

## دراسة اقتصادية لإنتاج وتسويق الزيتون في المنطقة الغربية من محافظة حمص

فادي مقدسي\*

(الإيداع: 10 آيار 2021، 31 آب 2021)

### الملخص:

هدف البحث إلى إجراء دراسة اقتصادية تحليلية لإنتاج الزيتون وتسويقه في المنطقة الغربية من محافظة حمص، حيث أخذت عينة شملت 170 مزارعاً من مزارعي الزيتون، تم مقابلتهم شخصياً وجمعت بيانات حول تكاليف إنتاج وتسويق الزيتون والمردود وأهم المشاكل الانتاجية والتسويقية. أظهرت نتائج الدراسة بأن إجمالي التكاليف الكلية للزيتون في منطقة الدراسة قد بلغت (86259.75) ل.س/دونم لمتوسط الموسمين الزراعيين (2019 - 2018). بلغت أجور العمليات الزراعية 53636 ل.س/دونم، أي ما يشكل (62.17%) من إجمالي التكاليف الكلية، وبلغت قيمة مستلزمات الإنتاج حوالي 6541 ل.س/دونم، أي ما يشكل (7.58%) من إجمالي التكاليف الكلية، وشكلت أجور جني المحصول أهم بنود هذه التكاليف (34.23%)، لذلك تعتبر هذه الزراعة مربحة بخاصة للمزارعين الذين يستطيعون مع عائلاتهم القيام بالعمليات الزراعية بأنفسهم. بلغت مردودية الدونم الواحد من الزيتون 154 كغ وقيمة إيرادات الزيتون 134750 ل.س/دونم، كما بلغ الربح الصافي المحقق 48490.25 ل.س/دونم، ومنه يمكن اعتبار الزيتون من الزراعات المربحة. وصلت إجمالي التكاليف التسويقية للزيتون في منطقة الدراسة (73.3) ل.س/كغ والهامش التسويقي بلغ نحو 525 ل.س/كغ، أما صافي هامش الربح التسويقي فبلغ نحو 451.3 ل.س. وبلغت الكفاءة التسويقية لمحصول الزيتون (88.44%) وبالتالي فكفاءة تسويق الزيتون في منطقة الدراسة جيدة ولا تشكل التكاليف التسويقية نسبة كبيرة مقارنة بمجمل التكاليف الكلية. كما تبين أن المزارعون يعانون في ظروف الأزمة الاقتصادية الحادة التي تعيشها سورية من ارتفاع أجور الحراثة والنقل بسبب ارتفاع أسعار المشتقات النفطية، هذا بالإضافة للإصابة بالآفات الحشرية والفيروسية وارتفاع أجور القطف.

الكلمات المفتاحية: إنتاج، الزيتون، تسويق، التكاليف، الأرباح، الكفاءة التسويقية.

\*مدرس، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة دمشق، سورية

## An economic study of olive production and marketing in the western area of Homs Governorate

Fade Makdese \*

(Received: 10 April 2021, Accepted: 31 August 2021)

### Abstract:

The aim of the research is to conduct an economic and analytical study of olive production and marketing in the western region of Homs Governorate. A sample of 170 olive farmers was carried out. They were personally interviewed and data were collected about the costs of producing and marketing olives, the yield, and the most important production and marketing problems. The results showed that the total costs of olives amounted to (86259.75) SP/ Dunam for the agricultural seasons 2019 and 2018. The agricultural operations costs amounted to 53636 SP /Dunam, which represents (62.17%) of the total costs. The value of the agricultural requirements amounted to about 6541 SYP / dunum, which constitutes (7.58%) of the total costs. The harvesting costs were the most important component of these costs (34.23%). Therefore, olive production is considered profitable, especially for farmers who are able with their families to carry out agricultural operations themselves. The yield of one dunum was 154 kg, and the value of olive revenues was 134,750 SYP / dunum .The realized net profit was 48,490.25 SP/ Dunam. Therefore, olives can be considered profitable crops. The total marketing costs of olives in the study area reached (73.3%) SP/Kg. The marketing margin was about 525 SP / kg, and the net marketing margin amounted to 451.3 SP. The marketing efficiency of the olive crop reached (88.44%). Consequently, the marketing efficiency of the olives is good, and the marketing costs do not constitute a large percentage compared to the total costs. Farmers suffer in the current crisis conditions from the high prices of plowing and transportation due to the high costs of oil derivatives, in addition to the infestation of insect and viral pests and the high harvest wages.

**Keyword** : production, olives, marketing, costs, profits, marketing efficiency.

---

\* Prof. Dr. Dept. Agric- Economic, Fac . Agric, Univ. Damascus,

## 1- المقدمة

تعتبر شجرة الزيتون شجرة الحضارات القديمة، لا يعرف أصلها ولا مصدرها الأول بدقة ويعتقد بأن تاريخ هذه الشجرة يعود الى آلاف السنين وأن موطنها الاصلي هو بلدان حوض المتوسط (ديري، 1980؛ Fabrizia، 2011)؛ (Zohary, 1969). تحتل زراعة الزيتون موقعاً هاماً في قطاع الزراعة حيث يساهم الزيتون بنسبة (1.5- 3.5%) من الدخل الوطني و(5-9%) من الدخل الزراعي وتشكل زراعة الزيتون مصدر رزق لشريحة واسعة من سكان سورية حيث يقدر عدد الاسر التي تعتمد على انتاج الزيتون أكثر من (400) ألف وتنتشر في مختلف محافظات القطر (مديرية مكتب الزيتون في محافظة حمص، 2009).

تنتشر زراعة الزيتون في مناطق كثيرة حول العالم مثل: اسبانيا، ايطاليا، اليونان، تركيا، تونس، سورية ولبنان، وتعد اسبانيا وتركيا وايطاليا من أهم الدول المصدرة لزيت الزيتون بينما تعد الولايات المتحدة الاميركية من أهم الدول المستوردة (المركز الوطني للسياسات الزراعية، 2009).

تشغل سورية مكانة مرموقة في مجال زراعة وانتاج الزيتون في العالم ويعتبر الزيتون من الزراعات الاستراتيجية ويرتبط بتراث المجتمع وتقاليد وعادات السكان الاستهلاكية، كما ويلعب دوراً هاماً في تأمين القطع الأجنبي. واستناداً إلى بيانات المنظمة العالمية للزراعة والأغذية للأمم المتحدة (الفاو) لعام 2016 فقد جاءت سورية في المرتبة الثالثة من حيث المساحة المزروعة بالزيتون في الوطن العربي فبلغت ( 697.02 - 694.93 - 691.76 ) ألف هكتار خلال الأعوام ( 2014 - 2015 - 2016 ) على التوالي. كما واحتلت سورية المرتبة الثالثة من حيث الإنتاج على مستوى الوطن العربي خلال الأعوام ( 2014 و 2015 ) فبلغ ( 392.21 - 913.29 ) ألف طن على التوالي.

وإنتاج الزيتون في الوطن العربي له بعض المشاكل والمعوقات والمحددات الفنية والبيئية والاقتصادية تتمثل في عدم اختيار الأصناف الملائمة وقلة العناية ببساتين الزيتون وعدم توفر المعرفة الكافية بالأسلوب الأمثل لإدارة بساتين الزيتون واستخدام الأساليب الخاطئة في القطف مما يؤدي إلى انخفاض قدرة الشجرة على الإنتاج ويزيد من ظاهرة المعاومة لديها، إضافة إلى استخدام العبوات غير المناسبة لنقل محصول الزيتون من المزارع إلى الأسواق والمعاصر كالأكياس البلاستيكية، وغياب العبوات الاستهلاكية لتعبئة الزيت، كما أن خزن محصول الزيتون بأساليب غير صحية وفي عبوات غير مناسبة تعتبر هي الأخرى من المحددات التي تؤثر على جودة الإنتاج (المنظمة العربية للتنمية الزراعية، 2003).

تنتشر زراعة الزيتون في معظم المحافظات السورية وتعتبر محافظة حلب الأولى من حيث المساحة المزروعة بالزيتون تليها محافظات إدلب ثم حمص ثم طرطوس ثم حماة ثم اللاذقية (المكتب المركزي للإحصاء، 2019). تعد زراعة الزيتون في ريف حمص الغربي من الزراعات التقليدية القديمة الهامة، فما زالت هذه الشجرة الاكثر شيوعاً وانتشاراً وتوفيراً للدخل الأمر الذي يساهم في تحسين الوضع المعيشي لسكان المنطقة.

### مشكلة البحث ومبرراته

إن الأزمة الاقتصادية التي تعاني منها سورية تسببت في الارتفاع الكبير في أسعار مستلزمات الإنتاج وهذا ما انعكس سلباً على إنتاج الأشجار المثمرة حيث أدى لانخفاض الغلة في بعض السنوات وكذلك فإن الارتفاع في تكاليف الانتاج كسعر المحروقات والفراس وأجور العمال والنقل والشحن، خلق مشكلة كبيرة في إمكانية الزراعة أو التوسع بالمساحات بسبب الكلفة المرتفعة وعزوف المزارعون عن التفكير بالزراعة وهنا تكمن المشكلة البحثية في دراسة التكاليف والعوائد الاقتصادية لشجرة الزيتون في ظل الازمة الراهنة خاصة وأن انتاج الزيتون يؤثر في حياة معظم سكان منطقة الدراسة حيث يشكل انتاج الزيتون المصدر الأكثر أهمية اقتصادية للمزارعين وبدوره ينعكس إنتاج الزيتون على الكثير من

النواحي الاجتماعية والديموغرافية حيث تشكل هجرة الشباب وإهمال الأراضي الزراعية الظاهرة الأكثر شيوعاً في المنطقة.

ومن هنا فإن هذا البحث سوف يؤدي إلى الإجابة على التساؤلات الخاصة بالتكاليف والعوائد الاقتصادية لشجرة الزيتون وأهم المشاكل الانتاجية والتسويقية التي تواجه المزارعين.

### أهمية البحث

تشكل زراعة شجرة الزيتون في سورية إحدى أهم الزراعات البعلية حيث تشير الاحصائيات الزراعية المتعلقة بمساحة وإنتاج وغلة وأعداد شجرة الزيتون إلى أنها الشجرة الأكثر أهمية بين الأشجار المثمرة وهي تعد بشكل عام وفي منطقة الدراسة بشكل خاص جزءاً من الموروث الشعبي لأهالي المنطقة فمعظم الأشجار مزروعة منذ القدم توارثها الآباء عن الأجداد، هذا بالإضافة إلى العائد الاقتصادي الجديد الذي يحققه المزارع، بالإضافة لزيادة الطلب على الزيتون المنتج في منطقة الدراسة لما يتمتع به من شهرة وسمعة جيدة من حيث نوع الزيت والزيتون المنتج. فزراعة الزيتون في المنطقة تعتبر من الزراعات التي لا تحتاج لعمليات خدمة كثيرة، ويعتبر معظم سكان المنطقة إنتاج الزيتون مصدراً إضافياً للدخل ينتظرونه سنوياً أو كل عامين وذلك لتفشي ظاهرة المعاومة وخاصة في البساتين الأكثر عمراً. ونظراً لأهمية هذه الشجرة وللصعوبات التي يعاني منها المزارعون في ظروف الأزمة الراهنة فإن البحث سيتمكن من تحديد تكاليف إنتاج وتسويق الزيتون ويشير إلى أهم الصعوبات التي تواجه المنتجين.

### 2- أهداف البحث

هدف البحث إلى إجراء دراسة اقتصادية تحليلية لإنتاج الزيتون وتسويقه في منطقة ريف حمص الغربي، وتم ذلك من خلال الآتي:

1. تقدير التكاليف الإنتاجية الإجمالية لشجرة الزيتون لمتوسط عامي 2018 و 2019.
2. تحديد الإيرادات والربح الصافي المحقق لشجرة الزيتون لمتوسط عامي 2018 و 2019.
3. تقدير التكاليف والهوامش والكفاءة التسويقية لمحصول الزيتون لمتوسط عامي 2018 و 2019.
5. حصر المشاكل والصعوبات المؤثرة على إنتاج الزيتون في ظل الأزمة الراهنة.

### 3- مواد البحث وطرائقه

#### 1. منطقة وعينة البحث

نُفذ البحث في القرى التابعة لمنطقة ريف حمص الغربي حيث تتميز المنطقة بانتشار زراعة الزيتون وقدمها فهي زراعة تقليدية متوارثة وتكون مجتمع البحث من مزارعي شجرة الزيتون في المنطقة. تم استهداف 10 قرى تبعاً للأهمية النسبية لإنتاج الزيتون فيها ثم استخدمت العينة العشوائية لاختيار عينة تمثل مزارعي شجرة الزيتون، حيث بلغ حجم العينة 170 مزارعاً، كما أُتبِع أسلوب المقابلة الشخصية باستخدام استمارة استبيان أعدت لهذا الغرض.

#### 2. البيانات

تضمنت الدراسة بيانات أولية عن الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لمزارعي الزيتون في منطقة الدراسة، حيث جمعت البيانات عن طريق المقابلة الشخصية من خلال استمارة استبيان وكانت الأسئلة تتعلق بحجم الأسرة وعمر المزارع ونوع الجنس والتعليم ومصادر العمل الداخلية والخارجية وحجم الحيازة من الأرض ونوعها، كما جمعت بيانات حول الأصناف المزروعة والغلة وتكاليف العمليات الزراعية ومستلزمات الإنتاج والدخل وكميات الإنتاج وأسعار البيع بالإضافة للتكاليف التسويقية.

## الأسلوب البحثي

- التحليل الاقتصادي: بعد جمع الاستبيان، تمّ ادخال وتحليل بيانات الخصائص الاجتماعية والاقتصادية للمستهدفين كما واستعملت عدّة قوانين لإجراء التحليل الاقتصادي الهادف لدراسة ربحية شجرة الزيتون من خلال تقدير القيم الآتية:
- أجور العمليات الزراعية لمحصول الزيتون: وتتضمن أجور العمال والحراثات والتسميد والمكافحة والجني والنقل.
  - قيمة مستلزمات الإنتاج: تضمنت قيمة الأسمدة ومواد مكافحة والعبوات.
  - أجور الأرض: تمّ تقديرها وفقاً لوزارة الزراعة والإصلاح الزراعي على أساس 15% من الإنتاج للدونم الواحد.
  - فائدة رأس المال: تمّ حسابها على ضوء الفوائد المفروضة على القروض العينية والنقدية الممنوحة للمزارعين من قبل فروع المصرف الزراعي التعاوني والبالغة (9.5) % من إجمالي قيمة مستلزمات الإنتاج.
  - النفقات نثرية: حسبت على أساس 5% من قيمة مستلزمات الإنتاج وأجور العمليات الزراعية.
  - الإيرادات = كمية الإنتاج × سعر المبيع.
  - الربح الصافي = الإيرادات - التكاليف الإجمالية.
  - تكلفة 1 كغ = إجمالي التكاليف / كمية الإنتاج

التكاليف والهوامش التسويقية: تم تحديد وسطي التكاليف التسويقية على مستوى عينة البحث، وشملت تكاليف جميع النفقات المترتبة على تسويق المنتج من كل طرف تسويقي (Kotler and Armstrong, 2003).  
كان من ضمن أهم التكاليف التسويقية: تكاليف التّحميل والتّنزيل والنّقل وعمولة الأسواق وهامش ربح التّجار المشاركين في العملية التسويقية.

الهوامش التسويقية فهي الفرق ما بين قيم كمية متساوية من سلعة معينة عند مستويات مختلفة من النظام التسويقي، وبمعنى آخر فإنه يتمثل في الفرق بين السعر الذي يدفعه كل وسيط (تاجر جملة- تاجر نصف جملة- تاجر تجزئة) في عملية التسويق لقاء حصوله على السلعة، والسعر الذي يحصل عليه لقاء بيعه لهذه السلعة، ويتضمن الهامش التسويقي على التكاليف وريح التاجر وأهم الهوامش التسويقية (ياسين وعبد العزيز، 2003):

الهامش التسويقي المطلق = سعر المبيع - سعر الشراء.

الهامش التسويقي النسبي البيعي = الهامش التسويقي المطلق / سعر المبيع \* 100.

الهامش التسويقي النسبي الشرائي (معدل الزيادة السعرية) = الهامش التسويقي المطلق / سعر الشراء \* 100.

كما تمّ حساب الكفاءة التسويقية وفق المؤشرات الآتية:

• المؤشر الأول: يقوم على أساس النسبة بين مجمل تكاليف التسويق ومجمل التكاليف الكلية ( تكاليف الإنتاج وتكاليف التسويق )، وبحسب وفق المعادلة الآتية:

الكفاءة التسويقية = 100 - [ التكاليف التسويقية / ( التكاليف التسويقية + التكاليف الإنتاجية ) ] \* 100X

• المؤشر الثاني: يقوم على أساس النسبة بين مجمل التكاليف الكلية والقيمة الإجمالية للمحصول المباع وبحسب وفق المعادلة الآتية:

الكفاءة التسويقية = 100 - [ ( التكاليف التسويقية + التكاليف الإنتاجية ) / قيمة المبيعات ] \* 100X

## 4- النتائج والمناقشة

أولاً: الصفات الاقتصادية والاجتماعية لمزارعي الزيتون

قبل تناول مختلف المتغيرات المتعلقة باقتصاديات إنتاج وتسويق الزيتون في منطقة الدراسة سيتم لقاء الضوء على أهم الصفات الاقتصادية والاجتماعية للمبحوثين و البالغ عددهم 170 مزارع.

### التركيبية العمرية للمزارعين

يظهر لنا الجدول (1) أن حوالي نصف المزارعين المشاركين بالاستبيان أعمارهم بين (65-76) سنة وعددهم (85) مزارع حيث تشكل نسبتهم 50% من المزارعين المشاركين بالاستبيان، ونسبة المزارعين الذين تتراوح أعمارهم بين (53-64) سنة هي 39.1% وعددهم (65) مزارع، أما عدد المزارعين الذين أعمارهم بين (41-52) سنة (19) بنسبة 10.4% من المزارعين المشاركين بالاستبيان، ونسبة المزارعين الذين تتراوح أعمارهم بين (29-40) سنة هي 0.5% وهذا الفئة تضمنت مزارعاً واحداً، ولا يوجد مزارعين بعمر أقل من 29 سنة ، وبهذا نلاحظ أن معظم المبحوثين متقدمين بالعمر .

الجدول رقم (1):توزع أفراد العينة حسب فئاتهم العمرية

العمر(سنة)	العدد	النسبة المئوية
40-29	1	0.5 %
52-41	19	10.4 %
64-53	65	39.1 %
76-65	85	50 %

المصدر : حسبت وحللت من استمارة الاستبيان 2019.

### المستوى التعليمي للمزارعين

أغلبية مزارعي العينة في الدراسة هم من فئة المتعلمين، حيث يبين الجدول (2) أن نسبة المتعلمين الحائزين على الشهادة الجامعية هي 24.12% وعددهم (41) مزارعاً، ونسبة الواصلين للمرحلة الثانوية كانت 41.18% وعددهم (70) مزارعاً، كما وأن (19) مزارعاً انهم المرحلة الاعدادية أما المزارعين الذين لم يصلوا إلى مستويات متقدمة بالنسبة إلى التعليم فكانوا (31) مزارعاً وصلوا للمرحلة الابتدائية و(9) مزارعين أميين.

الجدول رقم (2):المستوى التعليمي لأفراد العينة

المستوى التعليمي	العدد	النسبة المئوية
أمي	9	5.29 %
ابتدائي	31	18.23 %
اعدادي	19	11.18 %
ثانوي	70	41.18 %
جامعي	41	24.12 %

المصدر : حسبت وحللت من استمارة الاستبيان 2019.

### الوضع العائلي لأفراد العينة

نلاحظ من خلال الجدول (3) أن معظم أفراد العينة المدروسة هم متزوجون، حيث شكلت نسبتهم حوالي 67% (29) مزارعاً، في حين كان هناك فقط (18) مزارعاً غير متزوج بنسبة 10.59%.

الجدول رقم (3):الوضع العائلي لأفراد العينة

النسبة المئوية	العدد	الوضع العائلي
89.41%	152	متزوج
10.59%	18	أعزب

المصدر : حسب وحللت من استمارة الاستبيان 2019.

متوسط الدخل الشهري لأفراد العينة

يوضح الجدول (4) أن المتوسط الشهري لدخول حوال (98) من المزارعين المشاركين بالاستبيان يتوزع في الفئات الوسطى وهي تقابل الدخول من 75 الى 150 ألف ليرة سورية، بينما كانت دخول القليل من المزارعين أقل من 50 ألف ليرة سورية أو أكثر من 200 ألف ليرة سورية.

الجدول رقم (4): متوسط الدخل الشهري لأسر أفراد العينة

النسبة المئوية	العدد	متوسط الدخل الشهري (الف ليرة سورية)
8.24%	14	أقل من 50
20.59%	35	50-74
24.12%	41	75-99
14.12%	24	100-124
19.41%	33	125-149
5.88%	10	150-174
5.29%	9	175-199
2.35%	4	200 فما فوق

المصدر : حسب وحللت من استمارة الاستبيان 2019.

النسبة المئوية التي يساهم بها انتاج الزيتون والزيت في دخل المزارع

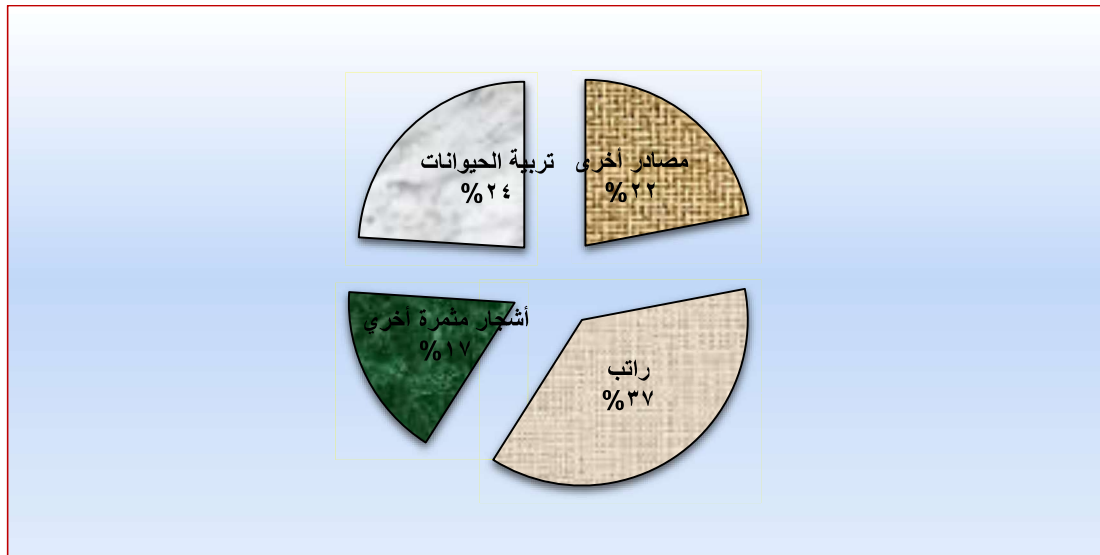
يبين لنا تحليل الاستبيان أن زراعة وانتاج الزيتون لا يساهم كثيراً بالدخل الكلي للمزارعين، حيث أن متوسط النسبة المئوية المساهمة بلغ 30% وهي نسبة منخفضة نوعاً، كما هو موضح في الجدول رقم (5).

الجدول رقم (5):متوسط الدخل الشهري لأفراد العينة

النسبة المئوية	العدد	مساهمة الزيتون بالدخل الكلي
2.35%	4	0-10%
10.65%	18	11-20%
25.29%	43	21-30%
14.11%	24	31-40%
15.85%	27	41-50%
12.31%	21	51-60%
7.05%	12	61-70%
3.7%	6	71-80%
4.01%	7	81-90%
4.70%	8	91-100%

المصدر : حسب وحللت من استمارة الاستبيان 2019.

وأما بالنسبة لمصادر الدخل الأخرى فتبين أن (17%) من المزارعين يعتمدون بنسبة كبيرة في دخولهم على زراعة بعض الأشجار المثمرة الأخرى وحوالي (24%) على تربية بعض الحيوانات الزراعية، بالإضافة إلى (37%) لديهم راتب الوظيفة أو الراتب التقاعدي كما في الشكل (1) وأما مصادر الدخل الأخرى فهي الدخل الناتج من الأعمال غير الزراعية كالصناعة والتجارة بنسبة (22%).



المخطط رقم (1): مصادر الدخل الأخرى غير زراعة وإنتاج الزيتون

المصدر: بيانات العينة للموسم الزراعي 2019.

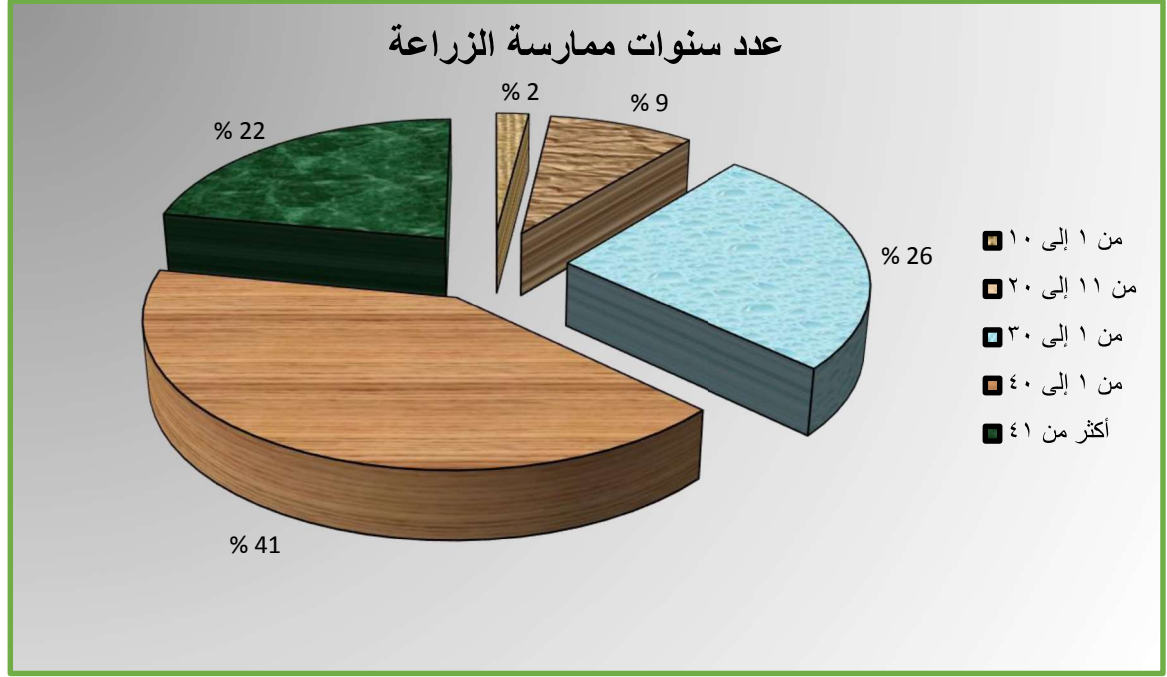
عدد أفراد الأسرة

يبين تحليل البيانات الأولية أن متوسط عدد أفراد الأسرة التي يعيّلها رب الأسرة بلغ خمسة بحيث أن النسبة الأكبر 45% كان لديها من 5 إلى 6 أفراد الشكل رقم (2).

عدد سنوات ممارسة الزراعة

تم سؤال المزارعين عن عدد السنوات التي قضوها بممارسة زراعة الزيتون وتبين أن العدد الأكبر من المزارعين أمضوا بين (31 - 40) سنة وهم يزرعون وينتجون الزيتون كما في الشكل رقم (2). وهذا يشير بشكل واضح على خبرة المزارعين وعلى قدم زراعة الزيتون في المنطقة المدروسة.





المخطط رقم (2): عدد سنوات ممارسة الزراعة

المصدر: بيانات العينة للموسم الزراعي 2019.

ثانياً: تكاليف إنتاج وريحية الزيتون لمتوسط عامي 2018 و2019

يبين الجدول رقم (6) متوسط تكلفة إنتاج الدونم الواحد للزيتون في منطقة الدراسة لمتوسط عامي 2018 و2019. اشتملت الدراسة موسمين حتى تغطي تكاليف وإرباح سنة اثمار وسنة معاومة، خاصة وأن المنطقة تتميز بقوة وضوح ظاهرة المعاومة في اشجار الزيتون. فالأشجار في غالبها كبيرة العمر ويزرع أهالي المنطقة صنفين الصفراوي والدعبييلي. غير المقاومين للمعاومة. وتم اعتماد بنود التكاليف بحسب جداول التكاليف الصادرة عن المكتب المركزي للإحصاء (2017).

بلغت أجور العمليات الزراعية 53636 ل.س/دونم، أي ما يشكل (62.17%) من إجمالي التكاليف الكلية، وبلغت قيمة المستلزمات حوالي 6541 ل.س/دونم، أي ما يشكل (7.58%) من إجمالي التكاليف الكلية. كما بلغت أجور الأرض 20212.5 ل.س/دونم وفائدة رأس المال 621.4 ل.س/دونم والنفقات النثرية 3008.85 ل.س/دونم. أما ما يخص سنة الإثمار من التكاليف التأسيسية فقد بلغت 2250 ل.س/دونم وهي تشكل ما نسبته (2.61%) من إجمالي التكاليف الكلية.

الجدول رقم (6): تكاليف إنتاج الزيتون لمتوسط عامي 2018 و 2019.

الواحدة: ل.س/دونم

(%)	القيمة	البيان
7.91	6822	الحراثة
5.10	4400	الركش حول الأشجار
11.73	10121	التقليم
0.61	530	التسميد العضوي
34.23	29525	الجنى
2.59	2238	التحميل والتنزيل والنقل
<b>62.17</b>	<b>53636</b>	<b>المجموع</b>
6.01	5188	قيمة الأسمدة
1.57	1353	قيمة العبوات
<b>7.58</b>	<b>6541</b>	<b>المجموع</b>
		<b>نفقات نثرية 5%</b>
3.49	3008.85	
		<b>فائدة رأس المال 9.5%</b>
0.72	621.4	
2.61	<b>2250</b>	ما يخص سنة الإثمار من تكاليف التأسيس
23.43	<b>20212.5</b>	إيجار الأرض 15% من الإنتاج
<b>100.0</b>	<b>86269.75</b>	<b>التكاليف الكلية</b>

المصدر : حسب وحللت من استمارة الاستبيان 2019.

ومن الجدول السابق يمكن ملاحظة ان أهم بنود التكاليف هي تكاليف جني المحصول (34.23%) وهي التكلفة الاعلى يليها ايجار الارض (23.43%) ثم تكاليف التقليم (11.73%). كما تجدر الملاحظة ان المزارعين وبسبب الازمة الراهنة لا يقومون إلا بالتسميد العضوي وذلك لصعوبة تأمين الاسمدة الاخرى كالأسمدة البوتاسية أو الأزوتية. وكذلك يمكن ملاحظة عدم قيام المزارعين في المنطقة باستخدام المبيدات ومواد مكافحة.

بلغت مردودية الدونم الواحد 154 كغ وبالتالي فإن قيمة إيرادات الزيتون 134750 ل.س/دونم، عند سعر مبيع 875 ل.س/كغ، كما بلغ الربح الصافي المحقق 48490.25 ل.س/دونم. ومنه يمكن اعتبار الزيتون من الزراعات المربحة. وإذا ما أخذ بعين الاعتبار أن المزارع يقوم مع عائلته بمعظم العمليات الزراعية من جهة وأن تكلفة العمليات الزراعية تشكل الجزء الأهم من التكاليف الاجمالية (62.17%) مقارنة مع تكلفة مستلزمات الانتاج (7.58%) فتصبح بالتالي المنفعة المحققة من هذه الزراعة أكبر بكثير من رقم الايرادات الصافية التي تم حسابها.

ثالثاً: المسالك التسويقية

المسالك التسويقية هي القنوات التي تسلكها السلع الزراعية من المنتج إلى المستهلك وتختلف هذه القنوات بالطبع بحسب المحصول وطبيعة العمليات التسويقية وتتصف هذه القنوات عادة بطولها وتشعبها وهذا ما يخفض كفاءة النظام التسويقي (ياسين وعبد العزيز، 2003). وفي حالة تسويق محصول الزيتون في المنطقة المدروسة فقد تبين أن محصول الزيتون تم تسويقه بالدرجة الأولى من المزارع إلى المستهلك مباشرة حيث يقوم المزارع بالأعمال التسويقية من تجميع وتعبئة ونقل وتخزين ثم البيع إلى المستهلكين من خلال معارفه الخاصة مستفيدين من السمعة الطيبة للزيت والزيتون المنتج في منطقة الدراسة.

أما المسلك الثاني فهو عبر تجار التجزئة وأصحاب المعاصر حيث يبيع المزارع جزء من المنتج مباشرة بعد القطف لتغطية تكاليف الإنتاج والتسويق وأهمها أجرة القطف والعبوات والعصر .  
أما المسلك الثالث فهو البيع إلى تاجر الجملة وعادة ما يبيع المزارعون المنتج لتجار الجملة في حال الإنتاج الوفير وعدم التمكن من التخزين.

#### رابعاً: التكاليف التسويقية

يبين الجدول رقم (7) أن إجمالي التكاليف التسويقية للزيتون بلغ بالمتوسط 73.7 ل.س/ كغ، توزعت هذه التكاليف على أجور التحميل والتنزيل والفرز والتدريج ونقل الثمار إلى المخازن والأسواق، إلى جانب فرز وتدريج الثمار وتكاليف التخزين والتعبئة. وتبين بأن أعلى كلفة كانت لعملية الفرز والتدريج وشكلت نسبة 25.24% من إجمالي التكاليف التسويقية للزيتون، تلتها بالمرتبة الثانية الرسوم وعمولات السماسرة وشكلت بالمتوسط نسبة 23.34% من إجمالي التكاليف التسويقية، وأقل كلفة كانت لعملية التحميل والتنزيل وشكلت 15.6% من إجمالي التكاليف التسويقية.

الجدول رقم (7): متوسط التكاليف التسويقية للزيتون لمتوسط عامي 2018 و 2019

الوحدة: ل.س/كغ

عنصر التكلفة	قيمة التكلفة	%
تحميل و تنزيل الثمار	11.5	15.6
نقل الثمار	13.9	18.86
فرز و تدريج الثمار	18.6	25.24
تخزين وتعبئة	12.5	16.96
رسوم وعمولة	17.2	23.34
المجموع	73.7	100

المصدر : حسب وحلت من استمارة الاستبيان 2019.

#### خامساً: الهوامش التسويقية

إن تقدير الهوامش التسويقية، ونصيب كل من المنتج والتاجر، من العوامل المهمة لقياس الكفاءة التسويقية، وتعد هذه المقاييس أكثر الطرائق انتشاراً لتقييم أداء السوق والكفاءة التسويقية. ويبين الجدول رقم (8) أن هامش الربح التسويقي بلغ نحو 525 ل.س/كغ، أما صافي هامش الربح التسويقي فبلغ نحو 451.3 ل.س، حيث شكلت نحو (60%) من سعر الشراء، في حين بلغ الهامش النسبي المئوي البيعي (28.57%).

الجدول رقم (8): الهوامش التسويقية للزيتون لمتوسط عامي 2018 و 2019

البيان	سعر الشراء (ل.س)	سعر البيع (ل.س)	هامش الربح التسويقي (ل.س)	صافي هامش الربح التسويقي (ل.س)	الهامش النسبي البيعي %	الهامش النسبي الشرائي %
تاجر الجملة	875	1400	525	451.3	37.50	60

المصدر : حسب وحلت من استمارة الاستبيان 2019.

سادساً: الكفاءة التسويقية يبين الجدول رقم (9) متوسط الكفاءة التسويقية للزيتون في منطقة الدراسة لمتوسط عامي 2018 و 2019. وتم حساب الكفاءة التسويقية بالاعتماد على نسبة التكاليف التسويقية الى مجمل التكاليف الكلية (باسين وعبد العزيز، 2003).

الجدول رقم (9): الكفاءة التسويقية للكم الواحد من الزيتون لمتوسط عامي 2018 و 2019

البيان	الوحدة	القيمة	الكفاءة التسويقية (%)
تكلفة إنتاج الكغ	ل.س/كغ	560.13	88.44
تكاليف تسويق الكغ	ل.س/كغ	73.7	

المصدر : حسب وحللت من استمارة الاستبيان 2019.

سابقاً: المشكلات والصعوبات التي تواجه إنتاج وتسويق محصول الزيتون

لدى سؤال المزارعين عن المشاكل والصعوبات التي تعترضهم في عملية إنتاج وتسويق محصول الزيتون تبين أن ظاهرة المعاومة هي المشكلة التي يعاني منها جميع المزارعون. كما ويعانون في ظروف الازمة الراهنة من ارتفاع اسعار والحراثة والنقل بسبب ارتفاع تكاليف المشتقات النفطية 60% وارتفاع اجور القطاف 74%، هذا بالإضافة للإصابة بالآفات الحشرية والفيروسية 66%، وهذا ما يوضحه الجدول رقم (10).

الجدول رقم (10): المشكلات والصعوبات التي تواجه إنتاج وتسويق محصول الزيتون

الصعوبات	%
المعاومة	100
ارتفاع أسعار الحراثة والنقل	60
ارتفاع أجور القطاف	74
الإصابة بالآفات	66
ارتفاع أجور العصر	22
انخفاض الأسعار	52
ارتفاع أسعار العيوب	14

##### 5-الاستنتاجات

1. بلغت أجور العمليات الزراعية 53636 ل.س/دونم، أي ما يشكل (62.17%) من إجمالي التكاليف الكلية، وشكلت أجور جني المحصول أهم بنود هذه التكاليف (34.23%)، لذلك تعتبر هذه الزراعة مربحة خاصة للمزارعين الذين يستطيعون مع عائلاتهم القيام بالعمليات الزراعية بأنفسهم.
2. وشكلت قيمة مستلزمات الانتاج نحو (7.58%) من إجمالي التكاليف الكلية، وهذه النسبة تعتبر قليلة وتشجع معظم المزارعين على المحافظة على اشجار الزيتون بالرغم من اعمارها الكبيرة وانتشار ظاهرة المعاومة.
3. بلغت قيمة إيرادات الزيتون 134750 ل.س/دونم، كما بلغ الربح الصافي المحقق 48490.25 ل.س/دونم. ومنه يمكن اعتبار الزيتون من الزراعات المربحة، وفي حال قيام المزارع بنفسه بالعمليات الزراعية فتصبح بالتالي المنفعة المحققة من هذه الزراعة أكبر بكثير من رقم الإيرادات الصافية التي تم حسابها.
4. وصلت إجمالي التكاليف التسويقية للزيتون في منطقة الدراسة (73.3%) ل.س/كغ، وتتنوع هذه التكاليف بنسب متقاربة على أجور التحميل والتنزيل والفرز والتدريج ونقل الثمار إلى المخازن والأسواق، إلى جانب فرز وتدريج الثمار وتكاليف التخزين والتعبئة.
5. بلغت الكفاءة التسويقية لمحصول الزيتون (88.44%) وهذه النسبة تعتبر عالية وبالتالي فكفاءة تسويق الزيتون جيدة ولا تشكل التكاليف التسويقية نسبة كبيرة مقارنة بمجموع التكاليف الكلية.

## 6-التوصيات

1. بما أن انتاج الزيتون من الزراعات المربحة فمن الجيد المحافظة على انتاج الزيتون في المنطقة الغربية لمحافظة حمص خاصة وان هذا الانتاج يعطي عائد سنوي يدعم المزارع ويساعد في التقليل من هجرة السكان للمدن.
2. العمل على ارشاد المزارعين ودعمهم لإجراء عمليات التسميد والمكافحة بالشكل اللازم وذلك لان المزارعين في المنطقة لا يقومون بها، وهذا يؤثر بالتأكيد على انتاجية الاشجار.
3. لا بد من اجراء الدراسات والخطط نحو زراعة أصناف أخرى مقاومة لظاهرة المعاومة خاصة وأن الاشجار المزروعة حاليا أعمارها كبيرة جدا.

## 7-المراجع العربية

- 1-ديري ، نزال (1980). كتاب بساتين الفاكهة، منشورات جامعة حلب كلية الزراعة.
- 2-ياسين، محمود؛ عبد العزيز، علي (2003). اسس التسويق الزراعي، كلية الزراعة، جامعة دمشق.
- 3-مديرية مكتب الزيتون (2009). وزارة الزراعة والاصلاح الزراعي، التقرير السنوي.
- 4-المركز الوطني للسياسات الزراعيّة، (2009). تقرير التجارة الخارجية. دمشق، سورية.
- 5- المنظمة العربية للتنمية (2003). تطوير انتاج وتصنيع وتسويق الزيتون في الوطن العربي.
- 6-منظمة الفاو ، (2016). قاعدة البيانات الإحصائية. إيطاليا روما.
- 7-المكتب المركزي للإحصاء، (2017).المجموعة الإحصائية السنوية. رئاسة مجلس الوزراء، دمشق، سورية.

## المراجع الأجنبية

- A. Fabrizio, Lanza (2011). Olive: a global history. London. P(15).
- B. Kotler P and Armstrong G (2003). Principle of marketing. 10th Edition.
- C. Zohary, Daniel (1969). An article about the original home of olives.