

## دراسة الهامش التسويقي والكفاءة التسويقية لزيت الزيتون المسوق في محافظة اللاذقية

الدكتور محسن ججاج \*

(تاريخ الإيداع 2 / 9 / 2009. قبل للنشر في 8 / 11 / 2009)

### □ ملخص □

يهدف هذا البحث إلى دراسة الهامش التسويقي، والكفاءة التسويقية لزيت الزيتون، وحسابها للموسمين الزراعيين 2006-2007 موسم إنتاج، 2007-2008 موسم معاومة، من خلال دراسة أسعار البيع من المنتجين وتكاليف الوظائف التسويقية والإنتاجية التي تؤدي على المنتج (زيت الزيتون) خلال المسلك التسويقي، حققت الهوامش التسويقية (المطلق، والنسبي، ومعدل الزيادة السعرية) لحققة المستهلكين المحليين المرتبة الأولى بين الحلقات المدروسة مسجلة (90.17 ل.س، 51.71%، 107.08%) على الترتيب، في موسم الإنتاج، (65.02 ل.س، 29.9%، 42.66%) على الترتيب في موسم المعاومة. وازدادت الكفاءة التسويقية في موسم المعاومة عنه في موسم الإنتاج الجيد وفق المؤشر الأول لجميع أنواع الزيوت الممتاز والجيد وشبه الجيد مسجلة على الترتيب في موسم المعاومة (85.93، 81.86، 83.04) %، وفي موسم الإنتاج (83.91، 73.20، 72.21) %، أما وفق المؤشر الثاني فنلاحظ ارتفاع الكفاءة التسويقية في موسم الإنتاج مقارنة بموسم المعاومة مسجلة (24.97، 14.64، 14.86) %، في موسم الإنتاج، (5.01، 0.03، 3.02) % في موسم المعاومة للزيت الممتاز، والجيد، وشبه الجيد على الترتيب.

**الكلمات المفتاحية:** الهامش التسويقي - الكفاءة التسويقية - تسويق زيت الزيتون - الوظائف التسويقية - الحلقات التسويقية - المنتجين - تكاليف التسويق - تكاليف الإنتاج - الكمية المسوقة - تحليل تكاليف الإنتاج والتسويق.

\* أستاذ - قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة تشرين - اللاذقية - سورية.

## Measuring Olive Oil Marketing Margin and Efficiency in The Syrian Governorate of Lattakia

Dr. Mouhsen Gehgah \*

(Received 2 / 9 / 2009. Accepted 8 / 11 / 2009)

### □ ABSTRACT □

The research aimed to estimate olive oil marketing margin and marketing efficiency for two seasons, (2006- 2007) production season and (2007- 2008) alternate season. It involved studying sales prices, as provided by from producers, and the costs of marketing and production functions of olive oil throughout the whole marketing process, because of their great importance as indicators of the marketing process success. Marketing margin and marketing efficiency are the most important parameters of the marketing process success.

The marketing margins (absolute, relative, and average increase) of the local consumers' circle achieve the first place among the studied circles recorded in order (83.04 s.p, 81.86%, and 85.93%) in the production season, and (65.02 s.p, 29.9, and 42.66 %) in the alternate season.

The marketing efficiency increases in the alternate season more than in the production season, according to the first parameter of all oil kinds (extra virgin, virgin, and ordinary) recorded in order as (83.04 ,81.86, and 85.93)%. The second parameter referred to the increase of the marketing efficiency of all oil kinds (extra virgin, virgin, and ordinary) recorded in order as (24.97, 14.64, and 14.86) % in the production season, and (5.01, 0.03, and 3.02) % in the alternate seasons.

**Key words:** Marketing Margin, Marketing efficiency, Olive oil marketing, Marketing Functions, Producers, Marketing costs, Production costs, Marketed amount, Marketing circle, Analysis, Marketing and Production costs

---

\* Professor, Agricultural Economics, Agricultural Faculty, Tishreen University, Lattakia, Syria.

**مقدمة:**

يعد الزيتون من أهم الزراعات البعلية في القطر، و يزرع في أراضي الري التكميلي، والتي لا تستخدم للزراعات الأخرى، وهو من أكثر الأشجار تحملاً للظروف القاسية، والترب الكلسية، والجبلية الفقيرة الخصوبة، وهي الشجرة الوحيدة التي يمكنها استثمار أقل الترب خصوبة، وتحمل الجفاف ومعدلات هطول الأمطار المحدودة. حيث إن أكثر من 95 % من الزيتون المزروع يعتمد على مياه الأمطار، و 5% منها يعتمد على الري التكميلي، لذا يعد من أكثر الأشجار المثمرة توفيراً للمياه ( خيزران، 2001).

يعد قطاع الزيتون أحد مفاتيح الاقتصاد السوري لما له من أهمية في تشغيل اليد العاملة حيث بلغ عدد الأسر العاملة في زراعة الزيتون وعصره والمتاجرة به حوالي 377 ألف أسرة، أي ما يعادل 15% من إجمالي القوة العاملة في سوريا ( اليوسف، 2006 )، و يساهم في تلبية جزء أساسي من المتطلبات الغذائية للسكان فيعد الزيتون المصدر الأساسي للكثير من العناصر الغذائية كالأحماض الدهنية، والكاروتين والفيتامينات والأملاح المعدنية والألياف وخصوصاً لأفراد الأسر الريفية في مناطق زراعة الزيتون التي تعتمد بدرجة كبيرة على هذا المنتج في الحصول على احتياجاتها من هذه المواد (عوف، 2005) يتميز زيت الزيتون السوري باحتوائه على ثلاثة عشر مركباً فينولياً طبيعياً (مضادات أكسدة طبيعية تعتبر عاملاً مهماً في تقييم الجودة) والتي تساهم بشكل كبير في إعطاء اللون والطعم والرائحة المميزة وفي حمايتها كمناعات أكسدة وفي دورها الحيوي والصحي (نداف، 2007)

تنتشر هذه الزراعة بشكل رئيسي في المناطق الشمالية والغربية (حلب - إدلب، اللاذقية، طرطوس وتلقى انتشاراً واسعاً في المناطق الجنوبية والوسطى ( درعا - السويداء - القنيطرة - ريف دمشق)، وبشكل قليل في المناطق الشرقية (الرقّة - دير الزور - الحسكة ) ( محمد، 2006 )، حيث جاءت المنطقة الشمالية في المركز الأول في إنتاج الزيتون في الموسم الزراعي 2006-2007 فبلغت نسبة الإنتاج 40% من إجمالي ثم المنطقة الساحلية بنسبة 37% تلتها في المرتبة الثالثة المنطقة الوسطى بنسبة 11% والمنطقة الجنوبية شغلت المركز الرابع بنسبة تساوي 10% وأخيراً المنطقة الشرقية بنسبة قليلة بلغت 2% ( مديرية الإحصاء والتخطيط مكتب الإحصاء المركزي، 2006).

يتميز تسويق منتجات الأشجار المثمرة في الساحل السوري بعدم وجود آلية موحدة، حيث تختلف العملية باختلاف النوع فمحصول الزيتون على الرغم من عدم وجود أسواق لتبادل المنتج بشكل نظامي إلا أن الأسعار تبقى محافظة على وضعها بشكل نسبي دون التعرض لهزات كبيرة ويعود ذلك إلى إمكانية تحويل ثمار الزيتون إلى زيت وتخزينه ليبيعه على مدار العام وليس فقط في مرحلة النضوج والقطف (يعقوب، محمود، اسماعيل، 2005) يمر منتج الزيتون بعدد من المراحل التسويقية (سلاسل تسويقية) حتى يصل إلى المستهلك النهائي. قد تكون هذه السلسلة قصيرة من المنتج إلى المستهلك، أو قد تطول مروراً بصاحب المعصرة، أو تاجر الجملة أو تاجر المفرق، وقد يباع المنتج النهائي دوكما (زيت الزيتون وزيتون المائدة)، أو مفلتراً، ومصفى في عبوات مختلفة الأحجام . (M، Ivan، 1999).

نظراً لتركيز الجهود على النواحي الإنتاجية دون التركيز على النواحي التصنيعية والتسويقية، فقد برزت العديد من المشاكل والمعوقات التي حُدت من تقدم هذا القطاع في العديد من الدول، والتي كان من أهمها عدم قدرة منتجاتها على المنافسة في الأسواق العالمية وأحياناً في أسواقها المحلية سواء من حيث الجودة أو الأسعار وارتفاع الكلف الإنتاجية والتسويقية الناتجة عن انخفاض الكفاءة الإنتاجية والتسويقية، وصغر حجم الوحدات الإنتاجية، والممارسات الخاطئة التي يقوم بها غالبية المنتجين في مراحل ما قبل الإنتاج وبعده وخاصة عمليات ما بعد الحصاد. (اللوزي، 2003).

من هنا جاءت أهمية هذا البحث نتيجة لضرورة دراسة الهامش التسويقية والكفاءة التسويقية وتقديرهما وأهم الأسباب المؤثرة فيهما، وأهم وسائل تحسين أداء العملية التسويقية.

### أهمية البحث وأهدافه:

تختلف العمليات التي تؤدي على السلعة الزراعية تبعاً لنوع السلعة وحجمها وشكلها ومكان إنتاجها و استهلاكها والشكل الذي تستهلك فيه وفقاً للعوامل السابقة وغيرها تختلف الهامش التسويقية الزراعية والكفاءة التسويقية المرتبطة بالسلعة ( عبد العزيز، مقداد، سلام، 2004) وبينت العديد من الدراسات انخفاض الكفاءة التسويقية لمنتجي زيت الزيتون وللمعاصر في المنطقة الساحلية، وأن الشركات المسوقة لزيت الزيتون شغلت المرتبة الأولى، محققة أعلى مستوى ربح، تلتها فئة التجار وفي المرتبة الأخيرة فئة المعاصر والمنتجين ( شلق، 2008) وهذا يدل على ضعف الكفاءة التي تؤدي بها العمليات التسويقية الأمر الذي يدل على ارتفاع تكاليف العمليات التسويقية والإنتاجية وانخفاض الكفاءة التسويقية للمنتجين والمعاصر وارتفاع الهامش التسويقي للهيئات الأخرى المسوقة لزيت الزيتون، مما يؤدي إلى ارتفاع الأسعار المدفوعة من قبل المستهلك دون إن يرافق ذلك ارتفاع في قيمة أرباح المزارع، لذلك هدف هذا البحث إلى الآتي:

- 1- دراسة تكاليف الإنتاج و التسويق للمنتجين.
- 2- قياس الهامش التسويقي للمنتجين.
- 3- قياس الكفاءة التسويقية لتسويق زيت الزيتون.
- 4- تحديد أهم العوامل المؤثرة على ارتفاع الهامش التسويقي وانخفاض الكفاءة التسويقية .

### طرائق البحث ومواده:

تم اعتماد نوعين من البيانات في بحثنا هذا على بيانات ثانوية صادرة عن جامعات ومنظمات وهيئات ووزارات، ومركز أبحاث ومديريات رسمية، بيانات أولية من خلال تصميم استمارات استبيان وجهة لعينة من المنتجين الذين قاموا بتسويق زيت الزيتون للموسمين الزراعيين 2006 - 2007 (موسم الإنتاج الجيد)، 2007-2008 (موسم معاومة). نفذ هذا البحث في محافظة اللاذقية عام 2008، و تم استخدام أسلوب التحليل الوصفي بالاعتماد على الجداول التكرارية والنسب المئوية وحللت البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي Excel . أما بالنسبة لطريقة اختيار عينة المنتجين فقد اعتمد أسلوب العينة العنقودية على ثلاث مراحل في اختيار المزارعين المسوقين لإنتاجهم . في المرحلة الأولى: تم اعتماد نسبة 10% من عدد الوحدات الإرشادية في محافظة اللاذقية المزروعة قراها بالزيتون وتم الاختيار بشكل عشوائي حيث بلغ عدد الوحدات الإرشادية في محافظة اللاذقية/85 وحدة إرشادية وفق ما هو مسجل لدى مديرية الزراعة في محافظة اللاذقية فكان عدد الوحدات الإرشادية المختارة /9/ .

في المرحلة الثانية تم اختيار القرى بشكل عشوائي بنسبة 20% من إجمالي عدد القرى التابعة للوحدة الإرشادية المختارة حيث بلغ عدد القرى التي تم اختيارها في محافظة اللاذقية /10/ في المرحلة الثالثة تم اعتماد نسبة 5% من إجمالي مزارعي الزيتون في القرى التي تم اختيارها، فبلغ عدد مزارعي الزيتون الذين تم اختيارهم في محافظة اللاذقية خمس وثمانون مزارع .

## النتائج والمناقشة:

### 1- الإطار النظري للتحليل الاقتصادي الوصفي.

يتضمن تعريف الهوامش التسويقية، و الوظائف التسويقية، والكفاءة التسويقية .

#### أ- الهوامش التسويقية Marketing Margin :

يعرف تومسون الهامش التسويقي بأنه فرق قيمة كمية من السلعة عند مختلف مستويات مسلك ما من المنتج إلى المستهلك وبعبارة أخرى يمكن القول أن الهامش التسويقي هو الفرق بين سعر الشراء المدفوع وسعر البيع المقبوض للوحدة من السلعة في بداية ونهاية مرحلة تسويقية معينة وحسب كمايلي.

الهامش التسويقي المطلق ( الربح المطلق ) = سعر البيع - سعر الشراء

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

معدل الزيادة السعرية = (الهامش التسويقي المطلق \* 100) / سعر الشراء . (ياسين و عبد العزيز، 1999).

#### ب- الكفاءة التسويقية Marketing efficiency:

الكفاءة التسويقية هي النسبة بين مخرجات النشاط التسويقي المتمثل في إشباع رغبات المستهلك الزراعية الزمانية والمكانية والملكية، ومدخلاته في إجمالي الموارد اللازمة لأداء الوظائف التسويقية، وتقاس الكفاءة التسويقية من خلال المعادلات الرياضية التي تعطي مؤشراً تقريبياً عن الكفاءة السعرية .

المؤشر (1) الكفاءة التسويقية = 100 - [ تكاليف التسويق / ( تكاليف الإنتاج + تكاليف الإنتاج ) ] \* 100

المؤشر (2) الكفاءة التسويقية = 100 - [ ( تكاليف التسويق + تكاليف الإنتاج ) / القيمة الكلية للمنتج

المسوق ] \* 100 . (رشوان والفيل 1979 ) .

### 2 - الكميات المسوقة من زيت الزيتون Marketing mounts :

سوق منتج محافظة اللاذقية إنتاجهم من زيت الزيتون بمختلف أنواعه البكر ممتاز، وبكر الجيد، و بكر شبه الجيد ( يصنف زيت الزيتون حسب قرينة الحموضة إلى أربعة أصناف بكر ممتاز لا تزيد نسبة الحموضة عن 1% ، بكر جيد لا نسبة الحموضة عن 1.5% ، بكر شبه الجيد لا تزيد درجة الحموضة عن 3.3% ، بكر وقاد غير صالح للاستخدام البشري تزيد نسبة الحموضة عن 3.3% -المجلس الدولي لزيت الزيتون IOOC-2003)، فحقق زيت الزيتون الجيد المرتبة الأولى بين الكميات المسوقة بنسبة بلغت 45.12%، وزيت الزيتون شبه الجيد المرتبة الثانية 37.38%، وأخيراً في المرتبة الثالثة زيت الزيتون الممتاز بنسبة 17.5%، للموسم الزراعي 2006-2007، ودلت النتائج أن منتجي محافظة اللاذقية سوقوا خلال الأشهر الثلاث الأولى من الإنتاج (الربع الأول من الموسم ) 52% من إنتاجهم الممتاز، 34% من إنتاجهم الجيد، 36% من إنتاجهم شبه الجيد، وفي الثلاث أشهر التالية (الربع الثاني من الموسم ) 48% من إنتاجهم الممتاز ، 40% من إنتاجهم الجيد، 38% من إنتاجهم شبه الجيد، والمتبقي من الإنتاج 26% جيد، 24% شبه جيد يتم تسويقه خلال الأشهر الستة المتبقية ( النصف الأخير من الموسم ) من الموسم الزراعي.

أما في موسم 2007 - 2008 فكانت نسب الكميات المسوقة 43%، 37.8%، 19.2% لزيت الزيتون الجيد، شبه الجيد، الممتاز على الترتيب، والمنتجين سوقوا خلال الأشهر الثلاث الأولى من الإنتاج ( الربع الأول من الموسم) 45% من إنتاجهم الممتاز، 38% من إنتاجهم الجيد، 40% من إنتاجهم شبه الجيد، وفي الثلاث أشهر التالية (الربع الثاني من الموسم ) 55% من إنتاجهم الممتاز، 40% من إنتاجهم الجيد، 43% من إنتاجهم شبه الجيد، والمتبقي من الإنتاج 22% جيد، 17% شبه جيد يتم تسويقه خلال الأشهر الستة المتبقية (النصف الأخير من الموسم)

إن منتجي محافظتي اللاذقية في الموسم الزراعي 2006-2007 استخدموا لتسويق منتجاتهم عبوات من الصفيح وزن 16-17ك، أو عبوات بلاستيكية (بيدونات) سعة 10-20 لتر واستخدم المنتجون عبوات بلاستيكية سعة 20 لتر لتسويق الزيت الممتاز بنسبة 100 % ، أما زيت الزيت الجيد فاستخدم المنتجون عبوات من البلاستيك سعة 20 لتر لتعبئة 80% منه، وعبوات من الصفيح سعة 17 كغ بنسبة 20 %، و بالنسبة للزيت شبه الجيد فكانت عبوات بلاستيكية سعة 20 لتر لتعبئة 65 % من الإنتاج، و عبوات صفيح لتعبئة 35 % من الإنتاج الشبه الجيد، وحسب متوسط سعر عبوة البلاستيك 90 ل.س ومتوسط سعر عبوة الصفيح 50 ل.س، ويستخدمون لتخزين إنتاجهم عبوات كبيرة من الحديد ( براميل سعة 200 لتر )، أو عبوات بلاستيكية كبيرة سعة 100 لتر يضعون داخل هذه العبوات أكياس من النايلون الشفاف في مخازن داخل منازلهم أو خاصة لتخزين الزيت بعضها قد يكون مستأجر حيث قدرت التكلفة الشهرية للتخزين بمبلغ 2500 ل.س شهرياً.

واستخدم المنتجون في الموسم الزراعي 2007 - 2008 عبوات بلاستيكية سعة 20 لتر لتسويق الزيت الممتاز بنسبة 100 % ، أما زيت الزيت الجيد فاستخدم المنتجون عبوات من البلاستيك سعة 20 لتر لتسويق 82 % من الإنتاج وعبوات من الصفيح سعة 17 كغ لتسويق 18 % من الإنتاج، و بالنسبة للزيت شبه الجيد فكانت نسبة الإنتاج المسوق بعبوات بلاستيكية سعة 20 لتر 65%، ونسبة الإنتاج المسوق بعبوات صفيح 35 %، و بلغ متوسط سعر عبوة البلاستيك 95 ل.س وعبوة الصفيح 55 ل.س، ويستخدمون لتخزين إنتاجهم عبوات كبيرة من الحديد ( براميل سعة 200 لتر )، أو عبوات بلاستيكية كبيرة سعة 100 لتر. يضعون داخل هذه العبوات أكياس من النايلون الشفاف في مخازن داخل منازلهم أو خاصة لتخزين الزيت بعضها قد يكون مستأجر حيث قدرت التكلفة الشهرية للتخزين بمبلغ 1200 ل.س شهرياً.

( نتائج الدراسة الميدانية للباحث )

**ملاحظة:** كل 1 ليت زيت زيتون = 0.910 كغ ( نتائج الدراسة الميدانية للباحث )

### 3- الحلقات التسويقية لزيت الزيتون Marketing circles :

درست الحلقة التسويقية لزيت الزيتون ودرجة ارتباط الحلقات الأخرى بها من خلال قياس نسبة كمية زيت الزيتون المسوقة من الحلقة المدروسة إلى الحلقات التي ارتبطت بها . ارتبطت بالحلقة التسويقية لمنتجي زيت الزيتون في محافظة اللاذقية أربع حلقات تسويقية هي حلقة الاستهلاك الأسري، وحلقة مستهلكون محليون، وحلقة المعاصر، وحلقة تجار الجملة.

وبلغت نسبة الزيت المسوق لكل حلقة في موسم الإنتاج (2006-2007) 20.46% استهلاك الأسري، 22.27% مستهلكون محليون، 7.328% معاصر ، 49.77% تجار جملة وفي موسم المعاملة (2007-2008) كانت النسب على الشكل التالي 12.5% استهلاك الأسري، 14% مستهلكون محليون ، 7.66% معاصر، 65.84% تجار جملة، وفي محافظة اللاذقية بلغت نسبة الزيت المستخرج 23.53% في موسم الإنتاج، 25.19% في موسم المعاملة وان نسبة الزيت المأخوذ أجور عصر 7.32% في موسم الإنتاج 2006، 2007 ( 6.32% أجور عصر، 0.5% أجور نقل ثمار الزيتون إلى المعصرة، 0.5% الزيت الناتج من المعصرة إلى المخزن )، 7.66 % في موسم المعاملة 2007-2008 ( 6.66 % أجور عصر، 0.5 % أجور نقل ثمار الزيتون إلى المعصرة، 0.5% الزيت الناتج من المعصرة إلى المخزن ) ( نتائج الدراسة الميدانية للباحث )

### 4 - تحليل تكاليف إنتاج زيت زيتون Analysis Olive oil Production costs :

من الناحية الإجرائية الحسابية يمر حساب كلفة المنتج بمجموعة من الخطوات المتسلسلة والمترابطة منطقياً هي التالية:

أ- تصنيف المصاريف الإنتاجية (مصاريف مادية، مصاريف نقدية، مصاريف حية )

ب- التقويم النقدي للمصاريف الإنتاجية.

ت- حساب كمية الإنتاج وتصنيفها

ث- توزيع المصاريف النقدية على المنتجات الرئيسية والثانوية. (خدام؛ ججاج، 2005).

### 1- تكلفة إنتاج 1كغ زيت زيتون لمنتجي محافظة طرطوس للموسمين الزراعيين 2006-2007، 2007-2008

لحساب تكاليف الإنتاج لزيت الزيتون لابد اولاً من حساب تكلفة ثمار الزيتون اللازمة لإنتاج 1كغ زيت زيتون، ومن ثم حساب تكاليف النقل والعتل لزيت الزيتون ومن ثم تكاليف العصر لزيت الزيتون.

1-1 تكلفة إنتاج ثمار الزيتون اللازمة لإنتاج 1كغ زيت زيتون في محافظة طرطوس للموسمين الزراعيين

2006-2007، 2007-2008

بينت الدراسة الميدانية في موسم الإنتاج 2006-2007 أن المصاريف الإنتاجية الداخلة في حساب تكاليف إنتاج ثمار الزيتون وتكلفة العمليات الزراعية التي تؤدي على شجرة الزيتون وثماره، وتكلفة المواد الزراعية المستخدمة بالإضافة إلى تكاليف تأسيس بستان الزيتون (مصاريف مادية) وتكلفة رأس المال وتكلفة إيجار الأرض. (مصاريف نقدية)، وان هذه النفقات هي نفقات مباشرة تشارك مباشرة في تكوين قوام الكلفة

1-2- تم التقويم النقدي للمصاريف الإنتاجية وفق السعر السائد في السوق والواردة في نتائج الاستبيان. فبلغت

إجمالي تكلفة الإنتاج لكل دونم مزروع بأشجار الزيتون 6630 ل.س، بلغت كمية ثمار المنتجة 385.47كغ/دونم (مردود وحدة المساحة)، والزيتون بطبيعة هو منتج متصل يعطي زيت الزيتون بأنواعه كمنتج أساسي، والعرجوم كمخلفات عملية العصر.

1-3- حساب كمية الزيت الناتج (المنتج الأساسي):

كمية الزيت الناتج = كمية ثمار الزيتون الناتجة × نسبة استخراج الزيت

كمية الزيت الناتج =  $0.0.2353 \times 385.47 = 90.7$  كغ زيت

كمية الزيت الناتج حسب النوع = كمية الزيت الناتج × نسبة النوع

كمية الزيت الممتاز =  $0.175 \times 90.7 = 15.87$  كغ زيت

كمية الزيت الجيد =  $0.4512 \times 90.7 = 40.93$  كغ زيت

كمية الزيت شبه الجيد =  $0.3788 \times 90.7 = 33.90$  كغ زيت

1-4- تحديد طريقة توزيع المصاريف الإنتاجية على المنتج الرئيسي والمنتج الثانوي. فمن الناحية المنهجية،

والحسابية الإجرائية توجد عدة طرق منها إهمال المنتجات المشتقة واعتبار المصاريف الإنتاجية يتحملها المنتج الرئيسي فقط (خدام وآخرون، 2005). (لأن العرجوم من وجهة نظر المنتج هو مخلفات عملية العصر مثله مثل مخلفات عملية التربية والتقليم يبقى في المعصرة حيث يقوم صاحب المعصرة ببيعه لذلك يعتبر كريح يضاف إلى أرباح المعصرة).

1-5- توزيع التكاليف على أنواع الزيت (الممتاز، الجيد، شبه الجيد) مرجحة بأسعار هذه الأنواع في السوق و

بالكمية المنتجة من كل نوع. لأن التكلفة هي مكون أساسي من مكونات السعر كما إن تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة تتأثر

بكمية الإنتاج، وتعتبر هذه الطريقة أكثر دقة لأن الكلفة الإنتاجية المحسوبة بهذه الطريقة تعكس القوة التنافسية الفعلية للمنتجات في السوق (خدام، جحجج، 2005). وللقيام بذلك نتبع الخطوات التالية:

1- حساب قيمة كل نوع من أنواع الزيت بالعلاقة التالية قيمة النوع = الكمية المنتجة × سعر السوق دلت نتائج البحث الميداني أن متوسط أسعار زيت الزيتون في السوق بلغت (157.58، 149.44، 140.81) ل.س/كغ للزيت الممتاز، الجيد، شبه الجيد.

$$\text{قيمة الزيت الممتاز} = 160.26 \times 15.87 = 2543 \text{ ل.س}$$

$$\text{قيمة الزيت الجيد} = 151.75 \times 40.93 = 6210.063 \text{ ل.س}$$

$$\text{قيمة الزيت شبه الجيد} = 141.88 \times 33.90 = 4810.17 \text{ ل.س}$$

$$\text{وبالتالي تكون القيمة الإجمالية للمنتج} = 13563.92 \text{ ل.س}$$

2- حساب نصيب وحدة النقد (الليرة السورية) من إجمالي التكلفة بالعلاقة

$$\text{إجمالي التكلفة/إجمالي قيمة المنتج} = 13563.92 / 6630 = 0.4557 \text{ ل.س لكل وحدة نقدية.}$$

3- حساب كلفة ثمار زيت الزيتون اللازمة لإنتاج 1كغ زيت

إجمالي تكلفة كل نوع من أنواع الزيت بالعلاقة = نصيب وحدة النقد من إجمالي التكلفة × إجمالي قيمة النوع.

$$\text{إجمالي تكلفة إنتاج زيت الزيتون الممتاز} = 1847.47 \times 0.4557 = 1243.35 \text{ ل.س}$$

$$\text{تكلفة ثمار الزيتون اللازمة لإنتاج 1كغ زيت ممتاز} = 15.87 / 1243.35 = 78.33 \text{ ل.س/كغ زيت}$$

$$\text{إجمالي تكلفة إنتاج زيت الزيتون الجيد} = 5254.14 \times 0.4557 = 2210.6 \text{ ل.س}$$

$$\text{تكلفة ثمار الزيتون اللازمة لإنتاج 1كغ زيت جيد} = 40.93 / 2210.6 = 74.17 \text{ ل.س/كغ زيت}$$

$$\text{إجمالي تكلفة إنتاج زيت الزيتون شبه الجيد} = 3656.55 \times 0.4557 = 2210.68 \text{ ل.س}$$

$$\text{تكلفة ثمار الزيتون اللازمة لإنتاج 1كغ من زيت شبه الجيد} = 33.90 / 2210.68 = 69.35 \text{ ل.س/كغ زيت}$$

## 2-1-1- تكلفة نقل ثمار وعصر ثمار الزيتون للموسمين الزراعيين 2006-2007، 2007-2008

هناك عرف سائد لدى المنتجين والمعاصر بان تكلفة نقل ثمار الزيتون من والى المعصرة وتكلفة العصر تأخذ كنسبة من كمية الزيت الناتجة بعد العصر وكما أشرنا سابقاً بلغت نسبة الزيت المأخوذة أجور عصر 7% في موسم الإنتاج وتكلفة النقل بلغت 0.5%، تم التقويم النقدي للتكلفة المأخوذة أجور نقل لكل نوع بالعلاقة (الكمية المأخوذة أجور نقل من كل نوع × سعر النوع)، وتحسب تكلفة العصر بالعلاقة (الكمية المأخوذة أجور عصر من كل نوع × سعر النوع) وتحميل التكلفة مباشرة على الكمية المنتجة من كل نوع.

$$\text{تكلفة نقل ثمار الزيتون اللازمة لإنتاج 1كغ زيت ممتاز} = 160.26 \times 0.005 = 0.8 \text{ ل.س/كغ زيت.}$$

$$\text{تكلفة نقل ثمار الزيتون اللازمة لإنتاج 1كغ زيت جيد} = 151.75 \times 0.005 = 0.76 \text{ ل.س/كغ زيت.}$$

$$\text{تكلفة نقل ثمار الزيتون اللازمة لإنتاج 1كغ زيت شبه الجيد} = 141.88 \times 0.005 = 0.71 \text{ ل.س/كغ زيت.}$$

$$\text{تكلفة عصر ثمار الزيتون اللازمة لإنتاج 1كغ زيت ممتاز} = 160.26 \times 0.07 = 10.13 \text{ ل.س/كغ زيت.}$$

$$\text{تكلفة عصر ثمار الزيتون اللازمة لإنتاج 1كغ زيت جيد} = 151.75 \times 0.07 = 9.59 \text{ ل.س/كغ زيت.}$$

$$\text{تكلفة عصر ثمار الزيتون اللازمة لإنتاج 1كغ زيت شبه الجيد} = 141.88 \times 0.07 = 8.97 \text{ ل.س/كغ زيت.}$$

وبنفس هذه المنهجية والأسلوب تم احتساب تكلفة ثمار الزيتون اللازمة لإنتاج 1كغ زيت، وتكاليف النقل، وتكاليف العصر في موسم المعاومة 2007-2008 حيث كان متوسط أسعار زيت الزيتون السائدة في

السوق (193.28، 201.93، 212.61) ل.س للزيت الممتاز، الجيد، شبه الجيد على الترتيب وقيم هذه التكاليف واردة في الجدول (1)

الجدول (1) تكلفه إنتاج 1 كغ زيت زيتون في محافظة اللاذقية للموسمين الزراعيين 2006-2007، 2007-2008

2006-2005		2007-2006		النوع	عناصر التكاليف
%	ل.س/كغ	%	ل.س/كغ		
90.48	144.72	87.76	78.33	ممتاز	ثمار الزيتون اللازمة لإنتاج 1 كغ
	137.44		74.17	جيد	
	131.56		69.35	شبه جيد	
	137.91		73.95	المتوسط	
0.66	1.06	0.9	0.80	ممتاز	نقل ثمار الزيتون إلى المعصرة
	1.01		0.76	جيد	
	0.97		0.71	شبه جيد	
	1.01		0.76	المتوسط	
8.85	14.16	11.34	10.13	ممتاز	عصر الزيتون اللازم لإنتاج 1 كغ زيت
	13.45		9.59	جيد	
	12.87		8.97	شبه جيد	
	13.49		9.56	المتوسط	
100.00	159.94	100	89.26	ممتاز	تكلفة إنتاج 1 كغ من الزيت
	151.90		84.52	جيد	
	145.40		79.02	شبه جيد	
	152.41		84.27	المتوسط	

المصدر: حسبت من واقع الاستقصاء الميداني

يشير الجدول (1) إلى أن تكاليف إنتاج زيت الزيتون لمنتجي محافظة. بلغت في موسم الإنتاج 84.27 ل.س/كغ، وازدادت تكلفة الإنتاج في موسم المعاملة لتصبح 152.41 ل.س/كغ، كما ازدادت تكلفة إنتاج زيت الزيتون الممتاز، زيت الزيتون الجيد، زيت الزيتون شبه الجيد في موسم المعاملة بالمقارنة مع موسم الإنتاج حيث كانت للزيت الممتاز، والزيت الجيد، والزيت شبه الجيد في موسم الإنتاج (89.26، 84.52، 79.02) ل.س/كغ على التوالي، في حين بلغت في موسم المعاملة للزيت الممتاز 159.94 ل.س/كغ، وللزيت الجيد 151.9 ل.س/كغ، وحسبت للزيت شبه الجيد 145.4 ل.س/كغ، كما نلاحظ أن زيت الزيتون الممتاز وقع في المركز الأول من حيث التكلفة في الموسمين مقارنة بالأنواع الأخرى، تلاه في المرتبة الثانية الزيت الجيد، زيت الزيتون شبه الجيد في المرتبة الثالثة في موسم الإنتاج، كما يتبين من الجدول أن تكلفة ثمار الزيتون قد شكلت أعلى نسبة في عناصر التكاليف فبلغت في موسم الإنتاج 87.76%، وفي موسم المعاملة 90.48%، تلتها تكلفة العصر بنسبة 11.35% في موسم الإنتاج، 8.85% في موسم المعاملة، وأخيراً تكلفة نقل ثمار الزيتون إلى المعصرة فسجلت 0.9%، 0.66% في موسمي الإنتاج والمعاملة على الترتيب.

## 5- تحليل تكاليف التسويق لزيت الزيتون Analysis Olive oil Marketing costs: لتحليل تكاليف

تسويق زيت الزيتون تم استخدام المعادلات التالية :

تكلفة عبوات التعبئة = ( نسبة الزيت المعبأ في العبوات المستخدمة \* سعر العبوة المستخدمة ) / سعة العبوة  
 تكلفة نقل و 1 كغ من زيت الزيتون = ( سعر 1 كغ زيت \* النسبة المأخوذة أجور نقل ) / ( 1- نسبة الكمية المسوقة في المعصرة )  
 تكلفة خزن زيت الزيتون = مجموع [ تكاليف التخزين الشهرية \* كمية الزيت المخزنة حسب الصنف خلال شهر / إجمالي الكمية المخزنة ] / إجمالي كمية المخزنة من الصنف.

الجدول (2) تكاليف تسويق 1 كغ من زيت الزيتون لمنتجي محافظة اللاذقية للموسمين الزراعيين 2006-2007-2008

2008-2007		2007-2006		النوع	عناصر تكاليف التسويق
%	ل.س/كغ	%	ل.س/كغ		
	5.56		5.00	ممتاز	تكلفة تعبئة 1 كغ زيت
	5.16		4.59	جيد	
	5.03		4.28	شبه جيد	
17.59	5.25	17.67	4.62	المتوسط	
	1.13		0.90	ممتاز	نقل وعتل 1 كغ زيت زيتون
	1.08		0.85	جيد	
	1.03		0.80	شبه جيد	
3.62	1.08	3.25	0.85	المتوسط	
	19.50		11.22	ممتاز	خزن زيت الزيتون
	27.41		25.51	جيد	
	23.63		25.33	شبه جيد	
78.79	23.51	79.08	20.69	المتوسط	
	26.19		17.12	ممتاز	مجموع تكاليف التسويق
	33.65		30.95	جيد	
	29.69		30.41	شبه جيد	
100.00	29.84	100.00	26.16	المتوسط	

المصدر: حسب من واقع الاستقصاء الميداني

يبين الجدول (2) أن تكاليف التسويق في الموسمين الزراعيين اقتصر على تكاليف الوظائف التسويقية الفيزيائية فقط ، و كانت أعلى في سنة المعاملة مقارنة بسنة الإنتاج فسجلت 26.16 ل.س/كغ في سنة الإنتاج و 29.84 ل.س/كغ في سنة المعاملة، وحققت تكلفة التخزين أعلى نسبة في بنود التكاليف في موسم الإنتاج وفي موسم المعاملة 79.08% و 78.79% على التوالي ، ثلثه تكلفة عبوات التعبئة حسبت في موسم الإنتاج 17.67% وفي موسم المعاملة 17.59% وأخيرا تكلفة نقل، وعتل عبوات التعبئة فسجلت في موسم الإنتاج 3.25% وفي موسم المعاملة 3.62%، ونلاحظ ارتفاع تكلفة تسويق زيت الزيتون الجيد مقارنة الأصناف الأخرى في موسم الإنتاج فسجلت 30.95 ل.س/كغ، والمرتبة الثانية زيت الزيتون شبه الجيد 30.41 ل.س/كغ وفي المرتبة الثالثة زيت الزيتون الممتاز 17.12 ل.س/كغ زيتون في موسم المعاملة بلغت تكلفة تسويق الزيت الجيد 33.65 ل.س/كغ وفي المرتبة الثانية الزيت شبه الجيد بتكلفة مقدارها 29.69 ل.س/كغ وأخيرا الزيت الممتاز 26.19 ل.س/كغ.

## 6- حساب متوسط أسعار الزيت المسوق من المنتجين إلى أصحاب المعاصر

إن الكميات المسوقة (المباعة) من المنتجين لأصحاب المعاصر هي الكميات المأخوذة كأجور عصر، فتم اعتبار أسعار البيع هي تكلفة شراء أصحاب المعاصر لزيت الزيتون، لذلك تم التعامل مع أصحاب المعاصر كمسوقين يقومون بشراء ثمار الزيتون بسعر التكلفة، وعصره في منشأته بشكل مستقل، معتمدين على المفهوم المحاسبي القائل باستقلال الوحدة الاقتصادية " الشخصية المعنوية " ويعني أن الوحدة الاقتصادية شخصية معنوية مستقلة عن شخصية أصحاب المشروع لها ذمة مالية مستقلة عن الذمة المالي لأصحابها ( فخر، خلاص، 1993) لحساب تكلفة شراء المعاصر من زيت الزيتون لابد من حساب نسبة أجور العصر العينية وقيمة الأجور العينية للعصر وتكلفة ثمار الزيتون المعدة للعصر.

$$\begin{aligned} \text{الأجور العينية للعصر} &= \text{نسبة استخراج الزيت} * \text{نسبة أجور العصر} \\ \text{قيمة الأجور العينية للعصر} &= \text{الأجور العينية للعصر} * \text{سعر كغ زيت حسب الصنف} \\ \text{تكلفة ثمار الزيتون ارض المعصرة} &= \text{تكلفة إنتاج ثمار الزيتون} + \text{تكلفة نقل ثمار الزيتون} \\ \text{فتكون تكلفة شراء 1 كغ زيت زيتون المدفوع من أصحاب المعاصر:} & \\ = & (\text{قيمة الأجور العينية للعصر} + \text{تكلفة ثمار الزيتون}) / \text{نسبة الزيت المستخرج} \end{aligned}$$

الجدول (3) تكلفة شراء ملاك المعاصر لزيت الزيتون لموسمين الزراعيين 2006-2007، 2007-2008

الأجور العينية المدفوعة من منتجين لمعاصر محافظة اللاذقية للموسمين الزراعيين 2006 - 2007 ، 2007 - 2008				
2008-2007		2007-2006	البيان	ممسلسل
1.0000		1.0000	كمية الزيت المستخرجة كغ	1
0.0666		0.0632	نسبة الزيت المأخوذة كأجور عصر عينية %	2
0.0666		0.0632	الأجور العينية لعصر ثمار الزيتون اللازمة لإنتاج 1 كغ زيت	2*1=3
أسعار زيت الزيتون المسوق من منتجي محافظة طرطوس للموسمين الزراعيين 2006-2007، 2007-2008				
2008-2007		2007-2006	نوعية الزيت	
ل.س / كغ		ل.س / كغ	ممتاز	4
213.3600		163.50	جيد	5
205.0450		157.00	شبه جيد	6
197.7700		148.60	متوسط أسعار زيت الزيتون	7
205.3917		156.37		
قيمة الأجور العينية لعصر ثمار الزيتون في معاصر محافظة طرطوس للموسمين 2006-2007 ، 2007 - 2008				
2008-2007		2007-2006	نوع الزيت	
ل،س/كغ		ل،س/كغ	ممتاز	4*3=8
14.2098		10.33	جيد	5*3=9
13.6560		9.92	شبه جيد	6*3=10
13.1715		9.39		

13.6791		9.88	متوسط قيمة الأجور العينية لعصر ل.س	11
تكلفة ثمار زيتون اللازمة لإنتاج 1 كغ في ارض معاصر محافظة طرطوس للموسمين 2006-2007 ، 2007-2008				
2008-2007		2007-2006		
ل.س/كغ		ل.س/كغ	نوع الزيت	
145.7795		79.13	ممتاز	12
138.4538		74.93	جيد	13
132.5240		70.06	شبه جيد	14
138.9191		74.70	تكلفة 1 كغ من ثمار الزيتون	15
تكلفة شراء زيت الزيتون اللازم لإنتاج 1كغ زيت من قبل أصحاب المعاصر في الموسمين 2006-2007،2007-2008				
2008-2007		2007-2006		
ل.س/كغ		ل.س/كغ	نوع الزيت	
159.9892		89.47	ممتاز	$1/(12+8)=16$
152.1098		84.85	جيد	$1/(13+9)=17$
145.6955		79.45	شبه جيد	$1/(14+10)=18$
152.59		84.59	تكلفة شراء 1كغ من زيت الزيتون لملاك المعاصر	متوسط التكلفة

المصدر: حسب من واقع الاستقصاء الميداني

من الجدول (3) نجد أن كمية الزيت المستخرجة 1 كغ، والنسبة المأخوذة كأجور عصر 6.32% في موسم الإنتاج 2006-2007، 6.66% في موسم المعاومة 2007-2008، كما يبين الجدول أن الأجور العينية لعصر ثمار الزيتون اللازمة لإنتاج 1كغ زيت بلغت 0.632 كغ في موسم الإنتاج، 0.666 كغ في موسم المعاومة بالنسبة لمتوسط أسعار زيت الزيتون المسوق من منتجي محافظة اللاذقية سجلت 156.37 ل.س/كغ، 205.39 ل.س/كغ، في المتوسط في موسمي الإنتاج والمعاومة على الترتيب، كما تبين ازدياد أسعار زيت الزيتون الممتاز بالمقارنة مع زيت الزيتون الجيد، والشبه جيد مسجلة 163.5 ل.س/كغ، 213.36 ل.س/كغ لموسمي الإنتاج، والمعاومة على التوالي، أما زيت الزيتون الحيد فحقق ما قيمته 157 ل.س/كغ، 205.04 ل.س/كغ في موسمي الإنتاج، والمعاومة على الترتيب، وأخيرا زيت الزيتون شبه جيد فكانت أسعاره 148.6 ل.س/كغ، 197.77 ل.س/كغ في موسمي الإنتاج، والمعاومة على الترتيب.

ونلاحظ أن قيمة الأجور العينية لعصر ثمار الزيتون اللازمة لإنتاج 1كغ من زيت الزيتون قد ازدادت في موسم المعاومة عنه في موسم الإنتاج فكانت 10.33 ل.س في موسم الإنتاج، 14.20 ل.س في موسم المعاومة للزيت الممتاز، 9.92 ل.س، 13.66 ل.س للزيت الجيد في موسمي الإنتاج والمعاومة على الترتيب، 9.39 ل.س للزيت شبه الجيد في موسم الإنتاج، 13.17 ل.س في موسم المعاومة

وبالنسبة لتكلفة ثمار الزيتون اللازمة لإنتاج 1كغ زيت في موسم الإنتاج زيتون فبلغت (79.13، 74.93، 70.06) ل.س لزيت الزيتون الممتاز، الجيد، شبه الجيد على الترتيب، في موسم المعاومة حققت (132.52، 138.45، 145.78) ل.س لزيت الزيتون الممتاز، الجيد، شبه الجيد على الترتيب وكانت تكلفة شراء 1كغ من زيت من قبل أصحاب المعاصر في موسم الإنتاج 84.59 ل.س وازدادت لتصبح في موسم المعاومة 166.09 ل.س وبلغت تكلفة الشراء لزيت الزيتون الممتاز 89.63، 160.27 ل.س في موسمي الإنتاج والمعاومة على الترتيب، زيت الزيتون الجيد حقق ما قيمته 84.93 ل.س في موسم الإنتاج، 152.29 ل.س في موسم المعاومة، وحسبت لزيت الزيتون شبه الجيد فسجلت 79.45 ل.س في موسم الإنتاج، 145.71 ل.س في موسم المعاومة.

#### 7- حساب الهوامش التسويقية Marketing margin measuring

تحسب الهوامش التسويقية - حسب تعريف تومسون - للوسطاء التسويقيين فقط ، لكننا قمنا بحساب الهوامش التسويقية لمنتجي زيت الزيتون لبيان مقدار الفوارق السعرية بين عملائهم ، وذلك بفرض أن سعر الشراء هو تكلفة الإنتاج .

#### 1- هوامش الحلقات التسويقية لمنتجي زيت الزيتون ( الممتاز - الجيد - شبه الجيد ) للموسم 2006-2007

#### الجدول (4) هوامش الحلقات التسويقية لمنتجي زيت الزيتون ( الممتاز - الجيد - شبه الجيد ) للموسم 2006-2007

هوامش الحلقات التسويقية لمنتجي زيت الزيتون في اللاذقية للموسم الزراعي 2006-2007					
انواع العملاء	سعر البيع للعملاء ل.س/كغ	تكاليف الإنتاج ل.س/كغ	الهامش المطلق ل.س / كغ	الهامش النسبي %	معدل الزيادة السعرية %
تجار جملة	141.15	84.27	56.88	40.29	67.48
معاصر	84.59	84.27	0.32	0.39	0.39
مستهلكون	174.44	84.27	90.17	51.71	107.08
هوامش الحلقات التسويقية لمنتجي زيت الزيتون الممتاز في اللاذقية للموسم الزراعي 2006-2007					
أنواع العملاء	سعر البيع للعملاء ل.س/كغ	تكاليف الإنتاج ل.س/كغ	الهامش المطلق ل.س / كغ	الهامش النسبي %	معدل الزيادة السعرية %
تجار جملة	149.50	89.26	60.24	40.29	67.48
معاصر	89.47	89.26	0.21	0.23	0.23
مستهلكون	183.76	89.26	94.50	51.42	105.87
هوامش الحلقات التسويقية لمنتجي زيت الزيتون الجيد في اللاذقية للموسم الزراعي 2006-2007					
أنواع العملاء	سعر البيع للعملاء ل.س/كغ	تكاليف الإنتاج ل.س/كغ	الهامش المطلق ل.س / كغ	الهامش النسبي %	معدل الزيادة السعرية %
تجار جملة	142.48	84.52	57.96	40.68	68.57
معاصر	84.85	84.52	0.33	0.39	0.39
مستهلكون	173.80	84.52	89.28	51.37	105.63

هوامش الحلقات التسويقية لمنتجي زيت الزيتون شبه الجيد في اللاذقية للموسم الزراعي 2006-2007					
أنواع العملاء	سعر البيع للعملاء ل . س / كغ	تكاليف الإنتاج ل.س/ كغ	الهامش المطلق ل.س / كغ	الهامش النسبي %	معدل الزيادة السعرية %
تجار جملة	131.48	79.02	52.46	39.90	66.38
معاصر	79.45	79.02	0.42	0.53	0.54
مستهلكون	165.76	79.02	86.74	52.33	109.76

المصدر: حسب من واقع الاستقصاء الميداني

من الجدول (4) بالنسبة لزيت الزيتون نرى أن القناة التسويقية بين المنتجين، والمستهلكين بلغت أعلى هامش ربح مطلق، هامش نسبي، معدل زيادة سعريه، حيث بلغ هامش الربح المطلق 90.17 ل.س/كغ، والهامش النسبي 51.71%، ومعدل زيادة سعريه 107.08%، ويعود ذلك إلى ارتفاع سعر البيع المدفوع من قبل المستهلكين إلى المنتجين مقارنة بالأسعار المدفوعة من الحلقات التسويقية الأخرى، تلتها حلقة تجار الجملة بهامش ربح مطلق 56.88 ل.س/كغ، و هامش نسبي 40.29%، ومعدل زيادة سعريه بلغت 67.48%، وأخيرا حلقة المعاصر بهامش ربح مطلق سجل 0.4 ل.س/كغ، و هامش نسبي 0.47%، ومعدل زيادة سعريه 0.48%.

بالنسبة لزيت الزيتون الممتاز، إن القناة التسويقية بين المنتجين والمستهلكين حققت أعلى هامش ربح مطلق، ونسبي، ومعدل زيادة سعريه، حيث حسب هامش الربح المطلق 94.50 ل.س/كغ، والهامش النسبي 51.42%، ومعدل زيادة سعريه 105.87%، تلتها حلقة تجار الجملة بهامش ربح مطلق 60.24 ل.س/كغ و هامش نسبي 40.29%، ومعدل زيادة سعريه 67.48%، وأخيرا حلقة المعاصر بهامش ربح مطلق 0.37 ل.س/كغ، و هامش نسبي 0.41%، ومعدل زيادة سعريه 0.41%.

يتبين بالنسبة لزيت الزيتون الجيد أن القناة التسويقية بين المنتجين والمستهلكين حققت المرتبة الأولى بهامش ربح مطلق 89.28 ل.س/كغ، و هامش نسبي 51.37%، ومعدل زيادة سعريه 68.57%، تلتها حلقة تجار الجملة بهامش ربح مطلق 57.96 ل.س/كغ، و هامش نسبي 40.68%، ومعدل زيادة سعريه 67.48%، وأخيرا حلقة المعاصر بهامش ربح مطلق 0.4 ل.س/كغ و هامش نسبي 0.4%، ومعدل زيادة سعريه 0.48%.

بالنسبة لزيت الزيتون شبه الجيد إن القناة التسويقية بين المنتجين، والمستهلكين قد حققت المرتبة الأولى بهامش ربح مطلق بلغ 86.74 ل.س/كغ، هامش نسبي 52.33%، معدل زيادة سعريه 109.7%، تلتها في المرتبة الثانية حلقة تجار الجملة بهامش ربح مطلق بلغ 52.46 ل.س/كغ، و هامش نسبي 39.9%، ومعدل زيادة سعريه 66.38%، وأخيرا حلقة المعاصر بهامش ربح مطلق 20.4 ل.س/كغ، و هامش نسبي 0.53%، ومعدل زيادة سعريه 0.54%.

2- هوامش الحلقات التسويقية لمنتجي زيت الزيتون (الممتاز - الجيد - شبه الجيد) في محافظة اللاذقية

للموسم 2007 - 2008

الجدول (5) هوامش الحلقات التسويقية لمنتجات زيت الزيتون (الممتاز - الجيد - شبه الجيد) للموسم 2007 - 2008

هوامش الحلقات التسويقية لمنتجات زيت الزيتون في اللاذقية للموسم الزراعي 2007 - 2008					
أنواع العملاء	سعر البيع للعملاء ل . س/كغ	تكاليف الإنتاج ل.س/كغ	الهامش المطلق ل.س / كغ	الهامش النسبي %	معدل الزيادة السعرية %
تجار جملة	182.70	152.41	30.28	16.58	19.87
معاصر	152.60	152.41	0.19	0.12	0.12
مستهلكون	217.43	152.41	65.02	29.90	42.66
هوامش الحلقات التسويقية لمنتجات زيت الزيتون الممتاز في اللاذقية للموسم الزراعي 2007 - 2008					
أنواع العملاء	سعر البيع للعملاء ل . س/كغ	تكاليف الإنتاج ل.س/كغ	الهامش المطلق ل.س / كغ	الهامش النسبي %	معدل الزيادة السعرية %
تجار جملة	190.71	159.94	30.77	16.13	19.24
معاصر	159.99	159.94	0.05	0.03	0.03
مستهلكون	226.62	159.94	66.68	29.42	41.69
هوامش الحلقات التسويقية لمنتجات زيت الزيتون الجيد في اللاذقية للموسم الزراعي 2007 - 2008					
أنواع العملاء	سعر البيع للعملاء ل . س/كغ	تكاليف الإنتاج ل.س/كغ	الهامش المطلق ل.س / كغ	الهامش النسبي %	معدل الزيادة السعرية %
تجار جملة	182.45	151.90	30.55	16.74	20.11
معاصر	152.11	151.90	0.21	0.14	0.14
مستهلكون	217.05	151.90	65.15	30.02	42.89
هوامش الحلقات التسويقية لمنتجات زيت الزيتون شبه الجيد في اللاذقية للموسم الزراعي 2007 - 2008					
أنواع العملاء	سعر البيع للعملاء ل . س/كغ	تكاليف الإنتاج ل.س/كغ	الهامش المطلق ل.س / كغ	الهامش النسبي %	معدل الزيادة السعرية %
تجار جملة	174.93	145.40	29.53	16.88	20.31
معاصر	145.70	145.40	0.30	0.21	0.21
مستهلكون	208.62	145.40	63.22	30.31	43.48

المصدر: حسب من واقع الاستقصاء الميداني

من الجدول (5) بالنسبة لزيت الزيتون أن القناة التسويقية بين المنتجين، والمستهلكين بلغت أعلى هامش ربح مطلق، ونسبي، ومعدل زيادة سعرية، إذ بلغ هامش الربح المطلق 65.02 ل.س/كغ، والهامش النسبي 29.9%، ومعدل الزيادة سعرية 42.66%، تلتها حلقة تجار الجملة بهامش ربح مطلق 30.28 ل.س/كغ، وهامش نسبي 16.58%، ومعدل زيادة سعرية بلغت 19.87%، وأخيرا حلقة المعاصر بهامش ربح مطلق 0.35 ل.س/كغ، وهامش نسبي 0.23%، ومعدل زيادة سعرية 0.23%

بالنسبة لزيت الزيتون الممتاز، أن القناة التسويقية بين المنتجين والمستهلكين حققت أعلى هامش ربح مطلق، ونسبي، ومعدل زيادة سعرية حيث بلغ هامش الربح المطلق 66.68 ل.س/كغ، والهامش النسبي 29.42%، ومعدل

زيادة سعرية 41.69%، تلتها حلقة تجار الجملة بهامش ربح مطلق 30.77 ل.س/كغ، وهامش نسبي 16.13%، ومعدل زيادة سعرية 20.11%، وأخيرا حلقة المعاصر بهامش ربح مطلق 0.33 ل.س/كغ، وهامش نسبي 0.21%، ومعدل زيادة سعرية 0.21%.

بالنسبة لزيت الزيتون الجيد، أن القناة التسويقية بين المنتجين والمستهلكين قد حققت المرتبة الأولى بهامش ربح مطلق بلغ 65.15 ل.س/كغ، وهامش نسبي 30.02%، ومعدل زيادة سعرية 42.89%، تلتها في المرتبة الثانية حلقة تجار الجملة بهامش ربح مطلق 30.55 ل.س/كغ، وهامش نسبي 16.74%، ومعدل زيادة سعرية 20.11%، وأخيرا حلقة المعاصر بهامش ربح مطلق 0.39 ل.س/كغ، وهامش نسبي 0.25%، ومعدل زيادة سعرية 0.26%.

بالنسبة لزيت الزيتون شبه الجيد، أن القناة التسويقية بين المنتجين والمستهلكين حققت المرتبة الأولى بهامش ربح مطلق 63.22 ل.س/كغ، وهامش النسبي 30.31%، ومعدل زيادة سعرية 43.48%، تلتها حلقة تجار الجملة بهامش ربح مطلق 29.53 ل.س/كغ، وهامش نسبي 16.88%، ومعدل زيادة سعرية 20.31%، وأخيرا حلقة المعاصر بهامش ربح مطلق 0.31 ل.س/كغ، وهامش نسبي 0.22%، ومعدل زيادة سعرية 0.22%.

ويتبين من الجدولين (20،19) أن الهامش المطلق، والهامش النسبي، ومعدل الزيادة السعرية لقناة تجار الجملة في موسم الإنتاج هو أكبر من الهامش المطلق في موسم المعاومة، وبالنسبة للقناة التسويقية المستهلكون فإن الهامش المطلق، والنسبي، ومعدل الزيادة السعرية في موسم الإنتاج سجل قيمة أعلى منه في موسم المعاومة.

#### 8 - قياس الكفاءة التسويقية لمنتجي زيت الزيتون Marketing efficiency measuring :

تم قياس كفاءة النظام التسويقي (المتبع من منتجي زيت الزيتون وأنواعه باعتبار المنتجين يؤدون عدة وظائف تسويقية لتسويق إنتاجهم ويتحملون مقابل ذلك تكلفة كما ورد في الفقرة (5) من البحث). باستخدام مؤشرين، الأول من خلال قياس مقارنات تعكس النسبة بين مجمل تكاليف التسويق والتكاليف الكلية (الإنتاجية والتسويقية) لزيت الزيتون، والثاني من خلال قياس مقارنات تعكس النسبة بين مجمل التكاليف الكلية والقيمة الكلية لزيت الزيتون المسوق

الجدول (6) الكفاءة التسويقية لمنتجي زيت الزيتون للموسم الزراعي 2007-2006، 2007-2008

2008-2007	2007-2006	البيان	
159.94	89.26	ممتاز	تكاليف الإنتاج ل.س/كغ
151.90	84.52	جيد	
145.40	79.02	شبه جيد	
152.41	84.27	متوسط التكاليف الإنتاجية	
26.19	17.12	ممتاز	تكاليف التسويق ل.س/كغ
33.65	30.95	جيد	
29.69	30.41	شبه جيد	
29.84	26.16	متوسط التكاليف التسويقية ل.س/كغ	
186.13	106.38	ممتاز	التكاليف الكلية ل.س/كغ
185.55	115.47	جيد	
175.09	109.43	شبه جيد	
182.26	110.43	متوسط التكاليف الكلية ل.س/كغ	
195.94	141.78	ممتاز	القيمة الكلية للمنتج المسوق ل.س/كغ

185.60	135.28	جيد	الكفاءة التسويقية وفق المؤشر 1 %
182.43	128.53	شبه جيد	
85.93	83.91	ممتاز	
81.86	73.20	جيد	
83.04	72.21	شبه جيد	
83.61	76.44	الكفاءة التسويقية لزيت الزيتون وفق المؤشر 1 %	
5.01	24.97	ممتاز	الكفاءة التسويقية وفق المؤشر 2 %
0.03	14.64	جيد	
4.02	14.86	شبه جيد	
3.02	18.16	الكفاءة التسويقية لزيت الزيتون وفق المؤشر 2 %	

المصدر: حسب من واقع الاستقصاء الميداني

من الجدول (6) ازدادت الكفاءة التسويقية وفق المؤشر الأول في موسم المعاومة عنه في موسم الإنتاج الجيد في المتوسط مسجلة 76.44% لموسم المعاومة، و82.52% لموسم الإنتاج، وكذلك الأمر بالنسبة لجميع أنواع الزيوت فقد ازدادت الكفاءة التسويقية لزيت الزيتون الممتاز والجيد وشبه الجيد في موسم المعاومة بالمقارنة مع موسم الإنتاج فكانت في موسم المعاومة 85.93% للممتاز، 81.86% للجيد، 83.61% لشبه الجيد أما في موسم الإنتاج فكانت 83.91% للممتاز، 73.2% للجيد، 72.21% للشبه الجيد، أما الكفاءة التسويقية وفق المؤشر الثاني فقد أظهرت ارتفاع الكفاءة التسويقية لزيت الزيتون في موسم الإنتاج عنه في موسم المعاومة في المتوسط مسجلة 18.16%، 3.02% لموسمي الإنتاج، والمعاومة على الترتيب، ونلاحظ أيضا أن الكفاءة التسويقية لجميع أنواع الزيوت الممتاز، الجيد، شبه الجيد كانت في موسم الإنتاج أعلى من موسم المعاومة فسجلت في موسم الإنتاج 24.97% للممتاز، 14.64% للجيد، 14.86% لشبه الجيد، أما في موسم المعاومة فسجلت 5.01% للممتاز، 0.03% للجيد، 4.02% لشبه الجيد.

### الاستنتاجات والتوصيات:

#### الاستنتاجات:

- أ- انخفاض نسبة زيت الزيتون الممتاز في الموسمين المدروسين مقارنة بالأصناف الأخرى من الزيوت إذ بلغ نسبة الزيت الممتاز (17.5%، 19.2%) في موسمي الإنتاج والمعاومة على الترتيب.
- ب- ارتفاع تكاليف إنتاج كيلوغرام الواحد من زيت الزيتون (152.41، 84.27) ل.س بسبب ارتفاع تكاليف ثمار الزيتون الأخضر بشكل أساسي (137.91، 73.95) ل.س بنسبة (90.48، 87.76)% من إجمالي التكلفة في موسمي الإنتاج والمعاومة على الترتيب
- ت- ارتفاع تكاليف تسويق زيت الزيتون للمنتجين (26.16، 29.84) ل.س بسبب ارتفاع تكاليف التخزين بالدرجة الأولى (20.69، 23.51) بنسبة (79.0، 78.79)% من التكلفة الكلية للتسويق
- ث- ارتفاع الهامش التسويقي المطلق، والنسبي، ومعدل الزيادة السعرية في حال البيع المباشر من المنتجين إلى المستهلكين المحليين (90.17 ل.س، 51.71، 107.08%) في موسم الإنتاج على الترتيب، (65.02)

ل.س، 29.9%، 42.66%) في موسم المعاومة على الترتيب وذلك بسبب ارتفاع سعر البيع (174.44، 217.43) ل.س مقارنة مع أسعار البيع للحلقات التسويقية الأخرى  
 ج- ارتفاع الكفاءة التسويقية للمنتجين وفق المؤشر الأول (76.44، 83.61)% وانخفاضها وفق المؤشر الثاني (3.02، 18.16)%، وذلك بسبب ارتفاع قيمة التكاليف الكلية للمنتج بالمتوسط (109.43، 145.40) ل.س في موسمي الإنتاج والمعاومة على الترتيب.

#### التوصيات:

أ- تحسين جودة الزيت: من خلال 1- إقامة برامج إرشادية وندوات لتوعية المنتجين بضرورة استخدام الأساليب الحديثة في إنتاج الزيتون عالي الجودة (أثناء مراحل ما قبل القطاف والقطاف- العصر).  
 2 - الاهتمام بعمليات التخزين من خلال إنشاء خزانات من الستانلس ستيل بدلاً من استخدام عبوات الصفيح أو البلاستيك.

ب- رفع الكفاءة التسويقية للمنتجين بتخفيض التكاليف الكلية لمنتج زيت الزيتون عن طريق: 1- تخفيض تكاليف إنتاج زيت الزيتون من خلال تخفيض تكاليف إنتاج ثمار الزيتون بإتباع الأساليب الحديثة واستخدام المكننة في العمليات الزراعية و قيام الدولة بتقديم الدعم لمنتجي زيت الزيتون و زيادة عدد معاصر الطرد المركزي العاملة وذلك لزيادة نسبة استخراج الزيت في مثل هذا النوع من المعاصر وانخفاض تكاليف الإنتاج فيها 2 - تخفيض تكاليف التسويق وخاصة تكاليف التخزين من خلال قيام الدولة بمساعدة المنتجين على تسويق إنتاجهم عن طريق اتفاقيات دولية تساعد على فتح أسواق جديدة لتصدير الفائض، وتشجيع المستثمرين على إنشاء معامل تصفية وتلميع الزيت  
 ت-(إنشاء مجلس زيت الزيتون السوري ) مهمته الإشراف على إنتاج وتسويق زيت الزيتون وتقديم الدعم الفني والمادي للمنتجين، ووضع مواصفات قياسية لزيت الزيتون السوري.

#### المراجع:

1. اللوزي سالم، تطوير إنتاج وتصنيع وتسويق الزيتون في الوطن العربي، المنظمة العربية للتنمية الزراعية، الخرطوم السودان 2003 ، 246.
2. المجموعة الإحصائية السنوية السورية، مكتب الإحصاء المركزي، سوريا 2006 .
3. اليوسف حسام، دراسة حول قطاع زيت الزيتون في سورية، مركز التجارة الخارجية، وزارة الاقتصاد والتجارة ، دمشق سورية 2006.
4. خيزران مفيد. دراسة تحليلية عن إنتاج وتصنيع الزيتون وزيت الزيتون في سوريا. إدارة بحوث البستنة، الهيئة العامة للبحوث العلمية الزراعية، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي سوريا، 2001 .
5. رشوان مصطفى؛ الفيل احمد، مبادئ التسويق الزراعي، دار مطبوعات القاهرة، 1979، 254.
6. شلق بشار، تسويق زيت الزيتون في الجمهورية العربية السورية، أطروحة أعدت لنيل درجة الدكتوراه في الهندسة الزراعية - جامعة حلب 2008، 299.
7. عبد العزيز، مقداد، سلام، دراسة الهامش التسويقي والكفاءة التسويقية للتفاح، مجلة جامعة دمشق للعلوم الزراعية. المجلد 20 ، العدد الثاني 2004 ، 345 ، 359 .
8. عوف - احمد عثمان ؛ صقر ابراهيم ، آفاق وميزات تطوير قطاع الزيتون في الوطن العربي، بحث مقدم في ندوة اقتصاديات الإنتاج الزراعي في الساحل السوري وآفاق تطوره، اللاذقية / سورية 2005

9. فخر؛ خلاص، المدخل إلى المحاسبة، منشورات جامعة تشرين، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، اللاذقية سوريا 1993 و 432.
10. محمد علي، لمحة عن تجارة زيت الزيتون، ملخص سلعي رقم 9، المركز الوطني للسياسات الزراعية، سوريا، كانون الثاني، 2006.
11. نذاف ديب، تحديد أنواع ونسب المركبات الفينولية في زيت الزيتون السوري البكر ومدى تأثير طريقة استخلاص الزيت على محتواه من هذه المركبات بهدف تحسين الجودة. بحث مقدم في المؤتمر العربي السادس للزيوت والدهون الغذائية دمشق 2007.
12. ياسين محمود محمد؛ عبد العزيز علي محمود، تسويق المنتجات الزراعية، منشورات جامعة دمشق، الطبعة الثانية كلية الزراعة، جامعة دمشق، سوريا، 1999، 216.
13. يعقوب، محمود، اسماعيل. واقع التسويق الزراعي في الساحل السوري وآفاق تطويره، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (27)، العدد (3)، 2005، 127-150.
14. IVAN , M. *Final Report on Olive and Olive Oil Sub-Sector*. Damascus , Syria, 1999.
15. IOOC (International Olive Oil council ), *trade standard applying to Olive Oil and olive – pomace oils* , 2003, 4-5 .