

الملخص

تضمن البحث دراسة تحليلية لواقع تسويق الزيتون في منطقة سرت للموسم (2022)م، وقياس الكفاءة التسويقية لزيت الزيتون، من خلال حساب التكاليف الإنتاجية، والتسويقية، بالاعتماد على نتائج تحليل بيانات الاستبيان الموزعة على مزارعي الزيتون في منطقة الدراسة .

وقد تبين ارتفاع في بعض التكاليف الإنتاجية والتسويقية للزيتون، نتيجة لارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج، مما تسبب في انخفاض الكفاءة الاقتصادية والإجمالية، خصوصا تكلفة جني المحصول، التي تمثل حوالي 33% من إجمالي التكاليف الإنتاجية، من جهة، وارتفاع التكاليف التسويقية من جهة أخرى، وبالأخص تكلفة عصر الزيتون التي بلغت حوالي 38% من إجمالي التكاليف التسويقية مما ترتب عليه تدني الكفاءة التسويقية.

وقد أوصى البحث بضرورة الاهتمام والمتابعة من قبل الجهات الحكومية المختصة، لارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج، ووضع حلول مناسبة لتخفيض أسعارها، أو العمل على تأمينها، كما أوصى البحث بضرورة الاهتمام بالنواحي التسويقية، وزيادة كفاءة العمليات التسويقية، من خلال تخفيض التكاليف الإنتاجية والتسويقية لرفع الكفاءة التسويقية.

الكلمات الدالة:

زيت الزيتون-التكاليف التسويقية والإنتاجية-الكفاءة الاقتصادية والتسويقية.

الكفاءة التسويقية لمحصول الزيتون بمنطقة سرت

1. المقدمة:

تعتبر زراعة الزيتون إحدى أهم المزروعات وأقدمها في ليبيا، وتتميز بقدرتها على النمو تحت الظروف البيئية المختلفة، لذا يتم زراعة الشجرة في مختلف التربس سواء الطينية، أو الرملية، كما تمتاز بتحملها الجفاف والملوحة، وتكمن الأهمية الاقتصادية للزيتون بمساهمته في الناتج القومي الزراعي، والصادرات الزراعية، بالإضافة إلى توفير مدخلات إنتاج بعض الصناعات مثل الصناعات الغذائية، التي يعتبر الزيتون عماد قيامها وبقائها.

كما يعد محصول الزيتون (الزيت) من المحاصيل المهمة، لكونه يعتبر مصدرا لدخل لعدد من المنتجين، لاسيما فوائده الغذائية، والعلاجية، إلا أن منتجي أشجار الزيتون يواجهون مجموعة من المشاكل، سواء كانت إنتاجية، أو تسويقية مما أثر على كفاءة إنتاجية الشجرة ما ترتب عليه قلة المردود الاقتصادي منها .

ويعد الأداء الإداري للمزرعة من أهم العوامل التي تؤدي إلى تحسين الكفاءة الاقتصادية والتسويقية، من خلال التأثير في عمليات شراء مستلزمات الإنتاج وطرق استخدامها، وأيضاً التأثير على العمليات التسويقية من خلال رفع كفاءتها والتقليل من تكلفة تسويقها مما ينعكس بشكل إيجابي على زيادة الإيرادات.

وتتمثل الأهمية الاجتماعية والاقتصادية للزيتون في اعتماد الكبير من الأسر الريفية على هذا النشاط بشكل كامل، أو جزئي في توفير الدخل، حيث يوفر هذا القطاع فرصاً للعمال، واستغلالاً لطاقة بعض أفراد المنتجين غير المستغلّة، مما يساعد على الحد من الهجرة من الريف إلى المدن.

2. مشكلة البحث:

تعتبر أشجار الزيتون من أهم الأشجار التي يتم زراعتها بمنطقة سرت، وتحتل أشجار الزيتون مساحات واسعة في معظم المزارع بالمنطقة، كما تعتبر جودة الأراضي والظروف البيئية والمناخية مناسبة لزراعتها، إلا أن أشجار الزيتون تواجه العديد من المشاكل، مما سبب من تدني تحقيق معدلات إنتاجية المطلوبة، وهذا أدى بدوره إلى عدم تحقيق الكفاءة التسويقية من هذا النوع من المحاصيل.

وتكمن مشكلة البحث في ارتفاع تكاليف مستلزمات الإنتاج، وعمليات الزراعة الذي أدى إلى الارتفاع في التكاليف الإنتاجية والتسويقية، مما أدى إلى ارتفاع التكاليف التسويقية.

3. أهداف البحث:

- التعرف على بعض الخصائص الاقتصادية والاجتماعية لأسر العينة.
- التعرف على بعض المشاكل التي تواجه مزارع أشجار الزيتون بمنطقة سرت.
- التعرف على بعض بنود التكاليف الإنتاجية والتسويقية وقياس الكفاءة التسويقية لمحصول الزيتون بمنطقة سرت.

4. 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 لتخطيط الإنتاج وتسويق زيت الزيتون، والذي يعد من المنتجات الهامة على مستوى ليبيا لاستخدامه في العديد من المنتجات الغذائية والعلاجية.

5. الفرضية:

لا يمكن تحسين إنتاجية محصول الزيتون بمنطقة سرت من خلال تحقيق الوظائف التسويقية ورفع الكفاءة التسويقية المصاحبة لإنتاج هذا المحصول.

يتناول البحث بعض الخصائص الاجتماعية، والمتمثلة في نوع الزراعة المتبعة في المزرعة، مصدر الري بالمزرعة، عمر المزرعة، بعد المزرعة عن المنزل، التسميد ومكافحة الآفات، طريقة بيع المحصول، وسيلة الحصول على معلومات التسويق، موعد جني المحصول، أنواع أشجار الزيتون الموجودة بالمزرعة، تخصص المزارع، أهمية المحصول بالنسبة للمزارع، متوسط عدد الأشجار المزروعة بالهكتار، ووظيفة المزارع.

كما يتناول البحث المؤشرات الاقتصادية والتسويقية وتتضمن:

المؤشرات الاقتصادية:- مؤشر الناتج الإجمالي (إجمالي الإيراد)، مؤشر الدخل الصافي ، مؤشر ربحية الدينار في الموسم، مؤشر الكفاءة الاقتصادية الإجمالية.

كما يتناول الفصل الثالث مؤشر القياس للكفاءة التسويقية.

6. مصادر جمع البيانات:

تم إعداد استبيان خاص بمنتجاتي محصول الزيتون بمنطقة سرت، يشمل الاستبيان مجموعة من الأسئلة الإنتاجية والاقتصادية، وكانت حجم العينة (120 مزارع) موزعة على أماكن مختلفة داخل نطاق منطقة سرت ، وتشمل المناطق (الغريبات - أبو هادي - وادي جارف - الحنيوة - وادي الزيد - القضوارية) بواقع 20 مزرعة لكل مشروع خلال موسم 2022 م .

البيانات الثانوية وتشمل الكتب، المجلات، البحوث العلمية، الانترنت.

7. منهجية البحث:

اعتمدت منهجية البحث على حساب تكاليف العمليات الزراعية والمستلزمات الزراعية لمحصول الزيتون بمنطقة سرت خلال الموسم 2022 ف. و أيضاً دراسة الأهمية النسبية لأهم بنود التكاليف الانتاجية والتسويقية لمحصول موضع الدراسة.

كما اعتمد منهج البحث على حساب المؤشرات الاقتصادية التي يشمل:

1/ مؤشر الناتج الإجمالي (إجمالي الإيراد) :-

الناتج الإجمالي (الإيراد) = الحجم الكلي للإنتاج × متوسط السعر المزرعي

2/ مؤشر الدخل الصافي المزرعي:-

الدخل الصافي المزرعي = الناتج الإجمالي _ التكاليف الكلية

3/ مؤشر ربحية الدينار في الموسم:-

متوسط ربحية الدينار المنفق في الموسم = الدخل الصافي المزرعي / التكاليف الكلية

4/ مؤشر الكفاءة الاقتصادية الإجمالية :-

الكفاءة الاقتصادية الإجمالية = الإيرادات الكلية / التكاليف الكلية

مؤشر الكفاءة التسويقية :-

مؤشر القياس للكفاءة التسويقية = 100 - (الكفاءة التسويقية / الكفاءة التسويقية و الإنتاجية) × 100 .

التحليل التطبيقي لبيانات عينة الدراسة

التحليل التطبيقي لتكاليف:

1. الأهمية النسبية لاهم بنود التكاليف لمحصول الزيتون:-

اتضح من جدول رقم (1) أن متوسط التكاليف الكلية بلغ نحو 5450 دينار لكل هكتار من محصول الزيتون بمنطقة سرت خلال موسم 2022، وقد جاءت نسبة تكلفة جني المحصول في مقدمة التكاليف الإنتاجية بنحو 33.02%، ويليهما في المرتبة الثانية تكلفة عصر الزيت بنحو 11%، ويليهما في المرتبة الثالثة تكلفة تقليم الأشجار بنحو 10.09%، ويليهما في المرتبة الرابعة تكلفة عبوات الزيت بنحو 9.17%، ويليهما في المرتبة الخامسة تكلفة معدات الري بنحو 8.25%، ويليهما من التكلفة تسميد والمكافحة، تكلفة فرز ونقل الزيتون، تكلفة العزق، تكلفة تحمل بقايا التقليم، تكلفة نقل الزيت، تكلفة معدات الجني والمكافحة، تكلفة الحراث، بنحو 6.42%، 5.50%، 4.95%، 3.66%، 3.30%، 2.75%، 1.83% علي الترتيب من متوسط التكاليف الكلية .

يوضح الجدول رقم (1) الأهمية النسبية لأهم بنود التكاليف للهكتار لمحصول الزيتون بمنطقة سرت الموسم 2022:-

ترتيب	أهمية النسبة	متوسط التكلفة	بنود التكاليف
12	%1.83	100 دينار	تكلفة الحراث
3	%10.09	550 دينار	تكلفة التقليم
8	%4.95	270 دينار	تكلفة العرق
1	%33.02	1800 دينار	تكلفة جني المحصول
2	%11.00	600 دينار	تكلفة عصر الزيت
7	%5.50	300 دينار	تكلفة الفرز ونقل الزيتون
10	%3.30	180 دينار	تكلفة نقل الزيت
9	%3.66	200 دينار	تكلفة تحمل البقايا التقليم
6	%6.42	350 دينار	تكلفة التسميد والمكافحة
11	%2.75	150 دينار	تكلفة معدات الجني والمكافحة
5	%8.25	450 دينار	تكلفة معدات الري
4	%9.17	500 دينار	تكلفة عبوات الزيت
	%99.9	5450 دينار	مجموع التكاليف

2. تكاليف العمليات الزراعية وتكاليف المستلزمات الزراعية لمحصول الزيتون:-

تبين من الجدول رقم (2) أن متوسط التكاليف الكلية، والتي تشمل التكاليف العمليات، وتكاليف المستلزمات الزراعية للهكتار بلغ حوالي 5450 دينار لمحصول الزيتون بمنطقة سرت خلال موسم 2022. كما يتضح أن متوسط تكاليف العمليات الزراعية لإنتاج الهكتار لمحصول الزيتون بلغ حوالي 4000 دينار، بينما متوسط تكاليف المستلزمات الزراعية بلغ حوالي 1450 دينار، وتمثل نسبة تكلفة المستلزمات الزراعية حوالي 73.93%. بينما تمثل نسبة تكلفة المستلزمات الزراعية حوالي 26.60% من المجموع الكلي للتكاليف الكلية .

100 دينار	التكلفة الحراث	العمليات الزراعية
550 دينار	تكلفة التقليم	
270 دينار	تكلفة العرق	
1800 دينار	تكلفة جني المحصول	
600 دينار	تكلفة عصر الزيت	
300 دينار	تكلفة الفرز ونقل الزيتون	
180 دينار	تكلفة نقل الزيت	
200 دينار	تكلفة تحمل البقايا التقليم	
4000 دينار	مجموع التكاليف الزراعية (دينار/الهكتار)	
350 دينار	تكلفة التسميد والمكافحة	المستلزمات الزراعية
150 دينار	تكلفة معدات والآلات الجني	
450 دينار	تكلفة معدات الري	
500 دينار	تكلفة عبوات الزيت	
1450 دينار	مجموع تكاليف المستلزمات الزراعية (دينار / للهكتار)	
5450 دينار	مجموع تكاليف العمليات والمستلزمات الزراعية (دينار / للهكتار)	
10450 دينار	إجمالي الإيرادات (دينار) + كمية الإنتاج (سعر الإنتاج)	
5000 دينار	صافي الدخل المزرعي (دينار) = (الإيرادات - التكاليف)	
(% 73.93)	نسبة تكلفة العمليات الزراعية من إجمالي التكاليف	
(% 26.60)	نسبة تكاليف المستلزمات الزراعية من التكاليف الكلية	

يوضح الجدول رقم (2) تكاليف الهكتار لمحصول الزيتون وفقا للعمليات والمستلزمات الزراعية:

التحليل التطبيقي للمؤشرات الاقتصادية:

أولاً: المؤشرات الاقتصادية:

اعتمدت منهجية البحث على المؤشرات الاقتصادية، ومؤشرات الكفاءة التسويقية، لهدف معرفة الأهمية والكفاءة التسويقية لمحصول الزيتون من خلال تقدير التكاليف الإنتاجية والتسويقية وأيضا تقدير الكفاءة التسويقية.

1 / مؤشر الناتج الإجمالي (إجمالي الإيراد):

من خلال الاستبيان المعد تبين أن متوسط إنتاجية الهكتار من زيت الزيتون في منطقة سرت بلغ حوالي 550 لتر من الزيت خلال موسم 2022 ، و متوسط سعر البيع بلغ حوالي 19 دينار وبالتالي يمكن الحصول علي هذا المؤشر بضرب كمية الإنتاج في سعر البيع.

الناتج الإجمالي (الإيراد) = الحجم الكلي للإنتاج * متوسط سعر المزرعي

$$= 19 * 550 = 10450 \text{ دينار}$$

يدل هذا المؤشر أنه كلما زادت الإنتاجية يدل على تحقيق الكفاءة من استخدام الموارد، ولذلك لابد من التركيز علي رفع وتحسين مستوي الإنتاجية وتحديد العوامل المؤثرة فيها.

2 / مؤشر الدخل الصافي المزرعي:-

يتم الحصول على هذا المؤشر بطرح ناتج الإجمالي من إجمالي التكاليف الكلية للهكتار، وتبين من جدول الرقم (2) أن الناتج الإجمالي بلغ نحو 10450 دينار وإجمالي التكاليف الكلية بلغ نحو 5450 دينار.

الدخل الصافي المزرعي = الناتج الإجمالي - التكاليف الكلية

$$= 10450 - 5450 = 5000 \text{ دينار لكل هكتار}$$

ويمكن الحصول على صافي الربح لكل لتر زيت من خلال قسمة التكاليف الكلية على عدد لترات الزيت الذي تحصل عليها، ومن ثم طرح المبلغ المتحصل عليه من سعر البيع المزرعي .

صافي الربح لكل لتر زيت = سعر البيع - (تكاليف الكلية / عدد لترات الزيت)

$$= 19 - (550 / 5450) = 9.10 \text{ دينار}$$

3 / مؤشر ربحية الدينار منفق الموسم :

يتم حصول علي هذا المعيار من خلال قسمة الدخل الصافي المزرعي على الإجمالي التكاليف الكلية .

متوسط ربحية دينار منفق = دخل صافي المزرعي / التكاليف الكلية

$$5450 / 5000 = 0.92 \text{ دينار}$$

هذا يعني لكل دينار منفق يعطي عائد إضافي 0.92 دينار من خلال موسم 2022م

4 / مؤشر الكفاءة الاقتصادية الإجمالية :

يعتبر مؤشر الكفاءة الاقتصادية من أهم المؤشرات الاقتصادية، والذي يمكن من خلال معرفة مدى كفاءة استخدام عناصر الإنتاج، بهدف الحصول على أكبر قدر ممكن من الإنتاج الكلي، وهذا المقياس عبارة قسمة الناتج الكلي، أو الإيراد الكلي متحصل عليه خلال موسم على التكاليف الكلية، أي أن هذا المؤشر يتناول شطرين العملية الإنتاجية في صورتها النقدية وهذا المؤشر يتيح المقارنة بين الوحدات الإنتاجية بين مزرعة ومزرعة، وكذلك بين الانماط المزرعية.

قانون الكفاءة الاقتصادية الإجمالية = الإيراد الكلي / التكاليف الكلية =

$$10450 / 5450 = 1.92 \text{ دينار}$$

هذا يعني كل دينار من التكلفة يؤدي إلى زيادة الإيراد بمقدار 1.92 دينار .

تحليل العائد الاقتصادي للمؤشرات الاقتصادية، من خلال جدول الرقم (3) تبين أن المؤشرات الاقتصادية لزراعة محصول الزيتون بمنطقة سرت خلال موسم 2022م ليست مرتفعة بالشكل المطلوب، وبالتالي يتطلب مجهودات أكبر للاهتمام بهذه الأشجار، لما لها من فوائد اقتصادية وعلاجية، ويتم هذا الاهتمام برعاية هذه الأشجار من ناحية العمليات الزراعية المصاحبة بزراعة هذه الأشجار، ومن جهة أخرى يتطلب من الدولة دعم فئة مزارعي الزيتون من خلال تقديم النصائح والارشادات الإنتاجية والتسويقية، وتوفير مستلزمات زراعية بأسعار مناسبة، بما يحقق تقليل تكلفة الإنتاج وزيادة العائد الصافي المزرعي .

جدول الرقم (3) يوضح التحليل العائد الاقتصادي والمؤشرات الاقتصادية لأشجار الزيتون في منطقة سرت للموسم 2022 م .

متوسط التكلفة	البيان
10450 دينار	مؤشر متوسط الناتج الإجمالي (دينار / هكتار)
5450 دينار	مؤشر التكاليف الكلية (دينار / هكتار)
5000 دينار	مؤشر الدخل الصافي المزرعي (دينار / هكتار)
9.10 دينار	مؤشر صافي الربح لكل لتر زيت (دينار / هكتار)
0.92 دينار	مؤشر الدينار المنفق في موسم (دينار)
1.92 دينار	مؤشر الكفاءة الإجمالية (دينار / لكل دينار منفق)

ثانيا: مؤشرات الكفاءة التسويقية:

هو مقياس يمكن من خلاله الحكم على كفاءة النظام التسويقي وأداء السوق، كلما كان هناك انخفاض في الجانب التسويقي (الفرق بين سعر البيع، وسعر الشراء) مع الحفاظ على نفس الخدمات التسويقية للسلعة، من خلال تقليل الأرباح التسويقية فكلما زاد نصيب المزارع مما يدفعه للمستهلك يزيد إيراده.

هناك مجموعه من الطرق التي تم من خلالها تقييم الكفاءة التسويقية، ومن أهمها استخدام المعادلات الرياضية لقياس الكفاءة التسويقية، ويتم ذلك من مقارنات تعكس النسبة بين جملة التكاليف التسويقية، والتكاليف الكلية (الإنتاجية وتسويقية) للمحصول المراد تسويقه.

تبين من خلال الجدول رقم (4) للتكاليف التسويقية لمحصول الزيتون بمنطقة سرت خلال الفترة المدروسة، تمثل نسبة كبيرة من إجمالي التكاليف الكلية، وتشمل التكاليف التسويقية تكلفة نقل الزيتون وعصره والعبوات الخاصة بالزيت، وتكلفة نقل الزيت، وأيضا تكلفة أكياس التعبئة، وقد بلغ متوسط إجمالي التكاليف التسويقية 1580 دينار، حيث يمثل هذا المبلغ حوالي 29% من إجمالي التكاليف الكلية، وتعتبر تكاليف عصر الزيتون الأكثر ارتفاعا حيث تمثل حوالي 38% من إجمالي التكاليف التسويقية.

الجدول الرقم (4) يبين التكاليف التسويقية لهكتار الزيتون في منطقة سرت خلال موسم 2022م.

الترتيب	القيمة	البند
3	300 دينار	تكاليف فرز ونقل الزيتون (دينار)
1	600 دينار	تكلفة عصر الزيتون (دينار)
4	180 دينار	تكلفة نقل الزيت (دينار)
2	500 دينار	تكلفة عبوات الزيت (دينار)
	1580 دينار	إجمالي التكاليف التسويقية (دينار)

مؤشر الكفاءة التسويقية = $100 - (تكاليف التسويقية / التكاليف التسويقية والإنتاجية) \times 100$

$$الكفاءة التسويقية = 100 - (5450 \div 1580) \times 100$$

$$الكفاءة التسويقية = 100 - (0.29) \times 100$$

$$الكفاءة التسويقية = 100 - 29 = 71\%$$

يعد ارتفاع نسبة الكفاءة 50% دليل على انخفاض التكاليف التسويقية عن الإنتاجية، وبالتالي قلة الأرباح، التي يحصل عليها المزارع المسوق، أما إذا كان نسبة مؤشر الكفاءة التسويقية 50% وهذا يدل على أن التكاليف التسويقية مساوية إلى حجم التكاليف الإنتاجية.

النتائج:

1. من خلال الخصائص الإنتاجية لأسر العينة تبين أن عدد كبير من المزارعين لا يقومون بإجراء العمليات الزراعية بصورة مستمرة، والتي تتمثل في الري، والمكافحة، والعزق، والتسميد، مما سبب في انخفاض الكفاءة الإنتاجية لمحصول الزيتون.
2. من خلال بنود التكاليف يتضح أن هناك ارتفاع في بعض هذه التكاليف، وخصوصاً تكلفة جني المحصول، و تكلفة عصر الزيت، وبالتالي يجب تطوير وسائل الجني، وأيضاً توفير معاصر حديثة، مما يساعد في تقليل التكاليف.
3. من خلال دراسة المؤشرات الاقتصادية تبين أن هناك انخفاض في مؤشر الكفاءة الاقتصادية، باعتباره من أهم المؤشرات الاقتصادية، والذي بلغ 1.92 دينار، وهذا يعني أن كل دينار تكلفة يعطي عائداً 1.92 دينار.
4. من خلال دراسة التكاليف التسويقية تبين أن تكاليف عصر الزيتون الأكثر ارتفاعاً، حيث تمثل حوالي 38% من إجمالي التكاليف التسويقية.
5. من خلال دراسة مؤشر الكفاءة التسويقية تبين نسبة المؤشر بلغ 71% وهذا دليل على انخفاض التكاليف التسويقية عن الإنتاجية، وبالتالي قلة الأرباح التي يحصل عليها المزارع المسوق.
6. من خلال الفرضية والتي مفادها لا يمكن تحسين إنتاجية محصول الزيتون بمنطقة سرت، من خلال تحقيق الوظائف التسويقية، ورفع الكفاءة التسويقية المصاحبة لإنتاج هذا المحصول، يفيد البحث من خلال النتائج أن هناك إيراد من إنتاج محصول الزيتون بمنطقة سرت رغم انخفاضه، وبالتالي فإن الاهتمام بالعمليات الإنتاجية والتسويقية يمكن من رفع إنتاجية المحصول.

التوصيات:

1. يوصي البحث بضرورة دراسة التكاليف الإنتاجية والتسويقية بشكل مستمر، لإيجاد تصور واضح لسعر بيع زيت الزيتون داخليا وخارجيا، مما يساعد في خفض التكاليف الكلية للمنتج من خلال خفض التكاليف التسويقية.
2. ضرورة الاهتمام من قبل الجهات الحكومية بتوفير مستلزمات الإنتاج، ووضع الحلول المناسبة لتخفيض أسعارها أو العمل على تأمينها بالشكل الأمثل.
3. ضرورة وجود جهاز الإرشاد الزراعي لتوعيه المزارعين على طرق الإنتاج السليمة، والتي تتمثل في اختيار الأصناف الجيدة، وطرق مكافحة، وأيضاً العمليات الإنتاجية المصاحبة لإنتاج محصول الزيتون.
4. ضرورة اختيار الأصناف الجيدة والتي تتماشى مع الظروف المناخية وتحملها الجفاف و الملوحة.

المراجع

- 1- أسماء بشير عبدالهادي، الكفاءة التسويقية لمحصول ثمار النخيل بمنطقة الجفرة، رسالة ماجستير الاقتصاد الزراعي، كلية الاقتصاد، جامعة التحدي، 2009.
- 2- مصطفى عبدربه محمد، اقتصاديات إنتاج وتسويق محاصيل الفاكهة في محافظة كفر الشيخ، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد 17، العدد الثالث، القاهرة، 2007، ص 673-686.
- 3- زهرة صالح احمد، اقتصاديات تسويق التفاح في منطقة الجبل الاخضر، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعي، جامعة عمر المختار، 2007.
- 4- شذى صبوح، سمعان العطوان، ابراهيم عبدالله، دراسة تحليل الكفاءة التسويقية لزيت الزيتون في الساحل السوري، المجلة الاردنية في العلوم الزراعية، لمجلد 16، العدد 1، 2020.

Abstract

The present study investigates the marketing of olives and olive oil in Sirte, Libya for the harvest season of 2022. The study shed light on the efficiency of olive oil marketing by calculating production and marketing costs, based on the research findings of the survey distributed to farmers in the study area.

The findings show an increase in the production and marketing costs due to the high costs of production tools and materials, which results in economical as well as total efficiency decline particularly the cost of harvesting corps which represents 33% of total production costs. In addition, the cost of pressing olives which represents approximately 38% of total marketing costs which results in low marketing efficiency.

The study recommends that due attention should be paid by authorities to follow up the increase of expenses of production tools and materials, and to develop durable solutions for cost reduction. The study also emphasized the need pay attention to marketing aspects as well as increasing the effectiveness of marketing through cost reduction.

Key words: Olive oil, marketing costs, production costs, economic efficiency, marketing efficiency,