقييم هيكل السوق وإلقاء الضوء على مشاكل تسويق البطاطا لبناء سياسات فعالة ترفع من كفاءة أداء سوق البطاطا.

مواد البحث وطرائقه

نفذ البحث موسم (2018-2019) في سوق الجملة للمنتجات الزراعية في محافظة دمشق، وهو السوق الأهم في سورية، وتم اختيار محصول البطاطا لأنه يحتل المرتبة الثانية من حيث الكمية المتداولة في السوق بعد محصول البندورة بكمية بلغت 100 ألف طن في موسم (2018-2019)، بلغ عدد تجار الجملة ونصف الجملة لمحصول البطاطا في سوق الجملة بدمشق 58 و 135 تاجرًا على الترتيب (وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، 2019) بلغ حجم عينة تجار الجملة 50 تاجر وحجم عينة تجار نصف الجملة 100 تاجر. وبعد اقتراض مستوى دقة (5%) وحسب قانون (Yamane، 1967) وكما نقل عنه (Guidroz وزملاؤه، 2008).

$$n = N / [1 + (N e^{-2})]$$

حيث n: حجم العينة.

N: حجم المجتمع.

e: مستوى الدقة.

اعتمد البحث على نوعين من البيانات:

أولاً: بيانات ثانوية: تم جمعها من البيانات المتوفرة في وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، وإدارة سوق الجملة في دمشق.

ثانياً: بيانات أولية: تم الحصول عليها من خلال استمارة الاستبيان المصممة لجمع المعلومات التي تخدم أهداف البحث عن طريق إجراء المقابلة الشخصية مع أفراد العينة.

حللت البيانات وصفيًا وكميًا باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS 15 وبرنامج Excel

تم حساب درجة تركيز سوق البطاطا باستخدام معامل جيني ومنحنى لورينز وهي الطريقة الأكثر شيوعاً لقياس درجة التركيز السوق (Nanak، 1977). وقد تم استخدام المعاملات التالية:

1-معامل جيني: يعبر معامل جيني عن مدى تركيز السوق. ويتراوح من صفر إلى واحد، حيث يشير الصفر إلى المساواة الكاملة في توزيع الكميات المسوقة على البائعين أو التجار، والواحد يدل على وجود احتكار كامل في السوق.

تم حساب معامل جيني وفق (Tiku وزملاؤه، 2012).

$$G = 1 - \sum x y$$

حيث G هي قيمة معامل جيني.

x هي نسبة التجار.

y تراكمية نسبة المبيعات.

وعند حساب نسبة التجار (x) تم تصنيف كمية المنتجات المتداولة من قبل تجار الجملة ونصف الجملة إلى 6 فئات مختلفة، من أصغر كمية متداولة إلى الأكبر، في كل فئة عدد محدد من التجار في هذا الفئة تمت تسجيله مقسوماً على العدد الإجمالي للتجار الذين تمت مقابلتهم من أجل الحصول على النسبة التراكمية للمبيعات (y) من الفئات المختلفة التي تم إنشاؤها، تم حساب إجمالي المبيعات السنوية لفئة معينة ووزنها من حيث المجموع المبيعات السنوية لجميع الفئات، ثم تم تحديد النسبة التراكمية لقيمة المبيعات السنوية. 2- منحني لورينز: يشير منحني لورينز الأقرب إلى خط المساواة إلى التوزيع الأكثر عدالة للكمية المسوقة بين المشاركين في السوق ويشير منحني لورينز الأبعد من خط المساواة الكاملة إلى ضعف المساواة بين المشاركين في السوق. ويعتمد تقدير مدى قرب وبعد منحني لورينز عن خط المساواة التام على قيمة معامل جيني حيث أن القيم الأقل من 50% تدل على مساواة جيدة ويكون الخط أقرب إلى المساواة التامة بينما القيم التي تفوق 50% تدل على عدم المساواة ووجود احتكار (Lorenz، 1921).

3- مقياس ليكارت الرباعي: هو أسلوب لقياس السلوكيات والتفضيلات، ويعتمد على ردود تدل على درجة الموافقة أو الاعتراض على صيغة ما. سيتم تحليل الصعوبات التي تواجه تسويق البطاطا من وجهة نظر تجار الجملة ونصف الجملة في سوق الجملة بدمشق خلال الموسم (2018-2019) باستخدام مقياس ليكارت الرباعي (likert، 1932) وفقاً للخطوات التالية:

1- تحديد اتجاهات الإجابة عن طريق المتوسط بالأوزان على الشكل التالي: المدى = 4 - 1 = 3.

ويحدد طول الفترة من خلال قسمة حجم المقياس على المدى وبالتالي يكون طول الفترة 0.75.

الاتجاه الأول من 1 إلى 1.75 وهذا يدل أن الاستجابة ضعيفة.

الاتجاه الثاني من 1.76 إلى 2.51 وهذا يدل أن الاستجابة متوسطة.

الاتجاه الثالث من 2.52 إلى 3.27 وهذا يدل أن الاستجابة قوية.

الاتجاه الرابع من 3.28 إلى 4 وهذا يدل أن الاستجابة قوية جداً (pimentel، 2010).

2- تقسيم الصعوبات إلى المحاور الثلاثة التالية:

المحور الأول: ارتفاع تكاليف العمليات التسويقية، ويضم الصعوبات التالية:

P1: ارتفاع تكلفة التخزين. P2: ارتفاع تكلفة النقل.

P3: ارتفاع أجور العمال. P4: ارتفاع أجور المحل.

المحور الثاني: إدارة السوق ضعيفة، وتضم الصعوبات التالية:

P5: مشاكل التعامل مع التجار. P6: التعامل مع إدارة السوق.

P7: توفر معلومات السوق. P8: مشاكل التعامل مع الوسطاء.

حيث أن P6: قدرة التجار على الحصول على المعلومات التسويقية بشكل دوري ومنتظم.

المحور الثالث: مشاكل متعلقة بالتسويق، وتضم الصعوبات التالية:

P9: المضاربة والاحتكار. P10: انخفاض الطلب.

P11: تعبر عن السياسات الحكومية. P12: انخفاض الجودة للمنتج.

حيث أن P9: تعبر عن وجود مضاربة واحتكار من قبل تجار محصول البطاطا أو عدمه.

و P11: تعبر عن القرارات المتخذة من قبل الحكومة فيما يتعلق بعملية الاستيراد والتصدير.

3-حساب معامل الثبات: يستخدم معامل ألفا كرونباخ كمعامل للثبات، ويأخذ قيمة تتراوح بين الصفر والواحد، فإذا لم يكن هناك ثبات فإن قيمة هذا المعامل تكون مساوية للصفر، والعكس صحيح. وبحسب مقياس نانلي (Nunnally و Bernstein، 1994) والذي اعتمد (0.7) كحد أدنى للثبات.

4-حساب معامل الصدق: يتم حسابه عن طريق حساب جذر معامل الثبات، وهو يشير إلى أن المقياس مناسب لما وضع من أجله.

النتائج والمناقشة:

أولاً: تقييم هيكل سوق البطاطا:

يوصف من خلال المشاركين في السوق، وقنوات التسويق، وتركيز السوق، وشروط الدخول (جاسم، 2013).

1-المشاركين في السوق: ويعبر عن وجود المشتريين والموردين لمحصول البطاطا بشكل منتظم ودوري.

- وجود المشتريين والموردين:

بينت نتائج التحليل الإحصائي أن 58% من تجار الجملة ونصف الجملة ليس لديهم مشتريين دائمين لمنتجاتهم أي ممن يقومون بشراء المنتجات بشكل دوري ومنتظم، أما باقي التجار لديهم مشتريين دائمين. كما أن 72% و 90% من تجار الجملة ونصف الجملة ليس لديهم موردين دائمين، ويعزى ذلك لعدم انتظام الكميات المنتجة من قبل المنتجين، وعدم القدرة على تلبية حاجة الأسواق بشكل دائم. (الجدول 1).

جدول 1. توزيع التجار حسب المشاركين في سوق الجملة.

تجار نصف الجملة		تجار الجملة		المشاركين في السوق
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
42	42	42	21	وجود مشتريين دائمين
58	58	58	29	عدم وجود مشتريين دائمين
10	10	28	14	وجود موردين دائمين
90	90	72	36	عدم وجود موردين دائمين

المصدر: عينة البحث، 2019.

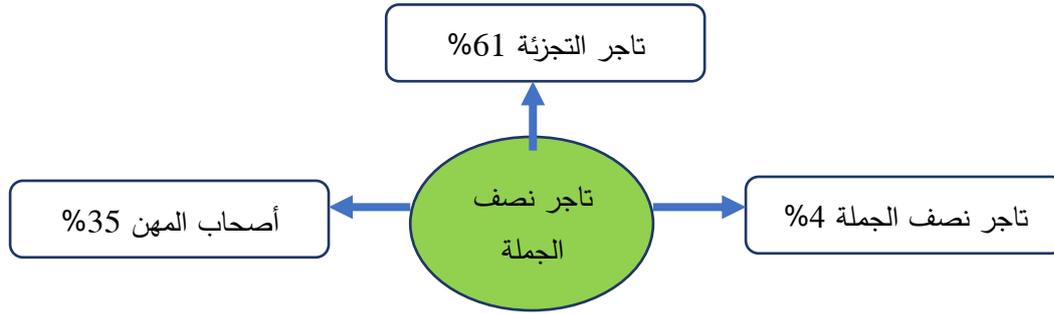
2. القنوات التسويقية لمحصول البطاطا في سوق الجملة بدمشق خلال موسم (2018-2019):

يوضح الشكل 1 النسب المئوية للكميات المباعة من قبل تاجر الجملة لمحصول البطاطا في سوق الجملة بدمشق، حيث بلغت 55% لتاجر نصف الجملة، و 22% لأصحاب المهن (مطاعم، معامل تصنيع).



الشكل 1. الحلقة التسويقية لمحصول البطاطا المسوق عن طريق تاجر الجملة في موسم (2018-2019).

ويوضح الشكل 2 النسب المئوية للكميات المباعة من قبل تاجر نصف الجملة لمحصول البطاطا في سوق الجملة بدمشق لموسم (2018-2019) حيث بلغت 61% لتاجر التجزئة (المفروق) و 35% لأصحاب المهن و 4% لتاجر نصف جملة آخر (ضمن السوق).



الشكل 2. القنوات التسويقية لمحصول البطاطا المسوق عن طريق تاجر نصف الجملة خلال موسم (2018-2019).

3. درجة تركيز السوق:

- درجة تركيز سوق البطاطا لتجار نصف الجملة:

بلغت الكمية الواردة من البطاطا 100 ألف طن للسوق (إدارة سوق الجملة، 2019). باع 26% تجار نصف الجملة ما بين 401 و 500 طن من البطاطا. بلغت مبيعات البطاطا من قبل تجار نصف الجملة 5537.553 مليون ليرة سورية بسعر وسطي بلغ 135 ليرة سورية للكيلو غرام الواحد (إدارة سوق الجملة، 2019). كان معامل جيني لتجار نصف الجملة 0.519 مما يعني أن السوق لتجار نصف الجملة عال التركيز نسبياً، وبالتالي قدرة ضعيفة على المنافسة.

جدول 2. درجة تركيز تجار نصف الجملة البطاطا في سوق الجملة.

X * Y	تراكمية نسبة المبيعات (Y)	النسبة المئوية للمبيعات السنوية	إجمالي المبيعات السنوية (مليون ليرة سورية)	تراكمية النسبة المئوية للتجار	النسبة المئوية لعدد التجار (X=A/100)	عدد التجار (A)	الكمية المباعة بالطن
0.003	0.025	0.025	135.771	0.11	0.11	11	100-1
0.014	0.098	0.073	404.474	0.25	0.14	14	200-101
0.049	0.256	0.158	875.748	0.44	0.19	19	300-201
0.111	0.504	0.248	1374.076	0.66	0.22	22	400-301
0.225	0.886	0.362	2006.004	0.92	0.26	26	500-401
0.08	1	0.134	741.48	1	0.08	8	600-501
0.481		1	5537.553		1	100	المجموع
			0.519				معامل جيني

المصدر: عينة البحث، 2019.

- درجة تركيز سوق البطاطا لتجار الجملة:

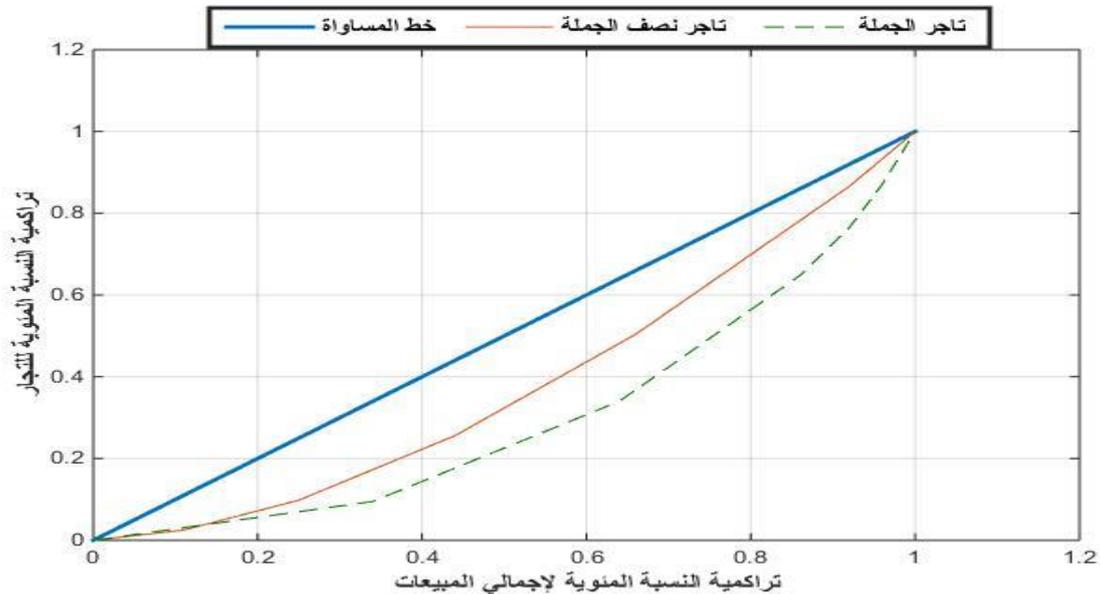
بلغ متوسط كمية البطاطا المتداولة 362.1 طن بطاطا لتاجر الجملة الواحد خلال موسم (2018-2019). باع 34% من تجار الجملة ما بين 1 و 200 طن من البطاطا، بلغت قيمة مبيعات البطاطا من قبل تجار الجملة 2772 مليون ليرة سورية، بسعر وسطي بلغ 135 ليرة سورية للكيلو غرام الواحد (إدارة سوق الجملة، 2019). وكان معامل جيني لتجار الجملة 0.602 مما يعني أن السوق لتجار الجملة كان عال التركيز نسبياً، وبالتالي وجود منافسة أقل واحتكار أعلى وقدرة أكبر لتجار الجملة على التأثير في السوق من حيث السعر والكمية خاصة مع قدرة تخزين محصول البطاطا لفترة طويلة. (الجدول 3).

جدول 3. درجة تركيز تجار الجملة البطاطا في سوق الجملة.

X * Y	تراكمية نسبة المبيعات (Y)	النسبة المئوية للمبيعات السنوية	إجمالي المبيعات السنوية (مليون)	تراكمية النسبة المئوية للتجار	النسبة المئوية لعدد التجار (X=A/50)	عدد التجار (A)	الكمية المباعة بالطن
0.32	0.95	0.095	263.5	0.34	0.34	17	200-1
0.102	0.340	0.245	679.5	0.64	0.3	15	400-201
0.143	0.648	0.308	852.500	0.86	0.22	11	600-401
0.046	0.765	0.117	325.5	0.92	0.06	3	800-601
0.035	0.871	0.106	294.5	0.96	0.04	2	1000-801
0.04	1	0.129	356.5	1	0.04	2	1200-1001
0.398		1	2772		1	50	المجموع
0.602							معامل جيني

المصدر: عينة البحث، 2019.

يوضح منحني لورينز وجود سوق شديد التركيز بالنسبة لتجار الجملة ونصف الجملة، هذا يشير إلى أن سوق البطاطا في سوق الجملة في دمشق لديه بنية احتكار القلة، حيث يتحكم عدد قليل من الجهات الفاعلة (تجار الجملة) في حصة كبيرة من السوق، وإن تجار نصف الجملة كانوا أقرب إلى خط المساواة منتجا الجملة، مما يعني أن سوق البطاطا لديهم أكثر منافسة من تجار الجملة بالرغم من وجود الاحتكار (الشكل 3).



الشكل 3. منحني لورينز وخط المساواة في سوق البطاطا لتجار الجملة ونصف الجملة خلال موسم (2018-2019).

4-شروط الدخول:**- إجراءات الترخيص:**

بينت نتائج التحليل الإحصائي أن 100% و 98% من تجار الجملة ونصف الجملة يملكون رخصة تجارية في سوق الجملة خلال موسم (2018-2019)، وذلك بسبب إلزام إدارة السوق والجهات المعنية للتجار على الحصول على ترخيص لمزاولة عملهم (الجدول 4).

جدول 4. توزيع التجار حسب وجود رخصة لمزاولة العمل في سوق الجملة.

تجار نصف الجملة		تجار الجملة		ملكية الرخصة
الأهمية النسبية %	التكرار	الأهمية النسبية %	التكرار	
98	98	100	50	أملك
2	2	0	0	لا أملك
100	100	100	50	المجموع

المصدر: عينة البحث، 2019.

- إجراءات الحصول على رخصة:

بينت نتائج التحليل الإحصائي أن 60% من تجار الجملة ونصف الجملة يرون أن إجراءات الحصول على رخصة بسيطة وغير مكلفة، بينما 18% و 20% من تجار نصف الجملة يرون أن إجراءات الحصول على رخصة معقدة ومكلفة على الترتيب خلال موسم (2018-2019) (الجدول 5).

جدول 5. توزيع التجار حسب إجراءات الحصول على رخصة في سوق الجملة.

تجار نصف الجملة		تجار الجملة		إجراءات الحصول على رخصة
الأهمية النسبية %	التكرار	الأهمية النسبية %	التكرار	
18	18	20	10	معقدة
20	20	20	10	مكلفة
60	60	60	30	بسيطة وغير مكلفة
2	2	0	0	لم أقم بها
100	100	100	50	المجموع

المصدر: عينة البحث، 2019.

ثانياً: الصعوبات التسويقية التي واجهت التجار في سوق الجملة:

1- اختبار الثبات والصدق الإجماليين على جميع المحاور والأسئلة:

بينت نتائج التحليل الإحصائيان قيمة معاملي ألفا كرونباخ والصدق تساوي (0.797) و (0.892) على الترتيب وهي قيم مرتفعة وموجبة، وأن عدد العناصر المدرجة 12 عنصر. كما يظهر قوة ثبات وصدق المعاملات لجميع المحاور المدروسة والمتعلقة بسؤال التجار حول الصعوبات التي تواجههم في تسويق منتجاتهم (الجدول 6).

جدول 6. معامل الثبات والصدق الإجماليين للصعوبات على جميع المحاور.

التسلسل	المحور	عدد العناصر	معامل الثبات	معامل الصدق
1	ارتفاع التكاليف التسويقية	4	0.825	0.908
2	إدارة السوق	4	0.968	0.984
3	التسويق	4	0.938	0.969
	الإجمالي	12	0.797	0.982

المصدر: عينة البحث، 2019.

2-الصعوبات المرتبطة بارتفاع التكاليف التسويقية:

بينت نتائج التحليل الإحصائي أن الاتجاه المتعلق بمحور ارتفاع التكاليف التسويقية هو اتجاه قوي جداً، وذلك بسبب ارتفاع سعر مصادر الطاقة (الكهرباء، المحروقات) وأجور العمال والمحلات (الجدول 7).

جدول 7. اتجاهات الصعوبات المتعلقة بمحور ارتفاع التكاليف التسويقية.

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	قوي جداً	قوي	متوسط	ضعيف	المحور الأول	
							التكرار	%
قوي جداً	0.857	3.36	86	43	21	0	التكرار	P1
			57.3	28.7	14	0	%	
قوي جداً	0.825	3.30	80	35	35	0	التكرار	P2
			53.4	23.3	23.3	0	%	
قوي	0.643	3.12	68	68	14	0	التكرار	P3
			45.3	45.3	9.6	0	%	
قوي جداً	0.731	3.43	72	35	43	0	التكرار	P4
			48	23.3	28.7	0	%	
قوي جداً	0.737	3.32	306	181	113	0	التكرار	ارتفاع التكاليف التسويقية
			51	30.17	18.83	0	%	

المصدر: عينة البحث، 2019.

3-الصعوبات المرتبطة بإدارة السوق: يبين الجدول 8 فإن الاتجاه المتعلق بالإدارة هو اتجاه متوسط.

جدول 8. اتجاهات الصعوبات المتعلقة بمحور إدارة السوق.

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	قوي جداً	قوي	متوسط	ضعيف	المحور الثاني	
							التكرار	%
متوسط	1.071	2.35	34	22	63	31	التكرار	P5
			22.7	14.7	42	20.6	%	
متوسط	1.072	2.30	33	15	66	36	التكرار	P6
			22	10	44	24	%	
متوسط	1.090	2.31	36	11	67	36	التكرار	P7
			24	7.3	44.7	24	%	
متوسط	1.060	2.40	29	28	54	39	التكرار	P8
			19.3	18.7	36	26	%	
متوسط	1.07	2.36	132	76	250	142	التكرار	إدارة السوق
			22	12.6	41.7	23.7	%	

المصدر: عينة البحث، 2019.

4-الصعوبات المرتبطة بالتسويق:

بينت نتائج التحليل الإحصائي بأن الاتجاه المتعلق بمحور التسويق هو بالمتوسط اتجاه قوي، وذلك بسبب عدة عوامل منها انخفاض الجودة وانخفاض الطلب على المنتجات في فترات معينة بالإضافة إلى السياسات الحكومية المتبعة في مجال التسويق والحصار المفروض من قبل الدول الأخرى زاد من حجم المشكلة للتجار في السوق (الجدول 9).

جدول 9. اتجاهات الصعوبات المتعلقة بمحور التسويق.

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	المحور الثالث					
			قوي جداً	قوي	متوسط	ضعيف		
قوي	0.745	2.80	27	70	51	2	التكرار	P9
			18	46.7	34	1.3	%	
قوي	0.697	2.73	18	72	58	2	التكرار	P10
			12	48	38.7	1.3	%	
قوي	0.762	2.62	23	58	67	2	التكرار	P11
			15.3	38.7	44.7	1.3	%	
قوي	0.695	2.70	19	65	66	0	التكرار	P12
			12.7	43.3	44	0	%	
قوي	0.730	2.71	87	265	242	6	التكرار	التسويق
			14.5	43.2	40.3	1	%	

المصدر: عينة البحث، 2019.

الاستنتاجات

- 1-وجود ضعيف للمشتريين والموردين الدائمين لمحصول البطاطا في سوق الجملة لموسم (2018-2019).
- 2- شروط الدخول لتجارة محصول البطاطا غير معقدة وغير مكلفة.
- 3- سوق محصول البطاطا عال التركيز على مستوى تجاري الجملة ونصف الجملة.
- 4- ارتفاع التكاليف التسويقية وخاصةً أجور النقل والتخزين وأجور المحلات في سوق البطاطا.

التوصيات

- 1-تشجيع زراعة محصول البطاطا في سورية لزيادة الكميات المسوقة للأسواق المحلية.
- 2- فتح مراكز للتخزين من قبل إدارة سوق الجملة تكون قريبة من السوق وبأسعار تشجيعية للتجار الموجودين في السوق حتى يستطيع التجار التخلص من ارتفاع تكلفة التخزين في البرادات الخاصة.
- 3- العمل على تخفيض أجور نقل محصول البطاطا من أماكن إنتاجه حتى وصوله لسوق الجملة عن طريق تأمين شاحنات مبردة تقوم بنقل المحصول بشكل جماعي للتجار.
- 4- الحد من ارتفاع إيجار المحل في سوق الجملة بدمشق عن طريق وضع سعر مدروس يناسب الطرفين ولا يتم تجاوزه من قبل الملاك.

5-تشجيع عملية التصدير عندما يكون هناك وفرة في الإنتاج وتسهيل إجراءات الاستيراد وعدم ربطها عن طريق المؤسسات الحكومية وذلك للتخلص من عدم انتظام الإنتاج واحتكار البطاطا من قبل التجار.

المراجع

- جاسم، ابتسام. 2013. رسالة ماجستير بعنوان تسويق محصولي العدس والحمص وتنمية صادراتهما في الجمهورية العربية السورية، جامعة حلب، الجمهورية العربية السورية.
- الحسن، أحمد علي. 2008. اقتصاديات إنتاج وتسويق محصول البطاطا في الجمهورية العربية السورية، أطروحة دكتوراه في قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة عين شمس، مصر.
- إدارة سوق الجملة. 2019. بيانات غير منشورة، دمشق، سورية.
- معهد الأبحاث التطبيقية الفلسطيني. 2015. مشروع تقييم الإنتاج والاستهلاك الغذائي من أجل تحسين واستدامة الزراعة والأمن الغذائي في الضفة الغربية، فلسطين. نشرة توعوية للمزارع الفلسطيني. ص 39.
- وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي. 2019. ندوة عن تطوير واقع أسواق الجملة للمنتجات الزراعية، دمشق، سورية.
- Fakayode, S. B., Omotesho, O. A., Babatunde, R. O and A. Momoh. 2010. The Sweet Orange Market in Nigeria, How Viable? Research Journal of Agricultural and Biological Sciences, 6(4): 395-400.
- Feyissa, A. 2009. Grain market and rural livelihoods: A case of structure, conduct and performance of grain market in Lume Woreda of Oromiya region. Unpublished M.S. thesis, Lund University, Sweden.
- Guidroz, A, Allen A.J and S. Shaik. 2008. Methodological Considerations for Creating and Utilizing Global Survey Norms. SIOP, p155.
- Jawad, A. 2010. The trade-off between the estimation methods of the qualitative variable's economic functions. Tikrit Journal for Administrative and Economic Sciences. 6(18): 102-118.
- Kuzman, B., M. Stegić and J. Subić. 2016. Market oriented approach of revealed comparative advantage in international trade, Ekonomika poljoprivrede, Beograd, 63(1): 247-260.
- Likert, R. 1932. A Technique for the measurement of attitudes. Archives of Psychology.
- Lorenz, M. 1906. Economic Theory of Rail Prices, PhD thesis University of Wisconsin-Madison, USA.
- Nanak, C. 1977. Application of Lorenz Curves in Economic Analysis, Econometric, 45(3): 211-218.
- Ngigi, M. 2008. Structure, conduct and performance of commodity markets in South Sudan: linkages food security. p1.
- Nunnally, J.C. and Bernstein, I.H. 1994. The Assessment of Reliability. Psychometric Theory, 3, 264-265.
- Pimentel, J.L. 2010. A note on the usage of Likert Scaling for research data analysis, Department of Mathematic and Statistics, College of Arts and Sciences, University of Southern Mindanano, Cotabato, Philippines, 18(2):109-112.

- Tiku, N. E., Olukosi, J.O., Omolehin R.A and M.O. Oniah. 2012. The structure, conduct and performance of palm oil marketing in Cross River State, Nigeria. Journal of Agricultural Extension and Rural Development, 4(20):569-573.
- Yamane, T. 1967. Statistics: An Introductory Analysis, 2nd Edition, New York: Harper and Row.

N° Ref: 965