

An Analytical Study of the Marketing Efficiency of Olive Oil in the Syrian Coast

Shaza Mahmoud Sabbouh¹, Smaan Alattuan², Ibrahim Mohammad Abdullah³

¹ PhD Student, Assistant Research, Department of Economic and Social Studies Research & Damascus General Commission for Scientific Agricultural Research, Syria.

² Professor, Department of Agricultural Economics, Faculty of Agriculture, Damascus University, Syria.

³ Researcher, Department of Economic and Social Studies Research, Al-Ghab, General Commission for Scientific Agricultural Research, Syria

Received on 19/10/2019 and Accepted for Publication on 8/3/2021.

ABSTRACT

The research included a study of the reality of olives and olive oil marketing on the Syrian coast in 2016-2017, and measuring the marketing efficiency of olive oil by the production and marketing costs, based on the required data from statistical groups of the Syrian Ministry of Agriculture for the years (2010-2016) and the results of the analysis of questionnaires distributed to olive growers in the study area.

It was found that the production and marketing costs of olives and olive oil increased as a result of the high prices of production inputs in the light of the Syrian crises as a result of the economic blockade, and therefore a decrease in marketing efficiency

The research recommended the need to pay attention to the marketing aspects, and increase the efficiency of marketing operations in order to raise marketing efficiency, by reducing production and marketing costs, and recommends the need for attention and follow up by government agencies to the high prices of production requirements to develop appropriate solutions to reduce their prices or work to secure them optimally.

Keywords: Olive Oil, Marketing Efficiency, Production Costs, Marketing Costs.

دراسة تحليلية للكفاءة التسويقية لزيت الزيتون في الساحل السوري

شذى صبح¹، د. سماعيل العطوان²، د. إبراهيم عبد الله³

¹ طالبة دراسات عليا (دكتوراه)، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة دمشق، سورية

² أستاذ، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة دمشق، سورية

³ باحث، دائرة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية في الغاب، الهيئة العامة للبحوث العلمية الزراعية، سورية.

تاريخ استلام البحث 2019/10/19 وتاريخ قبوله 2021/3/8.

ملخص

تضمن البحث دراسة واقع تسويق الزيتون وزيت الزيتون في الساحل السوري للموسمين الزراعيين 2016-2017 وقياس الكفاءة التسويقية لزيت الزيتون من خلال حساب التكاليف الإنتاجية والتسويقية، بالاعتماد على البيانات المطلوبة من المجموعات الإحصائية لوزارة الزراعة السورية للأعوام (2010-2016)، ونتائج تحليل الاستبيانات الموزعة على مزارعي الزيتون في منطقة الدراسة. وقد تبين ارتفاع كل من التكاليف الإنتاجية والتسويقية للزيتون وزيت الزيتون نتيجة لارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج في ظل الأزمة السورية، كنتيجة للحصار الاقتصادي وبالتالي انخفاض في الكفاءة التسويقية. وقد أوصى البحث بضرورة الاهتمام بالنواحي التسويقية، وزيادة كفاءة العمليات التسويقية من أجل رفع الكفاءة التسويقية من خلال تخفيض التكاليف الإنتاجية والتسويقية، وتوصي بضرورة الاهتمام والمتابعة من قبل الجهات الحكومية لارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج ووضع الحلول المناسبة لتخفيض أسعارها أو العمل على تأمينها بالشكل الأمثل. **الكلمات الدالة:** زيت الزيتون، الكفاءة التسويقية، التكاليف الإنتاجية، التكاليف التسويقية.

المقدمة

سورية بشكل عام وفي الساحل السوري منطقة الدراسة خلال الفترة 2013-2017 لتصل إلى نحو 122 ألف هكتار في موسم 2017. ونظراً للأهمية الاقتصادية للزيتون ولفعالية طرق التسويق المتبعة داخلياً، تم إجراء تحليل اقتصادي لإنتاج الزيتون وزيت الزيتون وتسويقه بما يتناسب مع محاولة إيجاد الحلول المناسبة لتحسين هذا القطاع خلال مدة الأزمة الاقتصادية التي تعاني منها سورية حالياً، إذ اهتم عدد كبير من الاقتصاديين بدراسة التسويق وتوصل بعضهم إلى أن تكاليف التسويق قد تزيد في بعض الأحيان على تكاليف الإنتاج، ولأن التسويق يسبق الإنتاج فهو جزء لا يتجزأ من العملية الإنتاجية نفسها، وبصورة عامة يشكل متوسط تكاليف العمليات التسويقية

تعد زراعة الزيتون إحدى أهم الزراعات وأقدمها في سورية الموطن الأصلي لشجرة الزيتون، وتنتشر هذه الزراعة بشكل رئيسي في المناطق الشمالية والغربية من سورية حيث تشغل حلب 27.5%، إدلب 18.6%، اللاذقية 6.7%، طرطوس 10.9% من إجمالي المساحة المزروعة بالزيتون في سورية (المجموعة الإحصائية السنوية الزراعية، 2017). وقدرت مساحة الزيتون في سورية لمتوسط المدة (2011-2016) نحو 694 ألف هكتار. وظهرت أهمية الزيتون جلياً في ازدياد المساحات المزروعة بأشجار الزيتون خلال فترة الأزمة في

مواد وطرائق البحث

منطقة الدراسة: يتركز إنتاج الزيتون بشكل رئيسي في مناطق شمال وغرب سورية، وقد نفذ البحث في كل من محافظة اللاذقية والتي تبلغ المساحة المزروعة فيها بأشجار الزيتون 42 ألف هكتار، وفي محافظة طرطوس والتي بلغت المساحة المزروعة فيها بأشجار الزيتون 63 ألف هكتار. (المجموعة الإحصائية الزراعية السنوية، 2016).

البيانات الثانوية: تم جمع البيانات المطلوبة من المجموعات الإحصائية لوزارة الزراعة السورية للأعوام (2010-2016).

البيانات الأولية: عن طريق المقابلة الشخصية لعينة من مزارعي الزيتون في المحافظات المدروسة والبالغة 383 مزارعاً، ووزعت استمارات معدة للموسمين الزراعيين 2016-2017 موزعة كالتالي: 275 في طرطوس، 108 في اللاذقية، وبمساعدة مهندسين اختصاصيين من الوحدات الإرشادية.

مواد وطرائق البحث: اعتمدت منهجية البحث أولاً: المؤشرات الاقتصادية:

الناتج الإجمالي = الحجم الكلي للإنتاج * متوسط السعر المزرعي.

الكفاءة الاقتصادية الإجمالية = الإيراد الكلي / التكاليف الكلية.
الدخل الصافي المزرعي = الناتج الإجمالي - التكاليف الإجمالية

مستوى الربحية = الدخل الصافي المزرعي / التكاليف المتغيرة * 100

الهامش المطلق = سعر البيع - سعر الشراء

الهامش النسبي = (الهامش المطلق / سعر البيع) * 100

معدل الزيادة = (الهامش المطلق / سعر الشراء) * 100
(العطوان، 2011)

ثانياً: مؤشرات الكفاءة التسويقية

المؤشر الأول للكفاءة التسويقية = 100 - (جملة التكاليف التسويقية / جملة التكاليف والإنتاجية) * 100

50-60% من التكاليف الإنتاجية (ياسين وعبد العزيز، 2007). وتهدف كفاءة أداء السوق الى تعظيم كفاءة توزيع السلع من بلوغ أدنى تكاليف تسويقية لوحدة المنتج أو أدنى أسعار أو أدنى هوامش تسويقية، وما يرتبط بها من تكاليف تسويقية مع تحقيق أسس المنافسة الحرة، ومن هذا المنطلق يتبلور معنى الكفاءة التسويقية. وقد بين كل من (Agatga, 2009)، (Boyle, 2004) أن مفهوم الكفاءة يعد أساس التمويل فهو يستخدم لوصف السوق وما يجري فيه من تعاملات بحيث تعتمد الكفاءة التسويقية في تحقيق مكاسبها على تأثير الإدارة الإيجابي في عمليات شراء المواد الخام وتأمينها وعمليات التصنيع والتوزيع لتلك المنتجات، ويمكن زيادة الكفاءة التسويقية من خلال إجراء تغييرات تؤدي إلى خفض تكاليف الوظائف التسويقية وتحسين أداءها، وزيادة قيمة المنافع التسويقية دون زيادة التكاليف التسويقية.

مشكلة البحث

تكمن مشكلة البحث في ارتفاع تكاليف مستلزمات الإنتاج والعمليات الزراعية الذي أدى الى ارتفاع في التكاليف الإنتاجية والتسويقية مما أدى الى ظهور عائق أمام إمكانية تطور تسويق زيت الزيتون السوري وتصديره.

أهمية البحث

تأتي أهمية البحث من قدرته على تحديد أهم النقاط السلبية والإيجابية لتسويق وإنتاج زيت الزيتون، وإسهامه في وضع الأساس الاقتصادي لاتخاذ القرارات المناسبة للتخطيط لإنتاج وتسويق زيت الزيتون، والذي يعد من المنتجات الهامة على المستوى العالمي ومن أهم الزراعات وأقدمها في سورية.

أهداف البحث: هدف البحث إلى التعرف على الأهمية

والكفاءة التسويقية للزيتون وزيت الزيتون من خلال:

1- حساب متوسط التكاليف الإنتاجية والتسويقية للزيتون وزيت الزيتون في الساحل السوري.

2- تقدير الكفاءة التسويقية والهوامش التسويقية لزيت الزيتون في الساحل السوري

المؤشر الثاني للكفاءة التسويقية = $100 - (\text{جملة التكاليف التسويقية} / \text{سعر السلعة}) * 100$ (عليو الجوجو، 2008).

الاستبيانات وحساب إجمالي التكاليف المتغيرة والثابتة هي 105 ل.س/كغم في موسم 2016، 119 ل.س/كغم في موسم 2017، كما يبين الجدول (1).

النتائج والمناقشة:

يعتبر تحليل التكاليف الإنتاجية لأي محصول عاملاً محدداً لاقتصادية هذا المحصول باعتبارها دالة للعوائد والأرباح، لذلك تم إجراء دراسة تحليلية لتكاليف إنتاج الزيتون البعل في الساحل السوري للموسمين 2016-2017، وتبين أن إجمالي تكلفة إنتاج الكيلو غرام الواحد من الزيتون بعد تحليل نتائج

جدول (1) متوسط تكلفة إنتاج الكغم من الزيتون في الساحل السوري للموسمين 2016-2017

طبيعة النفقات	بنود التكاليف للدونم الواحد	2016	%	2017	%
العمليات الزراعية	الحراثة	3858	4	4754	3
	التعشيب	3585	4	6199.5	4
	التربية والتقليم	6683.5	7	10057.5	7
	تحميل بقايا التقليم	1134.5	1	1445	1
	مكافحة الأعشاب والأمراض	2192	3	2334.5	2
	التسميد الكيماوي	3448.5	3	5239.5	4
	التسميد العضوي	1507.5	1	2122.5	2
	القطاف	21320.5	21	33139	24
	فرز وتحميل	2114.5	2	2384.5	2
	نقل الزيتون	1648.5	2	2651.5	2
	مجموع تكاليف العمليات الزراعية (ل.س/دونم)	47492.5	47	70327.5	50
المستلزمات الزراعية	قيمة الأسمدة العضوية	3971.5	4	5142.5	4
	قيمة الأسمدة الكيماوية	12098.5	12	16311	12
	قيمة مواد مكافحة	2511	2	4924	3
	قيمة عبوات الزيتون	4526	4	6121.5	4
	مجموع تكاليف المستلزمات الزراعية (ل.س/دونم)	23107	23	32499	23
مجموع تكاليف العمليات والمستلزمات الزراعية (ل.س/دونم)					
70599.5					
70					
102826.5					
2079.63					
2					
2924.91					
3529.975					
3					
5141.325					
4					

1	1586	2	1586	ما يخص سنة الاثمار من تكاليف التأسيس
20	28500	23	23500	إيجار الأرض (ل.س/دونم)
100	140978.7	100	101295.1	إجمالي التكاليف (ل.س/دونم)
	1187.5		961.5	متوسط المردود (كغم / دونم)
	119		105	تكلفة اِكغم زيتون (ل.س/كغم)

المصدر: عينة الدراسة (2016-2017) باستخدام برنامج excel.

وقد تبين من تحليل نتائج الاستبيانات أن إنتاج الكغم الواحد من زيت الزيتون يحتاج بالمتوسط الى 4.5 كيلو زيتون وقد بلغت تكلفة إنتاج الكغم من زيت الزيتون 516 ل.س للموسم الزراعي 2016، وارتفعت في موسم 2017 الى 592 ل.س كما في الجدول (2).

الجدول (2) متوسط تكلفة إنتاج الكغم الواحد من زيت الزيتون في الساحل السوري للموسمين 2016-2017

2017	2016	تكلفة إنتاج ا كغم زيت
536	473	تكلفة إنتاج الزيتون / الكغم
39	27	تكلفة العصر / الكغم
13	13	تكلفة عبوات الزيت / الكغم
4	3	تكلفة نقل / الكغم
592	516	تكلفة /كغم زيت

المصدر: عينة الدراسة (2016-2017)

وتم حساب بعض المؤشرات الاقتصادية للموسمين الزراعيين 2016-2017 لبيان ربحية هذا المحصول وذلك استناداً إلى نتائج الاستبيانات لتحليل العائد الاقتصادي والمؤشرات الاقتصادية لزراعة الزيتون في الساحل السوري وقياس الربحية للموسمين الزراعيين 2016-2017.

جدول (3) تحليل العائد الاقتصادي والمؤشرات الاقتصادية لأشجار الزيتون في الساحل السوري للموسمين الزراعيين 2016-2017

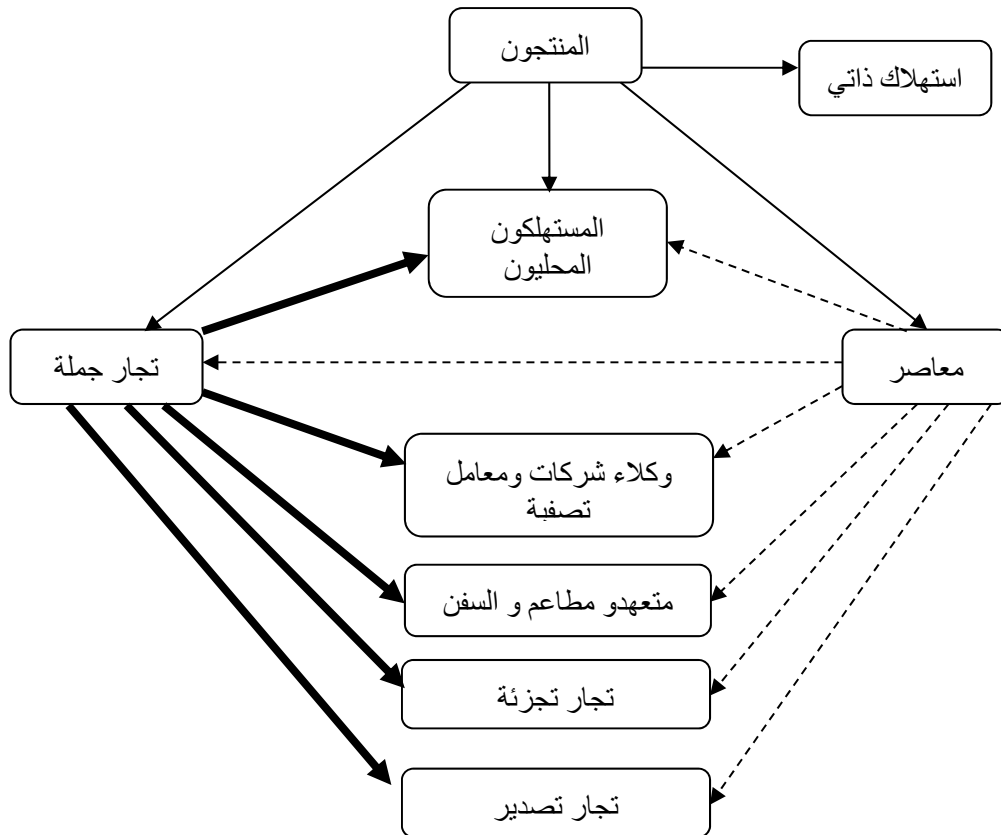
2017	2016	البيان
1187.5	961.5	متوسط المردود(كغم / دونم)
450	350	سعر باب المزرعة (ل.س/كغم)
534375	336525	الناتج الإجمالي(ل.س/ دونم)
3.8	3.3	الكفاءة الاقتصادية الاجمالية

الدخل الصافي المزرعي (ل.س/ دونم)	235229.9	393396.3
مستوى الربحية %	333.2	382.6

المصدر: عينة الدراسة (2016-2017)

بالكفاءة التسويقية من خلال التعرف على التكاليف التسويقية بعد أن تم تحديد أهم المسالك التسويقية لزيت الزيتون في المنطقة والتميزة بالتشباك والتعقيد، والثبات في موسمي الإنتاج والمعاومة (الشلق وآخرون، 2010).

وتبين من الجدول (3) اقتصادية زراعة الزيتون في الساحل السوري نظراً للمؤشرات الاقتصادية المرتفعة والتي تعد مشجعة لتركيز الجهود على إنتاج زيت الزيتون السوري والذي يعد من المنتجات الهامة للاقتصاد الوطني. وبعد حساب التكاليف الإنتاجية تم دراسة إمكانات الارتقاء



شكل (1) المسالك التسويقية لزيت الزيتون في المنطقة الساحلية

منتج ← تاجر الجملة ← تاجر التجزئة ← المستهلك النهائي (مزارع)

ولتحديد نسبة الكفاءة التسويقية وأهم العوامل المؤثرة على زيادة الكفاءة التسويقية لتحقيق أهداف كل من المنتج والمستهلك تم الاكتفاء بدراسة المسلك الأكثر شيوعاً في المنطقة:

أولاً: تحديد التكاليف التسويقية لزيت الزيتون عندما

يسوق المزارع بشكل ذاتي:

التكاليف التسويقية على مستوى المزارع الذي يسوق بشكل ذاتي: شملت التكاليف التسويقية للمزارع الذي يسوق بشكل ذاتي تكاليف نقل الزيتون وأكياس التعبئة بالإضافة الى تكاليف نقل الزيت والعصر والعبوات وقد بلغ إجمالي التكاليف التسويقية

بالمتوسط 77.2 ل.س/كغم للموسمين الزراعيين كما يوضح الجدول (4)، كما تبين ارتفاع تكلفة العصر التي شكلت بالمتوسط 63.3% من إجمالي التكاليف التسويقية تليها تكلفة النقل وذلك نتيجة للأزمة السياسية والحصار الاقتصادي وبالتالي ارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج والتسويق، إضافة إلى هجرة عدد كبير من الأيدي العاملة وارتفاع أجره اليد العاملة.

الجدول (4) هيكل التكاليف التسويقية للكيلو غرام من زيت الزيتون في الساحل السوري.

البند	مزارع مسوق 2016		مزارع مسوق 2017	
	ل.س/كغم	الأهمية النسبية %	ل.س/كغم	الأهمية النسبية %
تكاليف نقل الزيتون	1.5	2.1	1.5	1.8
تكاليف أكياس تعبئة الزيتون	2.3	3.2	4.15	5.0
تكاليف نقل زيت الزيتون	17.5	24.7	21.9	26.2
تكاليف العصر	46.0	65.0	51.5	61.6
تكاليف عبوات الزيت	3.5	5.0	4.5	5.4
الإجمالي	70.8	100	83.6	100

المصدر: عينة الدراسة (2016-2017)

2016 (المعاوم) فبلغت 87% وذلك لقلة عدد العبوات المستخدمة في هذا الموسم وبالتالي انخفاض التكاليف التسويقية. ويعد ارتفاع نسبة الكفاءة عن 50% دليلاً على انخفاض التكاليف التسويقية عن التكاليف الإنتاجية وبالتالي قلة الأرباح التي يحصل عليها الوسطاء.

الكفاءة التسويقية لزيت الزيتون على مستوى المزارع الذي يسوق بشكل ذاتي: من خلال الاعتماد على التكاليف التسويقية في الجدول (4) تم حساب الكفاءة التسويقية للمزارع المسوق ذاتياً وفق المؤشرين المذكورين سابقاً حيث تبين انخفاضها بالنسبة للمؤشر الأول في موسم 2017 عنها في

الجدول (5) الكفاءة التسويقية للمزارعين المسوقين لزيت الزيتون للموسمين 2016-2017

البند	الساحل 2016	الساحل 2017
التكاليف التسويقية (ل.س/ الكغم)	70.8	83.6
التكاليف الإنتاجية (ل.س/ الكغم)	473	536
التكاليف الكلية (ل.س/ الكغم)	543.8	619.6
قيمة المبيعات للمستهلك (ل.س/ الكغم)	1302.5	1400
الربح (ل.س/ الكغم)	758.7	856.2
الكفاءة التسويقية % المؤشر الأول	87.0	86.5
الكفاءة التسويقية % المؤشر الثاني	58.2	55.7

المصدر: عينة الدراسة (2016-2017).

ثانياً: التكاليف التسويقية لزيت الزيتون على مستوى تاجر الجملة: بلغت عينة تاجر الجملة 15 تاجر في منطقة الدراسة، وبلغ إجمالي التكاليف التسويقية 32 ل.س/كغم لموسم 2016، 36.5 ل.س/كغم لموسم 2017، وتضمنت هذه التكاليف تكلفة العبوات والتحميل والتخزين وكذلك التعبئة، كما يوضح الجدول (6).

ثانياً: التكاليف التسويقية لزيت الزيتون على مستوى تاجر الجملة: بلغت عينة تاجر الجملة 15 تاجر في منطقة الدراسة، وبلغ إجمالي التكاليف التسويقية 32 ل.س/كغم لموسم 2016، 36.5 ل.س/كغم لموسم 2017، وتضمنت هذه التكاليف تكلفة العبوات والتحميل والتخزين وكذلك التعبئة، كما يوضح الجدول (6).

الجدول (6) التكاليف التسويقية للكيلو غرام من زيت الزيتون في الساحل السوري للموسم 2016-2017

البند	تجار جملة الساحل 2016		تجار جملة الساحل 2017	
	ل.س/ليتر	الأهمية النسبية %	ل.س/ليتر	الأهمية النسبية %
تكلفة العبوات	26	81.25	30.5	83.56
تكلفة التخزين	2	6.25	2	5.48
تكلفة التحميل والتوزيع والتعبئة	4	12.5	4	10.96
الإجمالي	32	100	36.5	100.0

المصدر: عينة الدراسة (2016-2017)

وتبين من الجدول السابق أن تكلفة العبوات هي التكلفة الأعلى كباقي المسالك التسويقية، نتيجة لارتفاع تكاليف مستلزمات الإنتاج بسبب الأزمة الاقتصادية التي تمر بها سورية، وشكلت نسبة تكاليف العبوات 81.25%، 83.56% للموسمين 2016-2017 على الترتيب.

الكفاءة التسويقية لزيت الزيتون على مستوى تاجر الجملة: من خلال ما تم حسابه من تكاليف إنتاجية وتسويقية لتاجر

وتبين من الجدول السابق أن تكلفة العبوات هي التكلفة الأعلى كباقي المسالك التسويقية، نتيجة لارتفاع تكاليف مستلزمات الإنتاج بسبب الأزمة الاقتصادية التي تمر بها سورية، وشكلت نسبة تكاليف العبوات 81.25%، 83.56% للموسمين 2016-2017 على الترتيب.

الكفاءة التسويقية لزيت الزيتون على مستوى تاجر الجملة: من خلال ما تم حسابه من تكاليف إنتاجية وتسويقية لتاجر

الجملة، تم حساب نسبة الكفاءة التسويقية وفق مؤشر الكفاءة التسويقية بعد تحديد متوسط سعر المبيع لدى تاجر الجملة بـ 1200.1 ل.س/كغ في موسم 2016 و 1301.2 ل.س/كغ في موسم 2017 كما هو مبين في الجدول (7).

الجدول (7) الكفاءة التسويقية لتجار جملة زيت الزيتون في الساحل السوري للموسمين 2016-2017

البند	الساحل 2016	الساحل 2017
التكاليف التسويقية (ل.س/كغم)	32	36.5
التكاليف الإنتاجية (ل.س/كغم)	473	563
التكاليف الكلية (ل.س/كغم)	505	572.5
قيمة المبيعات (ل.س/كغم)	1200.1	1301.2
الربح (ل.س/كغم)	695.1	728.7
الكفاءة التسويقية % المؤشر الأول	93.7	93.6
الكفاءة التسويقية % المؤشر الثاني	57.9	56.0

المصدر: عينة الدراسة (2016-2017)

ثالثاً: التكاليف التسويقية لزيت الزيتون على مستوى تجار التجزئة: بلغت عينة تجار التجزئة في منطقة الدراسة 20 تاجر تجزئة، وحددت التكاليف التسويقية لكل كيلو غرام زيت الزيتون المسوق من قبل تاجر التجزئة، والتي شملت على تكاليف العبوات وأجرة النقل والتخزين والتحميل إضافة إلى الفواتير وغيرها)، ومن ثم تم تقدير إجمالي التكاليف التسويقية وقد بلغ متوسط التكاليف التسويقية لتجار التجزئة في الساحل السوري 70 ل.س/كغم، كما يبين الجدول (8).

الجدول (8) التكاليف التسويقية للكيلو غرام من زيت الزيتون في الساحل السوري للموسم 2016-2017

البند	تجار التجزئة في الساحل السوري 2016		تجار التجزئة في الساحل السوري 2017	
	ل.س/كغم	الأهمية النسبية %	ل.س/كغم	الأهمية النسبية %
تكلفة العبوات	19.5	32.0	26	32.9
اجرة نقل العبوات الى المخزن	4.5	7.4	7	8.9
تكلفة التحميل والتوزيع	4	6.5	7	8.9
تكلفة التخزين	4.5	7.4	7	8.9
تكلفة فاتورة المياه	7.5	12.3	8.5	10.8
تكلفة فاتورة الكهرباء	11	18.0	11.5	14.6
تكلفة الاتصالات	2	3.3	4	5.0
تكلفة الضرائب	8	13.1	8	10.0
الإجمالي	61	100	79	100

المصدر: عينة الدراسة (2016-2017)

82.46% في موسم 2016 وفق المؤشر الأول وانخفضت الى 79.19% في 2017 لارتفاع تكاليف الإنتاج بما أنه موسم إنتاج.

الكفاءة التسويقية لزيت الزيتون على مستوى تاجر التجزئة: بالاعتماد على بيانات الجدول السابق تم حساب الكفاءة التسويقية على مستوى تاجر التجزئة وفق مؤشري الكفاءة فبلغت

الجدول (9) الكفاءة التسويقية لتجار تجزئة زيت الزيتون للموسمين 2016-2017

البند (ل.س/ كغم)	الساحل 2016	الساحل 2017
التكاليف التسويقية (ل.س/ كغم)	61	79
التكاليف الإنتاجية (ل.س/ كغم)	473	536
التكاليف الكلية (ل.س/ كغم)	534	615
قيمة المبيعات ل.س (ل.س/ كغم)	1530.5	1675
الربح (ل.س/ كغم)	996.5	1060
الكفاءة التسويقية % المؤشر الأول	82.46	79.19
الكفاءة التسويقية % المؤشر الثاني	65.11	63.28

المصدر: عينة الدراسة (2016-2017)

الهوامش التسويقية للزيتون في سورية: يعرف الهامش التسويقي بالفرق بين سعر الشراء المدفوع وسعر البيع المقبوض للمنتج، وهو يعطي مؤشراً إحصائياً مهماً لبيان توزيع نفقات المستهلكين بين أطراف العملية التسويقية (عبيدات، 1991).

ونهاية يتبين ارتفاع تكاليف العبوات المستخدمة بشكل كبير وتكاليف النقل ما يبين الحاجة لتأمين العبوات اللازمة ومنافذ لبيع المستهلك (مراكز تجميع لشراء زيت الزيتون) بالقرب من المعاصر للتقليل من تكلفة النقل.

الجدول (10) الهوامش التسويقية (المطلقة، النسبية، ومعدل الزيادة) على مستوى تجار الجملة والتجزئة في الساحل السوري للموسمين الزراعيين 2016-2017.

البيان	العام	سعر الشراء ل.س/ كغم	سعر البيع ل.س/ كغم	الهامش المطلق ل.س/ كغم	الهامش النسبي %	معدل الزيادة %
على مستوى تاجر الجملة	2016	1041.5	1200.1	158.6	13.21	15.22
	2017	1200	1301.2	101.2	7.77	8.43
المتوسط		1120.75	1250.65	129.9	10.49	11.82

27.53	21.59	330.4	1530.5	1200.1	2016	على مستوى تاجر التجزئة
28.73	22.31	373.8	1675	1301.2	2017	
28.13	21.95	352.1	1602.75	1250.65	المتوسط	

المصدر: عينة الدراسة (2016-2017)

التركيز على رفع وتحسين مستوى الإنتاجية، وتحديد العوامل المؤثرة فيها، كما حقق كفاءة اقتصادية عالية مقدارها 3.3 لموسم 2016، 3.8 لموسم 2017.

التوصيات:

- يوصي البحث بضرورة تطوير دراسات التكاليف الإنتاجية والتسويقية بشكل مستمر لإيجاد تصور واضح لسعر مبيع زيت الزيتون السوري داخلياً وخارجياً مما يساعد في خفض التكاليف الكلية للمنتج من خلال خفض تكاليف التسويق لدى المنتجين.
- ضرورة الاهتمام من قبل الجهات الحكومية لارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج بما يضمن وضع الحلول المناسبة لتخفيض أسعارها أو العمل على تأمينها بالشكل الأمثل.

ويتبين من الجدول (10) أن متوسط الهامش المطلق الإجمالي بالنسبة لتاجر الجملة 129.9 ل.س/كغم، وأما بالنسبة لتاجر التجزئة فقد بلغ ما مقداره 352.1 ل.س/كغم، ويعزى سبب ارتفاع قيمة الهامش المطلق لدى تاجر التجزئة إلى ارتفاع سعر المبيع لديه كون البيع يتم بالمفرق، وبالتالي انخفاض في مقدار ربح المنتج.

الاستنتاجات والتوصيات:

- 1- ارتفاع تكلفة إنتاج الكيلو غرام الواحد من الزيتون وزيت الزيتون للموسم 2017 نتيجة لارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج في ظل الأزمة السورية، وارتفاع التكاليف التسويقية بصورة عامة وخاصة تكاليف العبوات.
- 2- انخفاض الكفاءة التسويقية وفقاً لقيمة المبيعات في موسم 2017 على مستوى الجهات التسويقية الثلاثة (المزارع المسوق ذاتياً، تاجر الجملة، تاجر التجزئة) بسبب الارتفاع الكبير في نسبة التكاليف -كنتيجة للحصار الاقتصادي- التي كانت أكبر من نسبة الارتفاع في قيمة المبيعات.
- 3- حقق الزيتون إنتاجية عالية وهو مؤشر يدل على تحقيق الكفاءة في استخدام الموارد، لذلك لا بد من

المراجع

المراجع العربية

- منشورات جامعة دمشق، ص 163.
- عليو محمود، الجوجو نبيل، (2008). مبادئ التسويق الزراعي، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية، ص: 131.
- وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، (2016). المجموعة الإحصائية، الجمهورية العربية السورية، دمشق.
- ياسين محمود، عبد العزيز علي (2007). أسس التسويق الزراعي والغذائي، منشورات جامعة دمشق، جامعة دمشق، الجمهورية العربية السورية.

- الشلق بشار محمد، العليوي أحمد، عبد العزيز علي، ننه بشار، (2010). القنوات التسويقية لزيت الزيتون البكر في الجمهورية العربية السورية، المجلة العربية للبيئات الجافة (1): 72-81.
- عبيدات إبراهيم محمد، (1991). مبادئ التسويق، دار المستقبل للنشر، عمان، الأردن الطبعة الثانية، ص 127.
- العتوان سمعان، (2011). تحليل وتقويم المشاريع الزراعية دمشق،

Boyle, G.E, (2004), The Economic Efficiency Of Irish Dairy Marketing Co-Elroy, *Journal Of Agribusiness, Volume 20, Issue2*, pages 143-153.

REFERENCES

Agatga, Popescu. (2009) Analysis of Milk Production and Economic Efficiency In Dairy Farm, *Lucrarl stlintfie Zootehnie si Biotechnology, vol 42(1)* pages 507-512.