

محددات الطلب على منتجات الزيتون المحلية

LASER
PULSE

ملخص السياسة



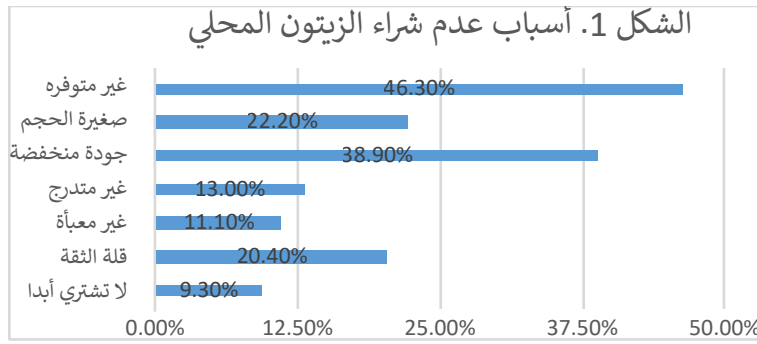
يتزايد الطلب على منتجات الزيتون المحلية بين المستهلكين المحليين استجابة لزيادة الوعي الصحي ودعم المنتجات المحلية. وعليه، يعتبر زيت الزيتون وصابون الزيتون المحلي أفضل جودة وارضخ سعراً مقارنةً بالعديد من الأنواع المستوردة الأخرى، إلا أن المعروض من الزيتون المحلي لا يلبي الطلب بسبب محدودية توفره محلياً، ففي بعض المناطق ينخفض الطلب على هذه المنتجات لأنها لا تلبي تفضيلات المستهلكين بالإضافة إلى ذلك، حدثت الإضطرابات السياسية وانخفاض مستويات إنتاج الزيتون المحلية من الوصول إلى البلدان الأخرى، كما أدى عدم وجود العلامة التجارية على هذه المنتجات إلى زيادة مستوى عدم اليقين بين المستهلكين

وتعتبر منتجات الزيتون المحلية مصدر دخل للعديد من المزارعين ومصدراً للغذاء الرخيص للعديد من المستهلكين بالإضافة إلى ذلك، يُعد الوصول إلى الأغذية المنتجة محلياً عنصراً هاماً في الأمن الغذائي في بلد لا تزال فيه سبل العيش فيها غير مستقرة بالإضافة إلى تذبذب أسعار المواد الغذائية. كما أن الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو تحليل العوامل الرئيسية التي تحد من الطلب على منتجات الزيتون المحلية وتقديم توصيات قائمة على الأدلة لصانعي السياسات المعنيين.

- معظم منتجات الزيتون المحلية ذات جودة منخفضة وغير متوفرة دائماً.
- إنخفاض مستوى الثقة بالزيتون المحلي، ولا يتم الإعلان عنها.
- إن إدخال المعايير والشعارات المنتجة محلياً وإعلام مستهلكي الزيتون حول توفر المنتج سيزيد من

الماخذ الرئيسية

محددات استهلاك منتجات الزيتون المحلية



الزيتون المحلي لا يتوفر في جميع الأماكن ولا في كل الأوقات. إن عدم وجود خطة تسويقية من قبل منتجي الزيتون والإضطرابات السياسية بين مختلف أنحاء البلاد تعد من الأسباب الرئيسية لمحدودية توافر منتجات الزيتون المحلية في الأسواق المحلية. كما أن معظم المستهلكين مهتمين بدفع سعر أعلى مقابل الحصول على الزيتون المحلي، إلا أنه متاح فقط في متاجر أو أسواق معينة ولا يمكن للعديد من المستهلكين الوصول إليه.

بالمقارنة مع المنتجات المستوردة، يعتبر زيتون المائدة المحلي أقل جودة. حيث يولي المستهلكون اهتماماً أكبر بالجودة عند شراء منتجات الزيتون وعليه، يعتبر زيتون المائدة المستورد ذو جودة أفضل من الزيتون المحلي، ويفضل المنتجون المحليون التحول إلى إنتاج زراعي آخر، مثل الدواجن بدلاً من استبدال أشجار الزيتون المحلية بأشجار مستوردة عالية الجودة مما يُشكل صعوبة في إقناع المزارعين المحليين باستبدال أشجارهم الحالية بأشجار أفضل نوعية وجودة من أجل الحفاظ على هذا الإنتاج داخل المنطقة، وبالتالي، يُعيق من تعزيز إنتاج الزيتون المحلي.



يفتقر المستهلكون إلى الثقة في المنتجات المحلية. لقد أنشأ المستهلكون الذين يشترون الزيتون المحلي الثقة من خلال العلاقات الشخصية وذلك لأن الزيتون المحلي لم يتم تصنيفه حتى أن بعض المستهلكين قاطعوا منتجات الزيتون المحلية بعد تجارب سيئة مع الأسواق المحلية. نظراً لأن التحول من مورد إلى آخر يعد سلوكاً شائعاً في العديد من أسواق المواد الغذائية، فمن الأفضل أن تتم معالجة الزيتون من قبل الشركات المصنعة الكبيرة التي تولي اهتماماً أكبر لوضع العلامات التجارية على منتجاتها.

يفتقر المستهلكون إلى المعلومات حول المنتجات المحلية. بشكل عام، العائلة والأصدقاء هم المصادر الرئيسية للمعلومات (على سبيل المثال، ميزات المنتج أو مكان شرائها) لمنتجات الزيتون المحلية في السوق خلال الأشهر الثلاثة الماضية، لم يشاهد أو يسمع معظم المستهلكين أي إعلانات لمنتجات الزيتون المحلية نادراً ما يستخدم المزارعون العراقيون الإنترنت أو منصات التواصل الاجتماعي لإعلام مستهلكي الزيتون الجدد مقارنة بمنتجات الزيتون المستوردة.

استراتيجيات تنمية السوق

من خلال إتاحة المنتجات بشكل أكبر وتلبية رغبات المستهلكين المحليين، قد تؤدي الإجراءات التالية إلى زيادة الطلب المحلي على منتجات الزيتون المحلية ومساعدة الصناعة على التغلب على العقبات التي تفرضها التجارة الدولية:

زيادة إمكانية الوصول إلى المنتجات المحلية. ويستلزم ذلك إتاحة منتجات الزيتون المحلية في محلات السوبر ماركت والمتاجر الأخرى التي يتسوق فيها غالبية المستهلكين، بدلاً من الاقتصار على سوق المخلات المحلية وللمساعدة في زيادة انتظام واتساق إمدادات الزيتون، يلزم توفير إعفاءات ضريبية وسياسات خطة ائتمانية معدلة بالإضافة إلى ذلك، بما أن الميليشيات تسبب مشاكل في

توزيع الزيتون، يجب على الحكومة تفويض جميع الجهات الأمنية بالسماح بالتدفق الحر للمنتجات المحلية وذلك لجعل الزيتون يصل إلى كل ركن من أركان البلاد.

الحث على زراعة المزيد من الزيتون عالي الجودة. خستاوي ودغل (أحياناً يُكتب باسم دوغال) نوعان من أصناف الزيتون المحلية المشهورة والتي يمكن أن تنافس الأنواع المستوردة الأخرى من حيث الجودة والحجم ويفضل زيادة المعروض من زيتون المائدة والدغل لتلبية الطلب المحلي من مستهلكي زيتون المائدة وينبغي بذل المزيد من الجهود لزيادة إنتاجها للمستهلكين المستعدين لدفع ثمنها. ويجب على الحكومة تنفيذ برنامج حوافز يساعد المزارعين على الارتقاء إلى أصناف أفضل عندما يزرعون في المستقبل.

إنشاء مجموعة من أنظمة إصدار الشهادات. الثقة هي إحدى القضايا الحاسمة عند التعامل مع المنتجات المحلية. وبما أن فقدان ثقة المستهلك ليس من السهل استرداده، فإن إدخال نظام اعتماد من طرف ثالث أو معيار وطني سيعزز ثقة المستهلك في المنتجات المحلية. وهذا يعني تدريب منتجي الزيتون على أهمية استخدام المعايير لإيجاد أسواق جديدة لمنتجاتهم ودعمهم في الحصول على شهادات طرف ثالث عالية التكلفة.

زيادة وعي المستهلك بالمنتجات المحلية. يجب أن تُقدم الخدمات الإرشادية العامة من خلال بعض البرامج التعليمية لتدريب المزارعين المحليين على أهمية الإعلان في خططهم التسويقية. وبما أن المزارعين في تلك المنطقة معتادون على الحصول على أموال مقابل حضورهم، فيمكن للسلطات المحلية استخدام محطات الراديو في تلك المنطقة لتقديم برامجهم التدريبية بتكلفة أقل.

السيرة الذاتية للمؤلفين

رزكار محمد: أستاذ مشارك في جامعة دھوك وله اهتمام بحثي في تحليل الطلب والأسعار وسلوك المستهلك وتسويق المواد الغذائية.

أسعد كرم: أستاذ مشارك في جامعة دھوك وله اهتمام بحثي في سلوك المستهلك، والعلامات التجارية، والتحليل التنافسي، وتطوير المنتجات، وتسعير المنتجات، واتخاذ القرارات مع العملاء، والمسؤولية الاجتماعية للشركات، وإدارة الموارد البشرية.