



وكالة تنمية المنشآت
الصغيرة و الأَصغر
Small & Micro Enterprise
Promotion Service

دراسة تحليل سلاسل القيمة في اليمن

منتج "البصل"

Value Chain Analysis Study in Yemen

"ONION"



2024


MARKETS
تعزيز الوصول للأسواق


معاً نكافئ الفقر
ISFD
مندوق التضامن الإسلامي للتنمية
Islamic Solidarity Fund for Development


IsDB
البنك الإسلامي للتنمية
Islamic Development Bank

البرنامج السعودي
لتنمية وإعمار اليمن
The Saudi Development and
Reconstruction Program for Yemen



دراسة تحليل سلاسل القيمة في اليمن - منتج "البصل"

Value Chain Analysis Study in Yemen of "ONION"

2024

This Study is done in the scope of "The Market Access Readiness in Key Economic Trade Sectors Program" (MARKETS) Program, a joint initiative of the Islamic Development Bank, the Islamic Solidarity Fund for Development, and the Saudi Program for the Development and Reconstruction of Yemen. It is implemented by SMEPS.

أنجزت هذه الدراسة في إطار برنامج "جاهزية الوصول الى الأسواق في القطاعات التجارية والاقتصادية الرئيسية" (MARKETS) وهي مبادرة مشتركة بين البنك الإسلامي للتنمية وصندوق التضامن الإسلامي للتنمية والبرنامج السعودي لتنمية وإعمار اليمن. ويتم تنفيذه من قبل وكالة تنمية المنشآت الصغيرة والأصغر،

البيانات الأولية

اسم الدراسة	دراسة تحليل سلاسل القيمة في اليمن - منتج "البصل".
مناطق الدراسة	محافظة حضرموت- اليمن
تاريخ التنفيذ	2024/6/30 - 2024/1/1
الخطوط	خط العناوين (10-16) - خط النص (10) - خط الملاحظات (8) - خط الجداول والاشكال البيانية (8).
ألوان التصميم	#7648C
الجهات المنظمة	وكالة تنمية المنشآت الصغيرة والأصغر (SMEPS) - وحدة البحث والتطوير (R&D)، وتمويل من البنك الإسلامي للتنمية (IsDB) والبرنامج السعودي لتنمية وإعمار اليمن.



فريق العمل

مشرف الدراسة:	سليم الجراي
مسؤول الدراسة:	ياسمين أمين
المساعد الفني للدراسة:	طه فتح الله
المساعد الإداري للدراسة:	سمر الصلوي + إيمان الحيمي
مختص القطاع:	محمد السقاف
جمع بيانات الدراسة:	محمد الصبان
مراجعة البيانات:	عائشة النجار
تحليل البيانات:	محمد القادري
مختص الاسواق:	سمير الساكت
مراجعة وتدقيق الدراسة:	هشام عبده احمد
تصميم الدراسة:	محمد دويد

المعلومات الواردة في هذه الدراسة تعرض الحالة العامة لدراسة تحليل سلاسل القيمة في اليمن - منتج "البصل".

2024

المواد الواردة في هذه الدراسة محمية بحقوق الطبع والنشر، إن نسخ و / أو نقل أجزاء أو كل من هذا العمل دون إذن يعد انتهاكاً لحقوق النشر.

إخلاء المسؤولية:

المعلومات ونتائج البحث المذكورة في هذه الدراسة لا تعكس بالضرورة آراء موظفي وإدارة مجموعة البنك الإسلامي للتنمية أو البرنامج السعودي لتنمية وإعمار اليمن

Disclaimer:

The views expressed by the authors does not necessarily reflect the views and policies of the Islamic Development Bank Group or the Saudi Development and Reconstruction Program for Yemen.

الاختصارات

الترجمة Translation	التعبير Expression	الرمز Symbol
كيلوجرام: وحدة قياس كتلة	Kilogram	kg
كيلومتر: وحدة قياس المسافة	Kilometer	km
متر: وحدة قياس المسافة	Meter	m
هكتار: وحدة قياس المساحات يساوي 10,000 متر مربع	Hectare	h
وكالة تنمية المنشآت الصغيرة والأصغر	Small and Micro Enterprise Promotion Service	SMEPS
تحليل سوات (نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات)	Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats	SWOT
طن: وحدة قياس كتلة، تساوي 1000 kg	Ton	Ton
ريال يمني	Yemeni Riyal	YR ¹
البنك الإسلامي للتنمية.	Islamic Development Bank	IsDB
صندوق التضامن الإسلامي للتنمية	Islamic Solidarity Fund for Development	ISFD
البرنامج السعودي لتنمية وإعمار اليمن	Saudi Development and Reconstruction Program for Yemen	SDRPY
دولار أمريكي	United States Dollar	USD

تعريفات المصطلحات الأساسية

التعريف Definition	الرمز Symbol	المصطلح Term
دراسة الأوضاع التنظيمية، والأنماط الإدارية لتحديد مشكلات الأداء الحالية وكذلك تحديد متطلبات الأداء المرتبطة بخطط التطوير	NA	Needs Assessment تحديد الاحتياجات
سلسلة القيمة (VC) هي مجموعة من الأنشطة والإجراءات المرتبطة مع بعضها البعض والضرورية لتحويل الموارد الأولية المستخدمة (مدخلات) إلى منتجات أو خدمات (مخرجات)، والتي بدورها تمر بمراحل إنتاج مختلفة لإكساب المنتج قيمة مضافة حتى يصل في الأخير إلى المستهلك النهائي في السلسلة (Porter, 1985)	VC	سلسلة القيمة Value Chain
فاعلي سلسلة القيمة أو ممثلي سلسلة القيمة أو العاملين في سلسلة القيمة جميعها مصطلحات لنفس المعنى.	VCA	فاعلي سلسلة القيمة Value Chain Actor
المنتجين في هذه الدراسة هم مزارعي البصل.	---	منتجين Producers
تجار تجزئة مجمعين هم تجار يقومون بشراء المنتجات (البصل) وبيعها بكميات مجزئة وبدون أي معالجات لتحويلها إلى منتجات أخرى.	---	تجار تجزئة مجمعين Aggregate Retailers
تجار جملة مجمعين هم تجار يقومون بشراء المنتجات (البصل) وبيعها بكميات غير مجزئة وبيعها بدون أي معالجات لتحويلها إلى منتجات قابلة للاستهلاك.	---	تجار جملة مجمعين Aggregator Wholesalers
تجار تجزئة معالجين هم تجار يقومون بشراء المنتجات (البصل) وبيعها بكميات مجزئة مع إضافة معالجات لتحويلها إلى منتجات أخرى.	---	تجار تجزئة معالجين Processing Retailers
تجار جملة وتجزئة معالجين هم تجار يقومون بشراء المنتجات (البصل) وبيعها بكميات مجزئة وغير مجزئة مع إضافة معالجات لتحويلها إلى منتجات قابلة للاستهلاك.	---	تجار جملة وتجزئة معالجين Wholesalers & Retailers Processors
الداعمين هم الجهات الذين يسعون في دعم القطاع.	---	الداعمين Supporters
تحليل SWOT هو عملية معرفية تدرس العلاقات المتبادلة بين البيئات الداخلية والخارجية للقطاع أو المشروع، حيث يعتمد تحليل SWOT على تقييم مختلط (شخصي - موضوعي) لنقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات (Ghazinoory et al. 2011, Amato et al. 2021)	SWOT	تحليل سوات SWOT Analysis

¹ سعر الدولار الواحد وفق منطقة الدراسة يساوي 1668 ريال يمني خلال ابريل 2024



صورة 1 أثناء شحن اكياس البصل الاحمر الى الاسواق.

شكر وعرfan

الحمد لله كما ينبغي لجلال وجهه، وعظيم سلطانه، عدد خلقه، ورضا نفسه، وزنه عرشه، ومداد كلماته، على ان من علينا بإنجاز هذه الدراسة، والصلاة والسلام على أفضل الخلق نبينا محمد وعلى آله وصحبه وسلم تسليما كثيرا.

في البداية يتقدم فريق البحث والتطوير، بوكالة تنمية المنشآت الصغيرة والاصغر SMEPS، بخالص الشكر والتقدير والعرfan والامتنان، **للأستاذة صفية الجابري**، المدير التنفيذي للوكالة، لدعمها المتواصل لفريق البحث والتطوير بوكالة تنمية المنشآت الصغيرة والاصغر، وتقديم الاستشارات والتوجيهات، والتي ساندت وساعدت الفريق على إنجاز الدراسة بشكل يليق بالوكالة،

كما يتقدم فريق البحث والتطوير بوكالة تنمية المنشآت الصغيرة والاصغر، بخالص الشكر والتقدير **للإخوة في البنك الإسلامي للتنمية وفي البرنامج السعودي لتنمية وإعمار اليمن**، ونخص بالذكر كلا من **الأستاذ خالد أحمد** أخصائي أول في إدارة البرامج في صندوق التضامن الإسلامي للتنمية/البنك الإسلامي للتنمية، و**الأستاذ محمد ياسين المعديت** أخصائي في إدارة البرامج في صندوق التضامن الإسلامي للتنمية/البنك الإسلامي للتنمية، و**الأستاذة أشواق العيد** مشرف مشاريع تنمية في البرنامج السعودي لتنمية وإعمار اليمن لكافة اشكال الدعم المادي والمعنوي الذي قدموه في سبيل الخروج بهذه الدراسة بالشكل الذي يليق بالوكالة، والذي ساهم في ابراز الدور الاقتصادي الذي يلعبه فاعلي قطاع البصل في التنمية المستدامة لقطاع إنتاج البصل في الجمهورية اليمنية، ويساعد في تحسين الطرق والأساليب المتبعة في تسويق منتج البصل في السوق المحلية والخارجية للجمهورية اليمنية.

الشكر أيضا موصول للأخوة الزملاء في مكتب الوكالة بمحافظة حضرموت، ممثلا **بالأستاذ ماهر خان**، على كافة الجهود التي بذلها في اعداد الاستمارات الخاصة بجمع بيانات هذه الدراسة، ومتابعته المستمرة لتنفيذ الدراسة بجانبها الميداني والمكتبي، وابداء الملاحظات حول النتائج المتحصل عليها، وتحسين وسائل وطرق عرضها في الدراسة، وتقديم الدعم والتنسيق مع المسؤولين في المناطق المستهدفة لتسهيل مهام الفريق الميداني.

جزيل الشكر والتقدير **للأستاذ محمد السقاف**، استشاري ومختص القطاع، على الجهود التي بذلها في اعداد هذه الدراسة، ابتداء بتصميم استمارة جمع البيانات الميدانية، ومن ثم القيام بعملية جمع البيانات، وانتهاء بكتابة المسودة الرئيسية للدراسة.

جزيل الشكر والتقدير **للأستاذ احمد الصبان**، مختص جمع البيانات الميدانية، على كافة الجهود التي بذلها في عملية جمع البيانات الميدانية من كافة الفاعلين في قطاع زراعة وتجارة البصل بمحافظة حضرموت، وكذلك تحميل البيانات الميدانية إلكترونيا.

الشكر أيضا موصول **للأستاذ، سمير الساكت**، على كافة الجهود التي بذلها في التخطيط لإعداد دراسة السوق من النواحي الفنية والتقنية، والمساهمة أيضا في كتابة الإطار النظري للدراسة وتحليل البيانات ووضع الاستراتيجية العامة لاستنتاجات الدراسة بناءً على البيانات الميدانية.

الشكر أيضا موصول **للدكتور محمد القادري محلل البيانات** وللدكتور **هشام عبده احمد**، على جهودهما في كافة مراحل تنفيذ الدراسة بجانبها المكتبي والميداني، ودورهما في إعادة صياغة فصول الدراسة ومراجعتها من النواحي الفنية واللغوية لتخرج بالصورة التي تليق بوحدة البحث والتطوير بوكالة تنمية المنشآت الصغيرة والاصغر.

أخيرا، كمدير إدارة البحث والتقييم والجودة، بوكالة تنمية المنشآت الصغيرة والاصغر، أود أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير للزملاء في الإدارة، وأخص بالذكر **الاستاذة ياسمين أمين، المهندس. طه فتح الله، والمهندسة. عائشة النجار، والمهندسة. سمر الصلوي، والمهندس إيمان الحيمي**، على جهودهم الدؤوبة في عملية الاعداد والتحضير لتنفيذ الدراسة بجانبها المكتبي والميداني، والاعداد والتنسيق بين كافة الفرق العاملة في الدراسة، واعداد ومراجعة استمارات جمع البيانات الميدانية، ومتابعة الفرق العاملة في الدراسة أول بأول، وحل كافة التحديات التي طرأت خلال فترة تنفيذ الدراسة بكل صبر تقاني، وأيضا اشكرهما على معالجة وتحليل وابتكار العناوين والمواضيع النوعية وتصميم الأشكال في الدراسة وأشكرهم على تحملهم معاناة واتعاب هذه العمل، ولولا تعاونهم ما اكتملت هذه الدراسة.

ولا ننسى في هذا المقام ان نتقدم بخالص الشكر والتقدير لكل من كان عون لنا في اعداد هذه الدراسة، ولم نتمكن من ذكر اسمه، حفظ الله الجميع، وادام عليكم لطفه وكرمه

مدير البحث والتقييم والجودة، بوكالة تنمية المنشآت الصغيرة والاصغر SMEPS



م. سليم علي

مشروع دعم الأسواق المحلية في اليمن " MARKETS "

يأتي مشروع دعم الأسواق المحلية في الجمهورية اليمنية (Markets) بدعم من البنك الإسلامي للتنمية وصندوق التضامن الإسلامي للتنمية والبرنامج السعودي لتنمية وإعمار اليمن وتنفيذ وكالة تنمية المنشآت الصغيرة والاصغر. وقد تم تصميم المشروع لمعالجة الأسباب الكامنة وراء ضعف الأداء في الأسواق، وتعزيز سبل العيش المستدامة، وخلق فرص عمل لتحسين الدخل. يستهدف هذا النهج الأسواق التي تعاني من فجوات او تعقيدات يمكن إصلاحها لضمان وصول الخدمات والمنتجات الى هذه الأسواق. وتعزيز التنمية الاقتصادية القائمة على الزراعة، وستكون قطاعات الدعم الرئيسية هي البصل والعسل والبُن، ويرصد المشروع مجموعة من الأهداف التي يسعى الى تحقيقها كالتالي:

- خلق او الحفاظ على 1000 قرصة عمل (50% على الأقل للشباب و30% على الأقل للنساء)
- تدريب 24 جمعية، و100 شركة متوسطة وصغيرة والمتناهية الصغر MSMEs.
- تسجيل 50 شركة متوسطة وصغيرة والمتناهية الصغر في حلول التجارة الالكترونية.
- تطوير حلول التجارة الالكترونية واستخدامها لتسويق المنتجات المستهدفة وزيادة قيمة المنتجات المباعة عبر التجارة الإلكترونية بنسبة 20%.

يسعى المشروع أيضا الى تحسين الوصول إلى الأسواق من خلال معالجة التحديات الحالية في قطاعات التجارة المستهدفة في كلا من صنعا و عدن وحضرموت، من خلال المكونات الرئيسية التالية:

(أ) تدخلات في سلاسل القيمة لتحسين الوصول إلى السوق - حيث سيتم تحسين جودة المنتجات من خلال تطبيق أفضل ممارسات الزراعة والمعايير الدولية للفرز والتعبئة والعلامات التجارية والتسويق، وهو ما سيعزز الوصول إلى الأسواق المستدامة على الصعيدين الإقليمي والعالمي.

(ب) استشارات الأعمال وبناء القدرات - الدعم الفني المقدم للمؤسسات المتوسطة والصغيرة والمتناهية الصغر والجهات الفاعلة في سلسلة القيمة لزيادة قدراتهم ومهاراتهم الفنية ونشر المعرفة العملية لتعزيز وصولهم إلى الأسواق والتمويل. سوف يقوم مستشارو الأعمال وبناء القدرات أيضًا بدعم المؤسسات والشركات المستفيدة للحصول على خطط عمل مناسبة، وإعدادات مؤسسية بما في ذلك أنظمة وطرق إدارة الأعمال لضمان الاستمرارية بالإضافة إلى إدارة المخاطر.

(ج) حلول التجارة الإلكترونية - سيمول هذا المكون روابط الأعمال التجارية بين الجهات الفاعلة في سلسلة القيمة في القطاعات المستهدفة من خلال إنشاء منصة للتجارة الإلكترونية. ستربط المنصة الشركات في اليمن بالتجار خارج اليمن بما في ذلك مواطني اليمن في الخارج، وستعزز السمعة والثقة والجودة لكل من العسل والقهوة المنتجة محلياً.

المستفيدين من المشروع



مزارعي البن



مزارعي البصل

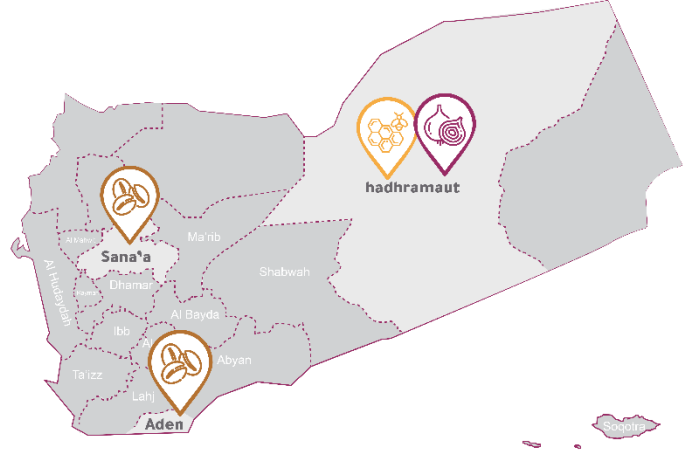


المصدرين



الجمعيات التعاونية
في القطاعات الثلاثة

مناطق ومكونات المشروع



أهداف المشروع



تدريب 24 تعاونية و100 منشأة صغيرة ومتناهية الصغر على معايير الجودة العالمية.



تعزيز طول التجارة الالكترونية وزيادة مبيعات المنتجات المستهدفة بنسبة 20% عبر المنصات الالكترونية.



خلق 1000 فرصة عمل 50% على الأقل للشباب، 30% على الأقل للنساء.

الخدمات التي يقدمها المشروع :

3. انشاء منصة الالكترونية



2. الدعم المالي

الدعم المالي من خلال المنح التماثلية المالية لعدد 54 مستفيداً.



1. الخدمات الاستشارية

من خلال التدريب في مجال الجودة و تطبيق المعايير العالمية للجودة

تقديم الخدمات الاستشارية لدعم 124 مستفيداً .



4. زراعة 50,000 شتلة سدر



البنك الإسلامي للتنمية IsDB



البنك الإسلامي للتنمية، الحاصل على تصنيف ممتاز (AAA) من وكالات التصنيف الائتماني الكبرى في العالم، هو البنك الإنمائي المتعدد الأطراف الرائد لبلدان الجنوب الذي يعمل منذ أكثر من 50 سنة على تحسين حياة الناس والمجتمعات التي يخدمها بإحداث تأثير واسع النطاق. ويضم البنك 57 بلداً عضواً موزعة بين أربع قارات، فيؤثر بذلك على حياة ربع سكان العالم تقريباً. وقد التزم بتذليل الصعوبات الإنمائية والنهوض بالتعاون من أجل المساهمة في تحقيق أهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة بإمداد الناس بوسائل قيادة تقدّمهم الاقتصادي الأخضر والاجتماعي المستدام، وإنشاء البنى التحتية غير المضرة بالكوكب، ومساعدتهم على تحقيق إمكاناتهم. ويقع مقر البنك في جدة (المملكة العربية السعودية)، ولديه 10 مراكز إقليمية ومركز للتميز. وتطور البنك، على مرّ السنين، من كيان واحد إلى مجموعة تضمّ البنك الإسلامي للتنمية (IsDB)، ومعهد البنك الإسلامي للتنمية (IsDBI)، والمؤسسة الإسلامية لتأمين الاستثمار وائتمان الصادرات (ICIEC)، والمؤسسة الإسلامية لتنمية القطاع الخاص (ICD)، والمؤسسة الدولية الإسلامية لتمويل التجارة (ITFC)، وصندوق التضامن الإسلامي للتنمية (ISFD).

صندوق التضامن الإسلامي للتنمية



صندوق التضامن الإسلامي للتنمية
Islamic Solidarity Fund for Development

أسس صندوق التضامن الإسلامي للتنمية عام 2007 كذراع فاعل لمجموعة البنك الإسلامي للتنمية للتخفيف من حدة الفقر، انطلاقاً من إيمان راسخ بأهمية مكافحة الفقر وتعزيز التنمية الشاملة والعدالة في الدول الأعضاء. من خلال التمويل الميسر والمنح، يسعى الصندوق جاهداً إلى تمكين الفئات الأكثر ضعفاً من خلال مجموعة واسعة من البرامج والمشاريع المبتكرة مقدّمة، والتي تُركز على تعزيز القدرات الإنتاجية، وخلق فرص عمل مستدامة، والاستثمار في تطوير رأس المال البشري.

يولي الصندوق اهتماماً خاصاً بتمكين المرأة والشباب باعتبارهما محركاً أساسياً للتنمية المستدامة. ويسعى من خلال برامجه إلى معالجة الأسباب الجذرية للفقر، مستهدفاً قطاعات حيوية مثل التعليم، والتمكين الاقتصادي، والتنمية المجتمعية، والصحة. ويهدف الصندوق، من خلال هذه الجهود المتكاملة، إلى تحقيق تحول تنموي مستدام في المجتمعات المستهدفة.

بفضل الشراكات الاستراتيجية مع البنك الإسلامي للتنمية، والدول الأعضاء، والمانحين، وأصحاب المصلحة الرئيسيين، يقوم الصندوق من تطوير وتمويل المبادرات والتدخلات الحيوية التي تساهم في بناء مجتمعات مرنة وقادرة على تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية. ومن خلال التزام الصندوق برؤيته في تخفيف حدة الفقر في الدول الأعضاء بمنظمة التعاون الإسلامي، يواصل جهوده الدؤوبة لدفع عجلة التنمية المستدامة، متماشياً مع الأهداف الاستراتيجية للبنك الإسلامي للتنمية وأهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة.

البرنامج السعودي لتنمية وإعمار اليمن



البرنامج السعودي لتنمية وإعمار اليمن

The Saudi Development and
Reconstruction Program for Yemen

تأسس البرنامج السعودي لتنمية وإعمار اليمن في عام 2018م، بناء على الأمر السامي الكريم من خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبدالعزيز - حفظه الله -، لخدمة الخطط والاحتياجات التنموية الخاصة في الجمهورية اليمنية وبما يتلاءم مع الأهداف العالمية للتنمية المستدامة، وأخذاً بالتجارب الدولية السابقة في التنمية وإعادة الإعمار، وتتمثل أهدافه في تقديم الدعم الاقتصادي والتنموي المستدام بكفاءة وفعالية، وتنفيذ المشاريع والبرامج التنموية التي تساهم في رفع مستوى الخدمات الأساسية للشعب اليمني وتوفير فرص العمل، وتطوير البنية التحتية، والمساهمة في بناء قدرات المؤسسات الحكومية اليمنية، وتعزيز دور القطاع الخاص، لمساعدة حكومة ومؤسسات الدولة اليمنية لتحقيق السلام والاستقرار والإعمار، وتعزيز التنمية المستدامة، ورفع قدرة الجانب اليمني على استيعاب القروض والمنح التنموية، وتطبيق أعلى معايير الحوكمة بالتنسيق مع الحكومة اليمنية وبالتعاون مع السلطات المحلية ومنظمات المجتمع المدني.

ويعمل البرنامج السعودي لتنمية وإعمار اليمن في مختلف المحافظات اليمنية، وفي ثمانية قطاعات أساسية وحيوية وهي: الصحة، والتعليم، والنقل، والطاقة، والمياه، والزراعة والثروة السمكية، وتنمية ودعم قدرات الحكومة، والبرامج التنموية، وينتهج أفضل الممارسات والمعايير لتنفيذ المشاريع والبرامج التنموية بجودة وفاعلية عبر مكاتبه المتوزعة في المحافظات اليمنية، والتي تتيح له متابعة أعماله والإشراف عليها بشكل مباشر، والعمل على دراسة الاحتياجات من الميدان، ورفع التقارير الخاصة بسير وإنجاز الأعمال، وتوضيح التحديات، وتعلّم الدروس المستفادة على الأرض، ومعرفة أثر وانعكاسات المشاريع والبرامج والأنشطة والمبادرات على الأشقاء اليمنيين، لإيجاد الابتكارات والحلول الإنمائية الملائمة والمستدامة.

ويتعاون البرنامج مع شركاء متعددين على كافة المستويات المحلية والإقليمية والدولية، ويشمل ذلك الجهات اليمنية الحكومية وغير الحكومية، مثل الوزارات والصناديق الخدمية والتنموية والسلطات المحلية في المحافظات، بالإضافة إلى المنظمات والجهات والصناديق التنموية الإقليمية والدولية.

وكالة تنمية المنشآت الصغيرة والأصغر SMEPS



وكالة تنمية المنشآت
الصغيرة و الأصغر
Small & Micro Enterprise
Promotion Service

تأسست وكالة تنمية المنشآت الصغيرة والأصغر عام 2005م. وهي مؤسسة تابعة للصندوق الاجتماعي للتنمية في اليمن (SFD). تدعم وكالة تنمية المنشآت الصغيرة والأصغر والتنمية الاقتصادية المتخصصة في تنمية القطاع الخاص من خلال ثلاث مكونات رئيسية هي: خلق فرص العمل واستهداف أكبر عدد من المستهدفين. كما تركز الوكالة بشكل رئيسي على المشاريع التنموية وربطها بالعمل الإنساني وتسعى إلى تحقيق أهدافها من خلال إتباع استراتيجيات مبتكرة للمؤسسات الصغيرة والأصغر من خلال إتباع منهج تنمية السوق. وتماشياً مع هذا النهج.

تسعى تدخلات الوكالة إلى بناء وتيسير القدرات الاقتصادية والتقنية لأطراف القطاع الخاص التي يحركها السوق. بما في ذلك الشركات الصغيرة والمتوسطة والأصغر.

تهدف الوكالة إلى تعزيز ريادة خدمات تطوير الأعمال (تنمية سلاسل القيمة) من خلال إشراك الشباب في مجالات الرعاية الصحية، والأمن الغذائي، وعملية الإنتاج، بهدف تحسين المستوى المعيشي، بدلاً من الاكتفاء بدور مقدم مباشر لخدمات المشاريع المتوسطة والصغيرة والأصغر. وفي ظل الصراعات، تعمل الوكالة على ربط المشاريع الإنسانية بالمشاريع التنموية لما لذلك من فائدة واستدامة أكبر، كما تروج لهذا الربط عند اختيار المشاريع محلياً ودولياً. وتؤمن الوكالة بمفهوم التكامل بين العمل التنموي والإنساني، وهو نهج أثبت نجاحه على أرض الواقع. وعلى سبيل المثال، تسعى الوكالة إلى دعم التنمية المستدامة من خلال تحقيق الأمن الغذائي، إذ تُعد مكافحة الجوع، وتحقيق الأمن الغذائي، وتحسين التغذية، وتعزيز الزراعة المستدامة من بين أهداف التنمية المستدامة العالمية. وفي هذا الإطار، تعمل وكالة تنمية المنشآت الصغيرة والأصغر على مضاعفة الإنتاجية الزراعية وزيادة دخل صغار منتجي الأغذية، ولا سيما النساء، وأفراد الشعوب الأصلية، والأسر الزراعية، ومربي الثروة الحيوانية، والصيادين. كما تسعى إلى ضمان حصولهم العادل على الأراضي، وموارد الإنتاج الأخرى، والمدخلات، والمعارف، والخدمات المالية، إضافة إلى تعزيز فرص وصولهم إلى الأسواق، وتحقيق قيمة مضافة، وخلق فرص عمل في القطاع الزراعي

جدول المحتويات

4	الاختصارات
4	تعريفات المصطلحات الأساسية
6	شكر وعرقان
7	مشروع دعم الأسواق المحلية في اليمن " MARKETS "
9	البنك الاسلامي للتنمية ISDB
9	صندوق التضامن الاسلامي للتنمية
10	البرنامج السعودي لتنمية وإعمار اليمن
11	وكالة تنمية المنشآت الصغيرة والأصغر SMEPS
12	جدول المحتويات
13	قائمة الجداول
14	قائمة الصور
14	قائمة الأشكال
16	الملخص التنفيذي
21	1. المقدمة
21	1.1. القطاع الزراعي في الجمهورية اليمنية
22	1.2. محاصيل الخضر في الجمهورية اليمنية
24	1.3. إنتاجية وتسويق البصل في الجمهورية اليمنية
26	1.4. صادرات اليمن من البصل
29	1.5. مفاهيم في الدراسة
29	1.5.1. مفاهيم في سلسلة القيمة
32	2. منهجية الدراسة
32	2.1. النهج العام للدراسة
33	2.2. نطاق الدراسة
33	2.2.1. تنفيذ الدراسة
33	2.2.2. موقع الدراسة
33	2.2.3. فريق العمل
35	2.2.4. عينة الدراسة
35	2.3. جمع البيانات والتحقق منها
35	2.3.1. الدراسات السابقة وإعداد القوالب
36	2.3.2. ورش التدريب
36	2.3.3. جمع البيانات
37	2.3.4. التحقق من البيانات
38	2.4. معالجة وتحليل البيانات
38	2.4.1. معالجة وتنظيف البيانات
38	2.4.2. تحليل البيانات
39	2.5. كتابة التقرير والنشر
39	2.5.1. كتابة التقرير
39	2.5.2. نشر التقرير
40	2.6. عرض النتائج
42	3. نتائج الدراسة
42	3.1. الفاعلين في قطاع البصل
42	3.1.1. مرحلة الإنتاج
45	3.1.2. مرحلة التجارة والتصدير
45	3.1.3. مرحلة الدعم

3.2	تسويق البصل	46
3.2.1	تقييم وطبيعة نشاط منشآت تجارة البصل	48
3.2.2	معايير ووجهات تصدير البصل	49
3.3	احتياج فاعلي مرحلة التجارة والتصدير لشهادات جودة وتسويق المنتج	50
3.4	تحليل سوات لقطاع البصل	52
3.5	تحليل سوات لمنتج البصل وفق مراحل الانتاج والتجارة	53
3.5.1	مرحلة الإنتاج	53
3.5.2	مرحلة التجارة والتصدير	56
3.5.3	مرحلة الدعم	58
3.6	تحديات الفاعلين في قطاع البصل	60
3.6.1	مرحلة الإنتاج	60
3.6.2	مرحلة التجارة والتصدير	61
3.6.3	مرحلة الدعم (الجمعيات)	61
3.7	تحليل مصفوفة احتياجات الفاعلين في سلسلة قيمة البصل	65
3.7.1	مرحلة الإنتاج	65
3.7.2	مرحلة التجارة والتصدير	67
3.7.3	مرحلة الدعم	69
3.8	إحتياجات الفاعلين في قطاع البصل لتعزيز الوصول الى الاسواق	71
4	مقترح إحتياجات الفاعلين في قطاع البصل	73
4.1	مرحلة الإنتاج	74
4.2	مرحلة الدعم	77
4.3	مرحلة التجارة والتصدير	79
5	المرفقات	83

قائمة الجداول

جدول 1	وجهات صادرات البصل خلال العام 2023 (غرفة-التجارة-والصناعة-بوادي-حضرمت-والصحراء 2023)	28
جدول 2	مراحل تنفيذ دراسة سلسلة قيمة البصل 2024	32
جدول 3	خطة عمل وتنفيذ دراسة تحليل سلاسل القيمة في اليمن - منتج البصل - حضرمت 2024	34
جدول 4	حجم عينة الدراسة. (بيانات أولية, 2024).	35
جدول 5	أبرز تحديات تسويق البصل لفاعلي الوصول الى الأسواق بمحافظة حضرمت	46
جدول 6	تقييم المنشآت التجارية للبصل	48
جدول 7	طبيعة النشاط التجاري والخدمات التي تقدمها منشآت تجارة وتسويق البصل في مناطق الدراسة	48
جدول 8	أبرز الاختبارات التي تجريها منشآت تجارة البصل خلال عملية تسويق وتصدير البصل	49
جدول 9	أبرز معوقات تصدير البصل حسب إفادات من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير	49
جدول 10	معايير ومواصفات تصدير البصل الى الخارج حسب إفادات من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير	49
جدول 11	امتلاك فاعلي مرحلة التجارة والتصدير لشهادات الجودة	50
جدول 12	احتياج فاعلي مرحلة التجارة والتصدير لشهادات الجودة	51
جدول 13	نقاط القوة والضعف، والفرص والتحديات، لقطاع البصل بمحافظة حضرمت	53
جدول 14	أبرز نقاط سوات، لفاعلي مرحلة الإنتاج في قطاع البصل - محافظة حضرمت	55
جدول 15	أبرز نقاط سوات، لفاعلي مرحلة التجارة والتصدير، في قطاع البصل - محافظة حضرمت	57
جدول 16	أبرز نقاط سوات، لفاعلي مرحلة الدعم، في قطاع البصل - محافظة حضرمت	59
جدول 17	أبرز احتياجات فاعلي مرحلة الإنتاج بقطاع تسويق البصل - محافظة حضرمت	63
جدول 18	مصفوفة احتياجات القدرة والمهارة لمرحلة الانتاج في قطاع البصل - محافظة حضرمت	66
جدول 19	مصفوفة احتياجات القدرة والمهارة لمرحلة التجارة والتصدير في قطاع البصل - محافظة حضرمت	68
جدول 20	مصفوفة احتياجات القدرة والمهارة لمرحلة الدعم في قطاع البصل - محافظة حضرمت	70
جدول 21	أبرز احتياجات فاعلي الوصول الى الأسواق لمنتج البصل	72

قائمة الصور

- 5 صورة 1 أثناء شحن اكياس البصل الاحمر الى الاسواق.....
- 15 صورة 2 تجفيف البصل في واحد من مراكز التجهيز المحصول.....
- 20 صورة 3 احد حقول البصل مع استشاري الدراسة أثناء جمع البيانات.....
- 24 صورة 4 التجفيف الشمسي لمحصول البصل.....
- 31 صورة 5 حقول البصل المخصصة لانتاج البذور في مرحلة الازهار.....
- 37 صورة 6 أعمال جمع البيانات الميدانية.....
- 37 صورة 7 عمليات مراجعة وتحليل البيانات.....
- 38 صورة 8 فريق التحقق من البيانات ومراجعتها.....
- 41 صورة 9 مخازن تجهيز وتحميل محصول البصل الى الاسواق.....

قائمة الأشكال

- شكل 1 الإنتاجية والمساحة المزروعة بالمحاصيل النباتية في الجمهورية اليمنية 2021 (الاحصاء الزراعي 2021).....
- شكل 2 اجمالي انتاج محاصيل الخضر والمساحة المزروعة في اليمن (الاحصاء الزراعي 2021).....
- شكل 3 النسبة المئوية لإنتاج ومساحة محاصيل الخضر من اجمالي المحاصيل النباتية في اليمن (الاحصاء الزراعي 2021).....
- شكل 4 الإنتاجية والمساحة المزروعة بمحاصيل الخضر في اليمن خلال العام 2021 (الاحصاء الزراعي، 2021).....
- شكل 5 الإنتاجية والمساحة المزروعة بمحصول البصل في اليمن (الاحصاء الزراعي 2021).....
- شكل 6 النسبة المئوية للمساحة المزروعة والإنتاجية لمحصول البصل من اجمالي الخضروات، في اليمن (الاحصاء الزراعي، 2021).....
- شكل 7 إنتاجية محصول البصل بمحافظات في اليمن خلال العام 2021 (الاحصاء الزراعي 2021).....
- شكل 8 المساحة المزروعة بمحصول البصل في اليمن خلال العام 2021 (الاحصاء الزراعي 2021).....
- شكل 9 كمية وقيمة صادرات اليمن من محصول البصل (المركز الوطني للمعلومات 2024).....
- شكل 10 كمية صادرات البصل وفقا لغرفة التجارة والصناعة بوداي حضرموت والصحراء.....
- شكل 11 كمية صادرات بذور البصل وفقا لغرفة التجارة والصناعة بوداي حضرموت والصحراء.....
- شكل 12 خريطة الجمهورية اليمنية وموقع محافظة حضرموت منقطة الدراسة.....
- شكل 13 تقييم استخدام مزارعي البصل للتقنيات الزراعية الحديثة، والممارسات الزراعية.....
- شكل 14 أنواع المبيدات الزراعية المستخدمة في مكافحة الآفات التي تصيب محصول البصل في محافظة حضرموت.....
- شكل 15 عدد مرات استخدام المبيدات الزراعية خلال عملية نمو محصول البصل في محافظة حضرموت.....
- شكل 16 أسباب تعرض محصول البصل للتلف خلال عملية الزراعة حسب إفادات من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة الانتاج.....
- شكل 17 نسبة ما يتم بيعه نقدا في السوق المحلية حسب إفادات من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة التجارة والدعم.....
- شكل 18 نسبة ما يتم بيعه نقدا في السوق الخارجية حسب إفادات من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة الإنتاج والتجارة والدعم.....
- شكل 19 ترتيب وجهات تصدير البصل حسب إفادات من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير.....

الملخص التنفيذي



صورة 2 تجفيف البصل في واحد من مراكز التجهيز المحصول.

الملخص التنفيذي

أُنجزت هذه الدراسة في إطار برنامج "جاهزية الوصول إلى الأسواق في القطاعات التجارية والاقتصادية الرئيسية (MARKETS)"، وهي مبادرة مشتركة بين البنك الإسلامي للتنمية، وصندوق التضامن الإسلامي للتنمية، والبرنامج السعودي لتنمية وإعمار اليمن. يتم تنفيذ هذا البرنامج من قبل وكالة تنمية المنشآت الصغيرة والأصغر. يهدف المشروع إلى تحسين الوصول إلى الأسواق من خلال معالجة الفجوات الحالية في قطاعات التجارة المختارة، وهي: البصل، والعسل، والبُن. ويتحقق ذلك عبر عدد من المكونات، وهي: تدخلات في سلسلة القيمة لتحسين الوصول إلى الأسواق. استشارات الأعمال وتطوير القدرات، تعزيز حلول التجارة الإلكترونية.

تهدف هذه الدراسة إلى تشخيص الفجوات الموجودة في سلاسل القيمة للمحاصيل الزراعية في اليمن، ودراسة التحديات التي تواجه الفاعلين الرئيسيين في هذه القطاعات. يأتي ذلك بهدف تصميم الأنشطة والتدخلات التي تُسهم في رفع قدرة الأسر المنتجة، وتعزيز الإنتاج، وتحسين الجودة، وإضافة القيمة. كما تسعى الدراسة إلى تعزيز قدرة الفاعلين في القطاع على الوصول إلى الأسواق المحلية والدولية من خلال الامتثال لاشتراطات هذه الأسواق، مما يساهم في تعزيز سبل العيش المستدامة، وتوفير فرص عمل، وتحسين دخل الأسر ذات الدخل المحدود.

اشتملت الدراسة على عدة أنشطة، منها: الدراسة المكتبية التي شملت مراجعة الدراسات السابقة والإحصائيات، وجمع البيانات الأولية من الميدان، بالإضافة إلى جمع المعلومات من الجهات المعنية بقطاع البصل والفاعلين فيه. كما تضمنت الدراسة تحليل البيانات وعرض أبرز النتائج. وقبل البدء في تنفيذ الدراسة، عُقدت ورشة تدريبية لفريق العمل الميداني والمكثبي، تم خلالها تحديد المهام اللازمة لإعداد الدراسة بشكل منهجي ودقيق.

ركزت الدراسة على ثلاث حلقات رئيسية للفاعلين في قطاع البصل، وهم الفاعلون الذين لهم دور مؤثر بشكل كبير في إمكانية وصول المنتج إلى الأسواق النهائية، سواء المحلية أو الخارجية، أو الذين يمارسون أنشطة مباشرة في مجال التسويق والتصدير. تشمل هذه الحلقات:

- مزارعو البصل في مرحلة الإنتاج.
- الفاعلون في مرحلة التجارة والتصدير.
- الداعمون، وهم الجمعيات الزراعية التي تعمل في المجال الزراعي بشكل عام، وفي زراعة وتجارة البصل بشكل خاص.

ركزت الدراسة على هذه الحلقات الثلاث نظرًا لتأثير أنشطتها المباشر على تسويق وتصدير البصل محليًا ودوليًا. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن فاعلي مرحلة الإنتاج ينقسمون إلى ثلاث فئات رئيسية، وهم: صغار مزارعي البصل، ومزارعو البصل من الفئة المتوسطة، وكبار مزارعي البصل. ومن أبرز أنشطة فاعلي مرحلة الإنتاج في قطاع البصل زراعة البصل وتسويقه، سواء في السوق المحلية أو بيعه لتجار البصل في الأسواق المحلية أو لمصدري البصل إلى الخارج. في حين أن فاعلي مرحلة التجارة والتصدير ينقسمون إلى فئتين رئيسيتين، وهما: تجار البصل في الأسواق المحلية ومصدرو البصل. وفي كل من الفئتين السابقتين، يمكن تقسيم فاعلي مرحلة التجارة والتصدير إلى فئة تجار التجزئة المجمعين وتجار الجملة المجمعين. أما الداعمون في القطاع فهم الجمعيات الزراعية في محافظة حضرموت، التي تُعدّ من أبرز فاعلي مرحلة الدعم. وتتمثل أبرز أنشطة الداعمين في قطاع البصل في تقديم المساعدة لفاعلي مرحلة الإنتاج. كما أن بعض الجمعيات الزراعية في محافظة حضرموت تلعب دور الوسيط بين مزارعي وتجار البصل لتسهيل عملية تسويق البصل في الأسواق المحلية والخارجية.

يواجه قطاع البصل في محافظة حضرموت مجموعة من التحديات المستمرة التي تؤثر سلبًا على مراحل الإنتاج والتجارة

والدعم. في مرحلة الإنتاج، تُعد الانقطاعات المتكررة للتيار الكهربائي من أبرز العقبات، حيث تؤدي إلى عدم القدرة على ري الأراضي الزراعية، مما يقلل من كميات محصول البصل. كما تعاني هذه المرحلة من مشكلات تتعلق بالآفات الزراعية نتيجة ضعف الإرشاد الزراعي وقلة فعالية المبيدات، مما يزيد من تكاليف الإنتاج. إضافة إلى ذلك، يواجه المزارعون صعوبات في تسويق البصل بسبب ارتفاع تكاليف المدخلات وتدهور سعر صرف العملة المحلية، مما يؤثر على القدرة الشرائية للمستهلكين. أما في مرحلتَي التجارة والتصدير، فتتمثل التحديات في ارتفاع تكاليف الإنتاج وانخفاض نسبة المبيعات في الأسواق المحلية، مما يحد من الوصول إلى الأسواق الخارجية. كما تؤدي صعوبات تجهيز المنتج ومعالجته إلى تدني جودة البصل، مما يؤثر على ثقة العملاء. من هنا، تتجلى الحاجة الماسة إلى دعم الجهات الحكومية لتقديم الدعم المالي وتسهيل الوصول إلى الأسواق.

في مرحلة الدعم، تؤثر الانقطاعات المستمرة للتيار الكهربائي وصعوبة الحصول على مصادر بديلة على مستوى الإنتاج، حيث يفتقر الفاعلون إلى القدرة على تخزين محصول البصل خلال فترات الذروة، مما يؤدي إلى انخفاض الأسعار وتراجع المبيعات. وفي هذا السياق، يشير الفاعلون إلى أهمية دعم الجهات الحكومية والمنظمات المساندة في توفير أنظمة الطاقة الشمسية وبناء مستودعات لتخزين البصل، إضافة إلى تدريب الفاعلين على مهارات التسويق. إن معالجة هذه التحديات بشكل شامل سيساهم في تعزيز الإنتاجية وزيادة العوائد، مما يساهم في استقرار هذا القطاع الحيوي ويعزز من قدرته على التكيف مع الظروف المتغيرة.

تم وضع مجموعة من التوصيات التي تهدف إلى تعزيز الإنتاج والتسويق وزيادة الأرباح للفاعلين في القطاع. تتضمن هذه التوصيات في مرحلة الإنتاج ضرورة إقامة ورش عمل ودورات تدريبية لتحسين المهارات الزراعية، بما في ذلك تقنيات الري والتسميد والممارسات الزراعية الحديثة. من المهم أيضًا ميكنة العمليات الزراعية للانتقال من الزراعة اليدوية إلى استخدام الآلات، مما يقلل من تكاليف الإنتاج ويزيد من الكفاءة. علاوة على ذلك، ينبغي اعتماد نظم زراعية مستدامة تعتمد على التسميد العضوي والمحافظة على خصوبة التربة من خلال دورات زراعية متنوعة.

في سياق تحسين جودة الإنتاج، يجب تعزيز جودة البصل من خلال الالتزام بالمواصفات القياسية، وتحسين عمليات الفرز والتعبئة. بالإضافة إلى ذلك، يُعتبر تشجيع التكتلات التعاونية بين المزارعين أمرًا حيويًا للحصول على مدخلات الإنتاج بأسعار مناسبة وتحسين فرص التسويق. كما يجب توعية المنتجين حول الممارسات الزراعية الآمنة، بما في ذلك تجنب استخدام المبيدات السامة واتباع فترات الأمان المسموح بها. ومن المهم أيضًا تبني الزراعة الذكية مناخيًا من خلال اختيار الأصناف المناسبة وممارسات الري المثلى. في مرحلة الدعم، تلعب هيئة الأبحاث الزراعية دورًا مهمًا في دعم البحث والتطوير في زراعة البصل، بالإضافة إلى تقديم النشرات التوعوية التي تعزز المعرفة بالأساليب الزراعية الحديثة. يُعد تكوين التكتلات التعاونية أمرًا مهمًا أيضًا لتحسين وصول المزارعين إلى الخدمات الأساسية والمساهمة في التسويق. علاوة على ذلك، ينبغي دعم الجمعيات الزراعية بالمعدات اللازمة لتجهيز المحصول بشكل مناسب للتصدير. ويتعين أيضًا التخطيط لمواسم الزراعة بشكل استراتيجي لتحقيق توازن في الأسعار، مما يعود بالنفع على الجميع.

في مرحلة التجارة والتصدير، يجب التركيز على تقديم الدعم الفني والتدريب للمصدرين حول الشروط الصحية والتسويقية المطلوبة في الأسواق الخارجية، وتسهيل الإجراءات اللازمة للحصول على الوثائق الضرورية للتصدير. كما ينبغي إنشاء سوق مركزي لتسهيل عملية التسويق وتوفير الخدمات اللوجستية اللازمة، مما يساهم في تحسين كفاءة العمليات. أخيرًا، يتعين دعم التجار في تطوير منتجات جديدة ذات قيمة مضافة، مثل حلقات البصل المجمدة أو مسحوق البصل، وكذلك دعم القطاع اللوجستي لتحسين خدمات النقل والتخزين لتسهيل عمليات التصدير وتقليل التكاليف. إن تنفيذ هذه التوصيات بشكل متكامل سيساهم في تعزيز الإنتاجية وتحسين جودة المنتج وزيادة القدرة التنافسية في الأسواق العالمية، وهو ما يتطلب بالتالي التعاون بين جميع الفاعلين في السلسلة لضمان تحقيق الفائدة للجميع واستدامة هذا القطاع الحيوي.

Abstract

This study was carried out as part of the "Market Readiness Program for Key Commercial and Economic Sectors (MARKETS)," a collaborative initiative between the Islamic Development Bank (IsDB), the Islamic Solidarity Fund for Development (ISFD), and the Saudi Development and Reconstruction Program for Yemen. The program, implemented by the Small and Micro Enterprise Promotion Service (SMEPS), The goal of this project is to enhance market access by addressing existing gaps in selected trade sectors, specifically onions, honey, and coffee. This will be achieved through several components: 1. Interventions in the value chain to improve market access, 2. Business consulting and capacity development, and 3. Support E-commerce solutions.

The study aims to identify the gaps in the value chains of agricultural crops in Yemen and to examine the challenges faced by key actors in these sectors. The goal is to design activities and interventions that will empower productive families, boost production, improve quality, and add value. Additionally, it aims to strengthen the capacity of sector stakeholders to access both local and foreign markets by meeting the requirements of these markets, thereby promoting sustainable livelihoods and improving income for low-income households.

Several activities were conducted as part of the study, including a literature review of previous studies and statistics, field data collection from stakeholders in the onion sector, and data analysis to highlight key findings. Before the study was implemented, a training workshop was held for the research team to define their roles and responsibilities.

The focus of the study was on three main groups of actors: those who significantly influence the ability to access local and foreign markets and those directly involved in marketing and exporting. This includes onion farmers during the production phase, actors in trade and export, and supporting organizations, such as agricultural associations. These groups were chosen because their activities have a direct impact on the marketing and exporting of onions.

The results revealed that production-phase actors fall into three main categories: small, medium, and large onion farmers. Key activities for these farmers include growing onions and marketing them to local markets or selling them to traders and exporters. In the trade and export phase, actors are primarily local onion traders and exporters, who can be further divided into retail and wholesale traders. Supporting actors include agricultural associations in Hadhramaut province, which assist production-phase actors and sometimes act as intermediaries between farmers and traders to facilitate the marketing of onions.

The onion sector in Hadhramaut faces ongoing challenges that negatively affect production, trade, and support. In the production phase, frequent power outages hinder irrigation, which reduces onion yields. Additionally, pest issues arise due to weak agricultural extension services and ineffective pesticides, leading to increased production costs. Farmers also struggle with marketing due to high input costs and currency depreciation, which affects consumer purchasing power. In the trade and export phase, challenges include high production costs and low sales volumes in local markets, limiting access to foreign markets. Quality

issues resulting from inadequate processing further undermine customer trust. Thus, government support is crucial for financial assistance and facilitating market access. In the support phase, ongoing power outages and difficulties in securing alternative energy sources hinder storage capabilities during peak periods, leading to price drops and reduced sales. Actors emphasize the need for government and supporter assistance in providing solar energy systems and storage facilities, along with training on marketing skills. Addressing these challenges comprehensively will enhance productivity and increase returns, contributing to the stability of this vital sector and improving its adaptability to changing conditions.

A set of recommendations has been proposed to enhance production, marketing, and profits for sector actors. These include conducting workshops and training sessions to improve agricultural skills, such as irrigation and fertilization techniques. Mechanizing agricultural processes is essential to transition from manual practices to machinery, which will reduce costs and increase efficiency. Sustainable agricultural systems based on organic fertilizers and diverse crop rotations should be adopted. To enhance quality, adherence to standard specifications and improved sorting and packaging processes is vital. Encouraging cooperative structures among farmers is essential for better input prices and marketing opportunities. Producers should also be educated on safe agricultural practices, including avoiding harmful pesticides and following safety protocols. Additionally, adopting climate-smart agriculture by selecting appropriate varieties and optimizing irrigation is important.

In the support phase, the Agricultural Research Authority plays a vital role in advancing research and providing information on modern agricultural practices. Forming cooperative groups is also crucial for improving farmers' access to services and supporting marketing efforts. Agricultural associations need to be equipped with the proper tools to effectively prepare crops for export. Strategic planning for planting seasons is necessary to stabilize prices for everyone's benefit.

In the trade and export phase, it is important to provide technical support and training for exporters regarding health and marketing requirements in foreign markets and to streamline procedures for obtaining necessary export documents. Establishing a central market can facilitate marketing processes and improve logistics services. Finally, traders should be supported in developing new value-added products, such as frozen onion rings or onion powder, and enhancing logistical services to improve transportation and storage for export, thus reducing costs. Implementing these recommendations can significantly boost productivity, enhance product quality, and increase competitiveness in global markets, requiring collaboration among all stakeholders to ensure mutual benefits and the sustainability of this vital sector.

المقدمة



صورة 3 أحد حقول البصل مع استشاري الدراسة أثناء جمع البيانات.

1. المقدمة

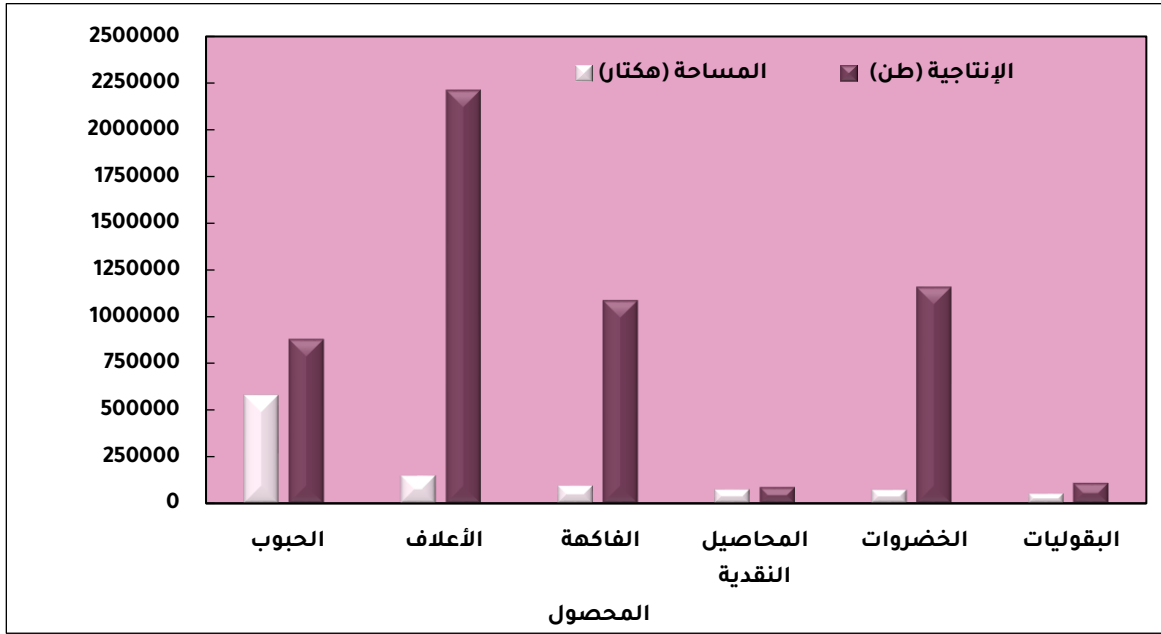
1.1 القطاع الزراعي في الجمهورية اليمنية

يلعب القطاع الزراعي دورًا هامًا في الاقتصاد الوطني للجمهورية اليمنية، حيث يعد من أهم دعائم الاقتصاد الوطني. تبلغ مساهمة القطاع الزراعي في إجمالي الناتج المحلي نحو 13.7%، كما تبلغ مساهمته في الدخل القومي حوالي 16.5% (سالم والشرجي 2012، المركز الوطني للمعلومات 2024).

يُعد القطاع الزراعي من أهم القطاعات التي تلعب دورًا رئيسيًا في التنمية الاقتصادية، وذلك لما يقدمه من إمدادات غذائية للسكان ومنتجات زراعية ومواد خام أساسية لعدد من الصناعات، مثل القطن والتبغ والخضروات والأصواف والألبان والزيت والجلود، بالإضافة إلى الألياف والأخشاب. كما يُشكل القطاع الزراعي سوقًا مهمًا للسلع غير الزراعية. ويأتي هذا القطاع في المرتبة الأولى من حيث استيعاب القوى العاملة، حيث تبلغ نسبة القوى العاملة الزراعية 54% من إجمالي القوى العاملة في البلاد. (سالم والشرجي 2012). كما يعتبر القطاع الزراعي المصدر الرئيسي للدخل لما نسبته 73% من السكان، اما بشكل مباشر او بشكل غير مباشر.

تتسم الزراعة في اليمن بالتنوع، نظراً لما تتمتع به من تفاوت في الخصائص المناخية الناجم عن تفاوت معدلات الأمطار ودرجات الحرارة والرطوبة، بالإضافة إلى اختلاف الظروف الطبوغرافية، مما أدى إلى تنوع الأقاليم الزراعية. وقد ساعد هذا التنوع بشكل كبير في تنوع أنماط وأشكال الإنتاج الزراعي في الجمهورية اليمنية. إلا أن اعتماد العديد من المناطق على الزراعة المطرية قد أثر على استدامة الإنتاج الزراعي، حيث تشير الدراسات إلى أن النسبة الأكبر من المساحة الصالحة للزراعة هي أنظمة زراعة مطرية، بينما تعتمد المساحات الأخرى على مصادر الري المختلفة مثل الخزانات والسدود والغيول والينابيع المائية. ووفقاً للجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (ريكار)، فقد قدرت نسبة المساحة المطرية بحوالي 51% من إجمالي المساحة المزروعة، في حين قدرت المساحة المروية بحوالي 49% من إجمالي المساحة المزروعة (مشروع-تعزيز-الامن-الغذائي-والمائي 2019). بشكل عام، تشير احصائيات وزارة الزراعة والري، الى ان المساحة المزروعة بالمحاصيل النباتية في الجمهورية اليمنية بلغت حوالي 1,023,712 هكتار، بإنتاجية قدرها 5,534,327 طن (الاحصاء-الزراعي 2021)

ويتمثل القطاع الزراعي في الجمهورية اليمنية في قطاعين أساسيين، هما قطاع الثروة الحيوانية، وقطاع الإنتاج النباتي (سالم و الشرجي 2012). كما يتمثل قطاع الإنتاج النباتي في الجمهورية اليمنية في الحبوب والفواكه والخضروات والاعلاف والبقوليات والمحاصيل النقدية (الاحصاء-الزراعي 2021). يوضح **الشكل 1**، الإنتاجية والمساحة المزروعة بالمحاصيل النباتية خلال العام 2021.



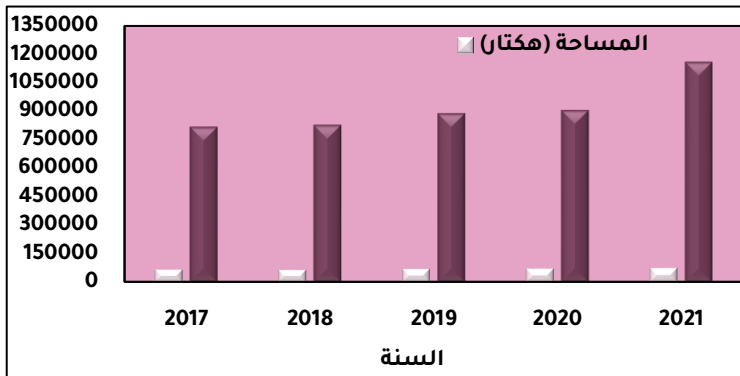
شكل 1 الإنتاجية والمساحة المزروعة بالمحاصيل النباتية في الجمهورية اليمنية 2021 (الاحصاء الزراعي 2021)

1.2. محاصيل الخضر في الجمهورية اليمنية

تُعدّ الخضروات من أكثر المحاصيل النباتية انتشارًا في الجمهورية اليمنية، حيث تُزرع على مدار العام، ومحاصيل الخضر هي نباتات عشبية، معظمها حولي، وبعضها ثنائي الحول، إلا أن زراعتها تتجدد سنويًا. وتُستخدم أجزاءها المختلفة في التغذية، مثل الأوراق، والجذور، والأزهار، والسيقان، والثمار، والبذور. ويتميز هذا النوع من المحاصيل النباتية بحاجته إلى عناية خاصة أثناء الزراعة، والإنتاج، والتداول، والتخزين. كما يمكن زراعتها على مساحات صغيرة أو مساحات كبيرة، إلا أن النمط الأخير من الإنتاج يتطلب رأس مال كبير نظرًا لمتطلباته العالية. (وزارة-التغير-المناخي-والبيئة 2018).

من أهم ما يميز محاصيل الخضر هو اعتمادها على الري الدائم من العيون والآبار والسدود. ولذلك، فقد اتسم إنتاج وزراعة محاصيل الخضر في الجمهورية اليمنية بالنمو المستمر والاستقرار، على عكس محاصيل الحبوب التي تميز إنتاجها بالتذبذب. وتُعدّ البطاطس والطماطم والبصل من أهم محاصيل الخضروات وأكثرها نموًا من حيث الإنتاج والمساحات المزروعة (المركز-الوطني-للمعلومات 2024).

ووفقًا لإحصائيات وزارة الزراعة والري الصادرة عام 2021، تُزرع محاصيل الخضروات في الجمهورية اليمنية على مساحة

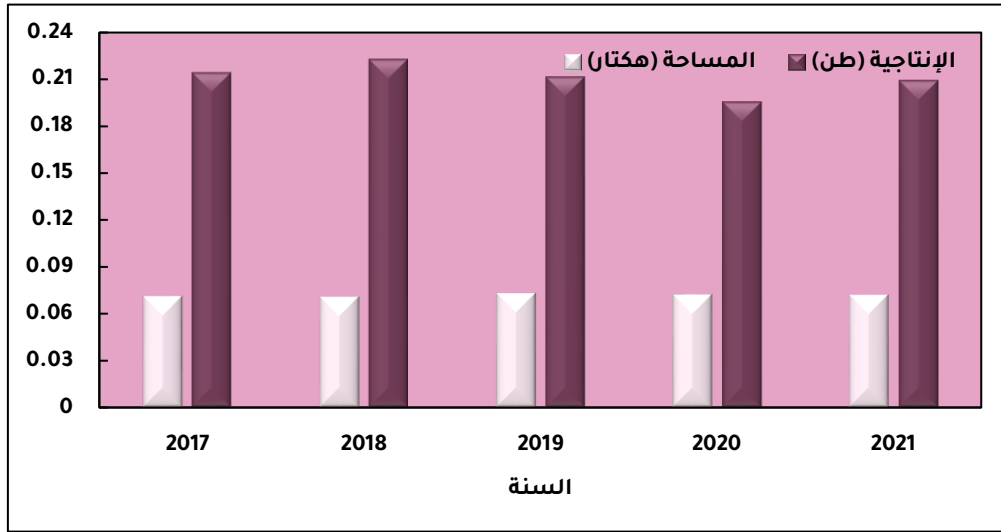


شكل 2 إجمالي إنتاج محاصيل الخضر والمساحة المزروعة في اليمن (الاحصاء-الزراعي 2021)

تُقدّر بحوالي 73,601 هكتار، ما يعادل 7% من إجمالي المساحة المزروعة بالمحاصيل النباتية، وبإجمالي إنتاج يُقدّر بـ 1,159,156 طن، أي ما نسبته 21% (شكل 3). من إجمالي إنتاج الحاصلات النباتية في الجمهورية اليمنية (الاحصاء-الزراعي 2021). يوضح الشكل 2، إجمالي إنتاج محاصيل الخضر، والمساحة المزروعة بمحاصيل الخضر في الجمهورية اليمنية خلال الفترة من 2017 إلى 2021.

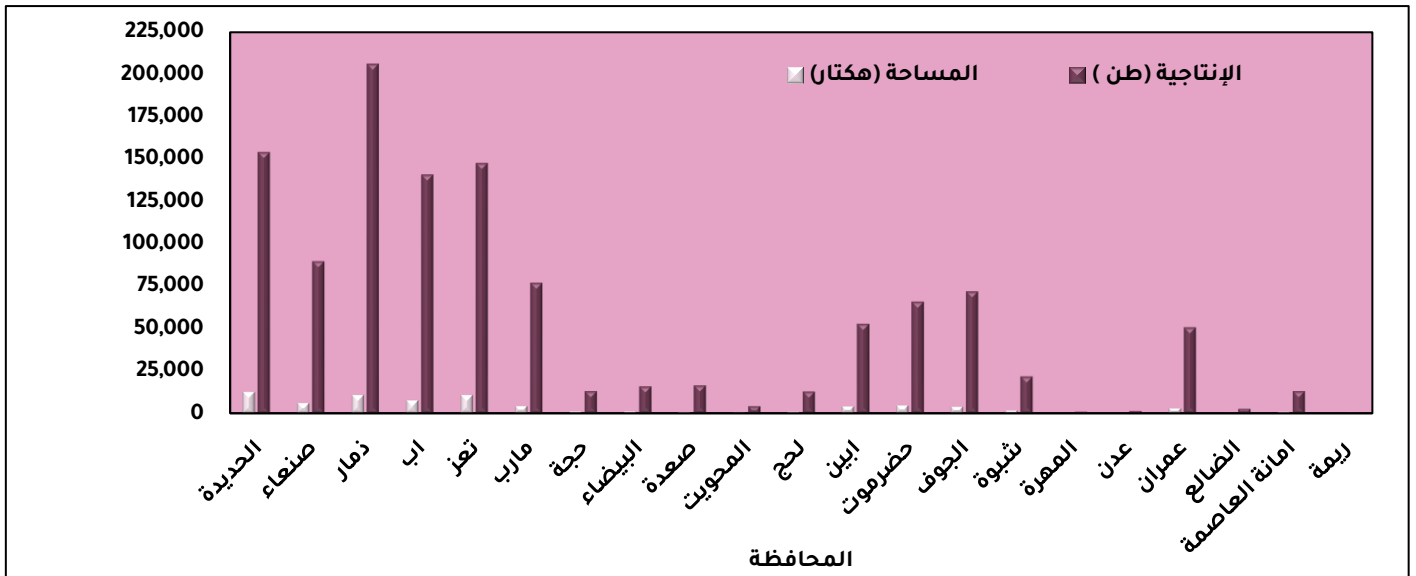
كما يوضح الشكل 3، النسبة المئوية لإنتاج

محاصيل الخضر، والنسبة المئوية للمساحة المزروعة بمحاصيل الخضر في الجمهورية اليمنية، مقارنة بإنتاجية ومساحات المحاصيل النباتية خلال الفترة من 2017 إلى 2021.



شكل 3 النسبة المئوية لإنتاج ومساحة محاصيل الخضر من إجمالي المحاصيل النباتية في اليمن (الإحصاء الزراعي 2021)

وكذلك يوضح **الشكل 4**، إجمالي إنتاج محاصيل الخضر والمساحة المزروعة بمحاصيل الخضر لكل محافظة من محافظات الجمهورية اليمنية، وفقا لإحصائيات العام 2021 (الإحصاء الزراعي، 2021). تشير الإحصائيات في **الشكل 4**، إلى أن محافظة ذمار تحتل المرتبة الأولى في إنتاج محاصيل الخضر في الجمهورية اليمنية تليها محافظة الحديدة وتعز وأب.



شكل 4 الإنتاجية والمساحة المزروعة بمحاصيل الخضر في اليمن خلال العام 2021 (الإحصاء الزراعي، 2021)

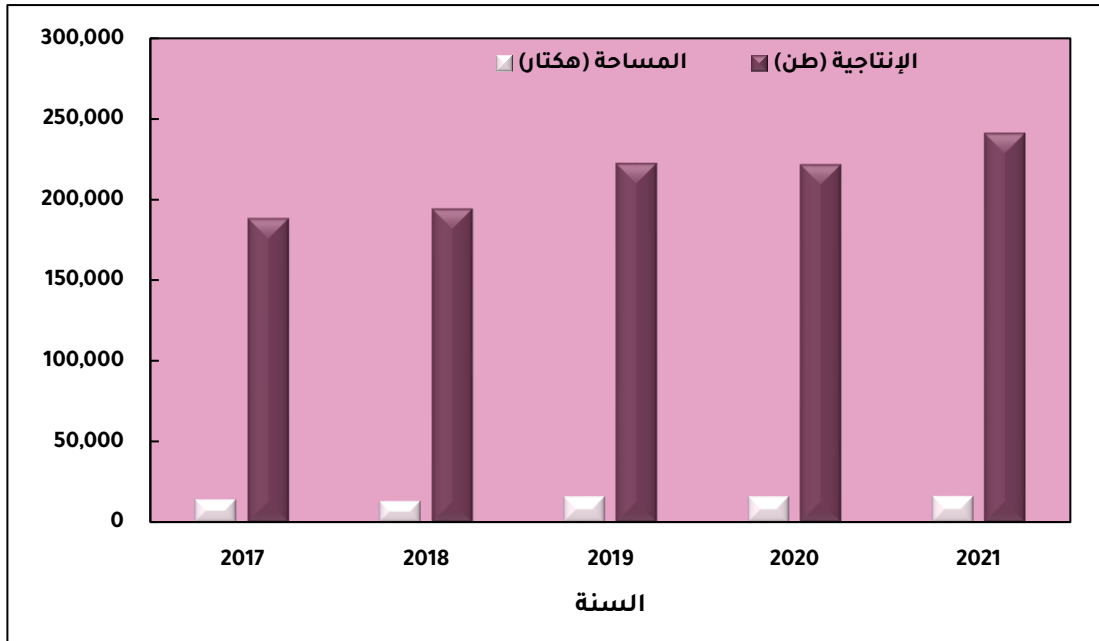
1.3. إنتاجية وتسويق البصل في الجمهورية اليمنية

تصنف اليمن كإحدى أهم البلدان العربية في إنتاج البصل. ويعد البصل من أهم المحاصيل التي تزرع على نطاق واسع في مناطق عدة في اليمن، ويتيح التباين المناخي للجمهورية اليمنية إمكانية واسعة لزيادة المساحة المزروعة من هذا المحصول سنوياً، وتتركز زراعة البصل في مناطق المرتفعات الشمالية (2700-1500م) والجنوبية (2000-1500م) والمناطق المتوسطة الارتفاع (600



صورة 4 التجفيف الشمسي لمحصول البصل

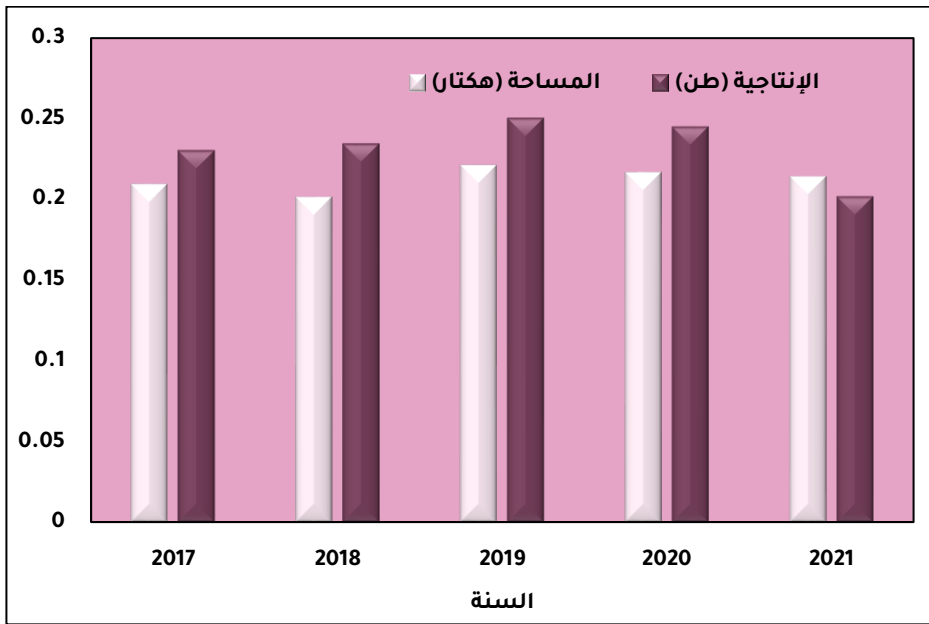
- 1000 م) (السقاف 2020 et al). ويزرع في اليمن العديد من أصناف محصول البصل، ومن أهم هذه الأصناف والتي تتسم بإنتاجيتها العالية، صنف بافطيم الأحمر محسن، وهو الصنف السائد زراعته في الجمهورية اليمنية، لمواصفاته الجيدة في التخزين والنقل ومقاومة الأمراض. ووفقاً لإحصائيات وزارة الزراعة والري للعام 2021، فقد بلغت إنتاجية اليمن من محصول البصل حوالي 241,151 طن، بمساحة إجمالية قدرها 15,747 هكتار (الإحصاء-الزراعي 2021) (شكل 5). وبذلك فإن اليمن تحتل المرتبة الـ 47 عالمياً والـ 6 عربياً في إنتاج البصل.



شكل 5 الإنتاجية والمساحة المزروعة بمحصول البصل في اليمن (الإحصاء-الزراعي 2021)

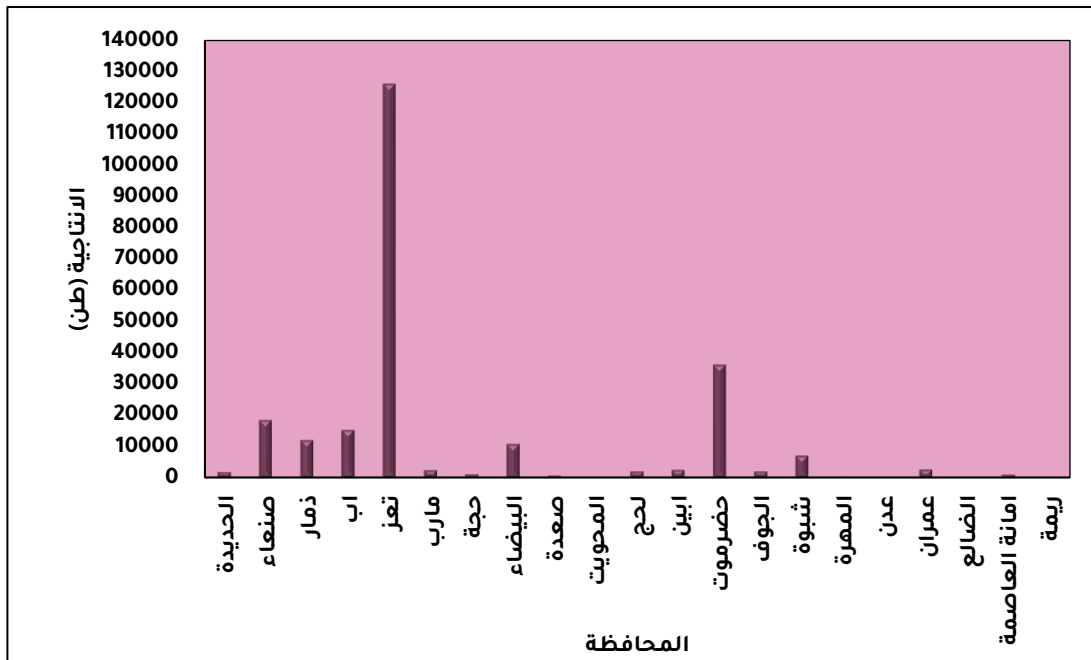
كما يوضح الشكل 6، النسبة المئوية لإنتاجية محصول البصل والمساحة المزروعة بمحصول البصل في الجمهورية

اليمنية، من إجمالي إنتاجية ومساحة الخضروات، وفقاً لإحصائيات العام 2021 (الإحصاء-الزراعي 2021)

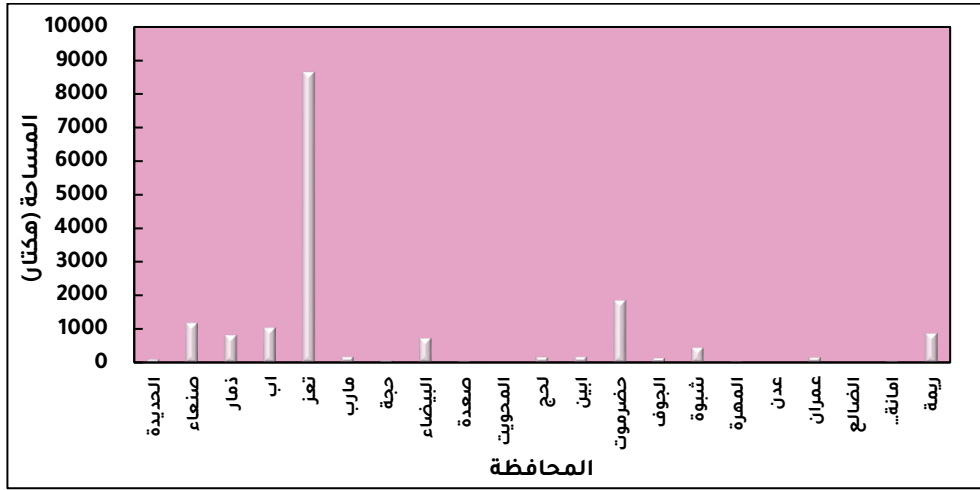


شكل 6 النسبة المئوية للمساحة المزروعة والإنتاجية لمحصول البصل من إجمالي الخضروات، في اليمن (الإحصاء الزراعي، 2021).

ونتيجة لتباين الظروف المناخية في الجمهورية اليمنية، تتباين أيضا الكميات المنتجة من محصول البصل وكذلك المساحة المزروعة بمحصول البصل لكل محافظة من محافظات الجمهورية اليمنية. فوفقا لإحصائيات وزارة الزراعة والري للعام 2021 فقد احتلت محافظة تعز المرتبة الأولى في إنتاجية محصول البصل، بإنتاجية وصلت الى 126,225 طن، ما نسبته 52%، من إجمالي إنتاجية محصول البصل في الجمهورية اليمنية، تليها محافظة حضرموت بنسبة 15%، من إجمالي إنتاجية محصول البصل في الجمهورية اليمنية (شكل 7)، كما يوضح الشكل 8، المساحة المزروعة بمحصول البصل لكل محافظة من محافظات الجمهورية اليمنية.



شكل 7 إنتاجية محصول البصل بمحافظات في اليمن خلال العام 2021 (الإحصاء الزراعي 2021)



شكل 8 المساحة المزروعة بمحصول البصل في اليمن خلال العام 2021 (الاحصاء-الزراعي 2021)

يتمتع محصول البصل بخصائص تسويقية قد لا تتوفر في العديد من المحاصيل الزراعية الأخرى، حيث لا يحتاج إلى تكاليف كبيرة لحفظه خلال فترة التخزين، مما يزيد بشكل كبير من قدرة المزارعين على تسويق إنتاجهم على مدى فترات زمنية طويلة. بالإضافة إلى ذلك، تتميز سلسلة قيمة البصل بوجود العديد من الفاعلين في العملية التسويقية، مثل الوسطاء، والوكلاء، والتجار الذين يشكلون حلقة متصلة تسهل عملية إيصال البصل إلى المستهلك. ومع ذلك، تتباين العوائد الربحية للفاعلين في سلسلة تسويق البصل، حيث يحقق التجار أعلى معدلات الربح مقارنةً ببقية الفاعلين، الذين قد يحصلون على عوائد مماثلة لما يحصل عليه المزارعون. في المقابل، يتحمل مزارعو البصل تكاليف كبيرة خلال عملية الزراعة، مما يُعدّ من أبرز التحديات التي تواجههم في الجمهورية اليمنية.

وفي هذا السياق، يواجه المنتجون تحديات تسويقية، خاصة خلال مواسم الإنتاج الرئيسية، حيث يؤدي ذلك إلى تكديس كميات كبيرة من البصل، مما يتسبب في انخفاض أسعاره في السوق. وعلى الرغم من ذلك، وبسبب الظروف المعيشية الصعبة التي يمر بها العديد من مزارعي البصل، يضطر الكثير منهم إلى بيع إنتاجهم بأسعار منخفضة، ووفقاً للشروط التي يحددها الوسطاء، والوكلاء، وكبار التجار.

1.4. صادرات اليمن من البصل

أدى التنوع في الظروف المناخية والمناطق البيئية، إلى جانب اتساع الغطاء النباتي في الجمهورية اليمنية، إلى تنوع واسع في زراعة المحاصيل النباتية في مختلف المناطق، مما ساهم في توفرها بكميات تجارية. ويُعدّ البصل من أبرز المحاصيل التي تشتهر اليمن بزراعتها.

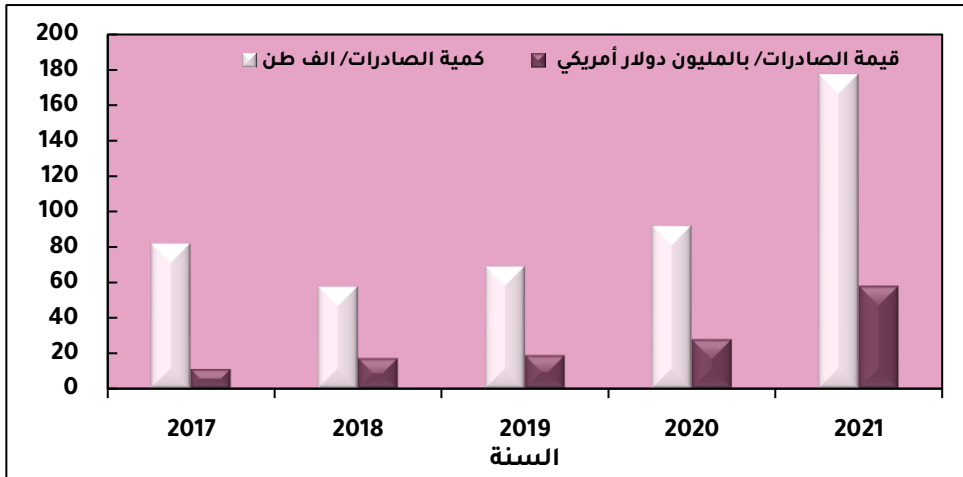
يتميز البصل المزروع في اليمن بجودته العالية وقدرته التنافسية من حيث الأسعار في الأسواق الخارجية. وتمثل أسواق دول مجلس التعاون الخليجي، ولا سيما المملكة العربية السعودية، الوجهة الرئيسية للصادرات الزراعية اليمنية من البصل. ويعكس توسع صادرات البصل اليمني مستقبلاً الحاجة الملحة للاهتمام بهذا القطاع وتنميته، وذلك من خلال تأهيل المصدرين، وتزويدهم بالمعلومات التسويقية المتعلقة بعمليات الإنتاج، وإعداد المنتج، وفرزه، وتجهيزه، ثم تصديره وفقاً للمواصفات العالمية المعتمدة، مما يعزز القدرة التنافسية للمصدرين اليمنيين في الأسواق الخارجية (المركز الوطني للمعلومات 2024).

لعبت العوامل الطبيعية، والبشرية، والسياسية دوراً رئيسياً في تطوير وتنشيط الصادرات اليمنية، كما أسهمت في تسهيل التبادل التجاري بين اليمن وبقية دول العالم. فقد ساعد الموقع الجغرافي المتميز لليمن، بمنافذه البحرية والبرية، على

تعزيز انفتاحه على الأسواق الخارجية.

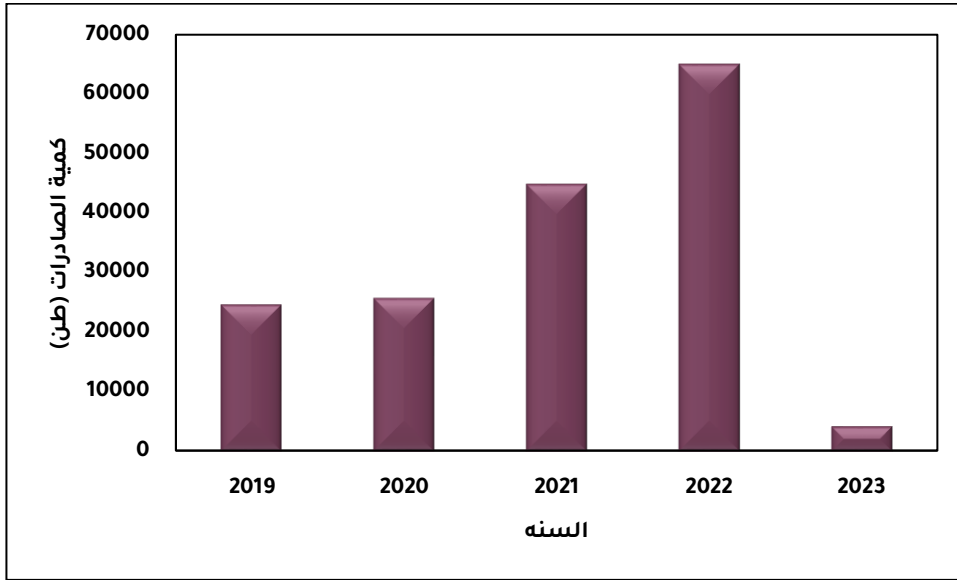
إلى جانب ذلك، ساهم تطور إنتاج وتصدير النفط الخام، الذي شكّلت عائداته أكثر من 90% من إجمالي الصادرات كمتوسط سنوي، في دعم الاقتصاد الوطني. كما بلغت نسبة صادرات الأسماك والمحاصيل الزراعية ما بين 3% و5%. وقد ساعدت أيضًا تطورات وسائل النقل المختلفة وتحسن العلاقات مع دول الجوار على تعزيز النشاط التجاري والصادرات اليمنية (المركز-الوطني- للمعلومات 2024).

تتميز اليمن بإنتاج العديد من أصناف البصل، ويعتبر صنف بافطيم الأحمر الشتوي، ذو القشرة الحرشفية الحمراء الذهبية، من أكثر الأصناف التي يتم تصديرها للعديد من الدول، والجزء الأكبر من هذا الصنف يتم تصديره للمملكة العربية السعودية. في الآونة الأخيرة اتسع نطاق تصدير البصل ليشمل دول أخرى منها سلطنة عمان والكويت، ولكن بكميات أقل من الكميات التي يتم تصديرها لأسواق المملكة العربية السعودية (غرفة-التجارة-والصناعة-بوادئ-حضرموت-والصحراء 2023). ووفقًا لإحصائيات الجهاز المركزي للعام 2020، بلغت قيمة الصادرات من البصل الأحمر الطازج أو المبرد من كل منافذ الجمهورية حوالي 12,657,111,000 ريال. يوضح الشكل 9، إجمالي كمية الصادرات والقيمة النقدية الكلية لصادرات محصول البصل خلال الفترة من 2017 - 2021 (المركز-الوطني- للمعلومات 2024).



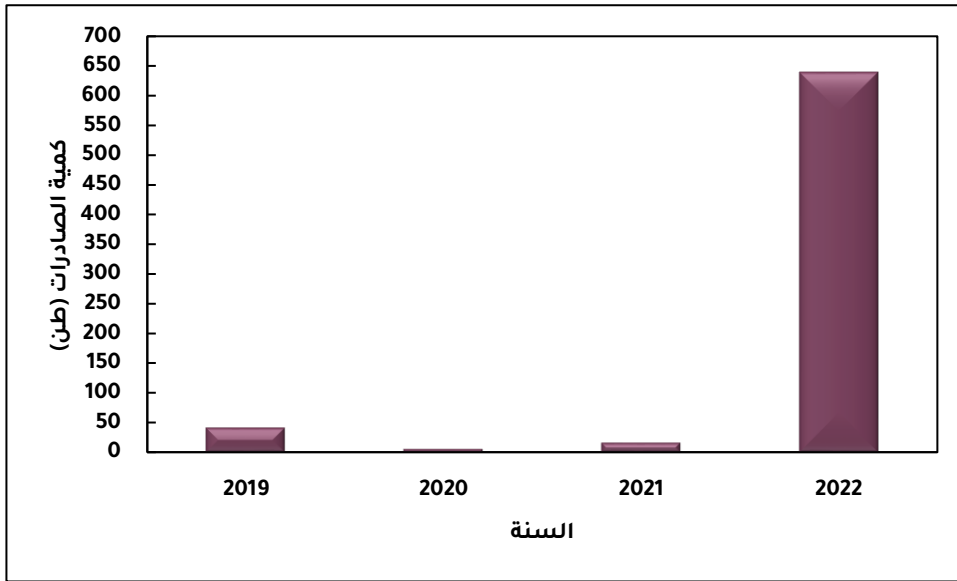
شكل 9 كمية وقيمة صادرات اليمن من محصول البصل (المركز-الوطني- للمعلومات 2024)

كما يوضح الشكل 10، كمية صادرات البصل خلال الفترة 2019 - 2023 ووفقًا لغرفة التجارة والصناعة بوادي حضرموت والصحراء (غرفة-التجارة-والصناعة-بوادئ-حضرموت-والصحراء 2023).



شكل 10 كمية صادرات البصل وفقا لغرفة التجارة والصناعة بوادي حضرموت والصحراء

ويوضح **الشكل 11**، كمية صادرات بذور البصل خلال الفترة 2019 - 2022 وفقا لغرفة التجارة والصناعة بوادي حضرموت والصحراء (غرفة-التجارة-والصناعة-بوادي-حضرموت-والصحراء 2023).



شكل 11 كمية صادرات بذور البصل وفقا لغرفة التجارة والصناعة بوادي حضرموت والصحراء

كما يوضح **الجدول 1**، وجهات صادرات البصل اليمني، وفقا لإحصائيات العام 2023 (غرفة-التجارة-والصناعة-بوادي-حضرموت-والصحراء 2023).

جدول 1 وجهات صادرات البصل خلال العام 2023 (غرفة-التجارة-والصناعة-بوادي-حضرموت-والصحراء 2023)

الدولة	السعودية	عمان	الكويت	البحرين	العراق	الامارات
كمية الصادرات (طن)	2494.21	24.5	1127.5	259.88	28	300

1.5. مفاهيم في الدراسة

أدى الاهتمام في الآونة الأخيرة بموضوع خفض التكلفة إلى استحداث الأساليب الملائمة لتحقيق هذا الهدف، وذلك تحت ضغط المنافسة سعيًا للتميز. وفي هذا السياق، برز أسلوب تحليل سلاسل القيمة كأحد الأساليب الفعالة لخفض التكلفة، لما له من مزايا تتمثل في التمييز بين الأنشطة التي تضيف قيمة وتلك التي لا تضيف قيمة. ومن خلال هذا التمييز، يصبح من الممكن تحديد أماكن الخلل لمعالجتها، وأماكن التميز لتعزيزها (عمر، 2010).

ويعد فهم سلسلة القيمة للسلع أمرًا بالغ الأهمية من أجل تخطيط وتنفيذ تدخلات البرنامج، مما يسمح للفرد بالمساهمة في التنمية الاقتصادية الشاملة للبلد. ومن المفيد أيضًا فهم العلاقة بين المنتجين والموردين والناقلين والتجار، إذ يُعتبر المزارعون هم المنتجون الرئيسيون، سواء كانوا منتجي الأرز أو الذرة أو الزنجبيل أو الهيل أو منتجات الألبان. وغالبًا ما تكون عملية الإنتاج تقليدية بطبيعتها، مع قليل من التوجه التجاري أو بدونه (UNDP, 2016).

1.5.1 مفاهيم في سلسلة القيمة

1.5.1.1 تعريف سلسلة القيمة

في عام 1985، عرّف بورتير (Porter) مفهوم سلسلة القيمة (VC) بأنها مجموعة من الأنشطة والإجراءات المرتبطة معًا والضرورية لتحويل الموارد الأولية (المدخلات) إلى منتجات أو خدمات (المخرجات). وتخضع هذه المنتجات أو الخدمات لعدة مراحل إنتاجية تهدف إلى إضافة قيمة مضافة حتى تصل في النهاية إلى المستهلك النهائي في السلسلة (Porter, 1985).

وتصف منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) سلسلة القيمة بأنها مجموعة كاملة من الأنشطة الضرورية لتجهيز منتج، حيث يمر من المرحلة الأولية للمدخلات ومن خلال مراحل مختلفة من الإنتاج حتى العرض ووجهته النهائية في السوق (The UNIDO Approach, 2009).

وقد ذهب (Stabell & Fjeldstad, 1998) إلى أبعد من ذلك، حيث اقترحوا أن تحليل سلسلة القيمة يجب أن يتطور ليشمل تحليل مكونات القيمة. وعرفوا سلسلة القيمة على أنها نهج لتحليل الميزة التنافسية على مستوى المنشأة استنادًا إلى نظرية تقنيات إنشاء القيمة الثلاثة ومنطقها، بالإضافة إلى سلسلة القيمة. كما أضافوا تكوينين آخرين للقيمة هما متجر القيمة وشبكة القيمة. وتستند جميع التكوينات الثلاثة السابقة إلى منطق خلق القيمة، حيث تركز سلسلة القيمة على تحويل المدخلات إلى منتجات، بينما يتعامل متجر القيمة مع مشاكل العملاء وحلها، وترتبط شبكة القيمة العملاء ببعضهم البعض.

وبالتالي، فإن الجهات الفاعلة في سلسلة القيمة والمسؤولة عن نقل المواد و/أو المعلومات و/أو الخدمات تشترك في الاهتمام بالمنتج النهائي، حيث إن التغييرات في السوق النهائية تؤثر على جميع اللاعبين في السلسلة. يمكن أيضًا فهم سلسلة القيمة على أنها العلاقة التي تُقيم بين مختلف اللاعبين في السلسلة بهدف إضافة القيمة ومشاركة المخاطر المرتبطة بكل مرحلة من مراحل تدفق المنتج، بدءًا من مرحلة الإنتاج حتى استهلاكه النهائي.

وبشكل عام، تشمل سلسلة القيمة موردي المدخلات، والمنتجين، والتجار، والموزعين، والمجهزين، والمستهلكين النهائيين. يعمل الشركاء داخل سلسلة القيمة معًا لتحديد الأهداف التي تخدم مصالحهم المشتركة، مع استعدادهم لمشاركة المخاطر والأرباح واستغلال الوقت والطاقة والموارد بكفاءة عالية (UNDP, 2016).

كما يلخص (الفلوجي، 2016) أن سلسلة القيمة هي مجموعة من الأنشطة المتعددة التي تعمل على تجهيز منتج أو خدمة بدءًا

من مراحله الأولى في السلسلة (المنتج)، مروراً بالمراحل الأخرى في سلسلة الإنتاج، وصولاً إلى المستهلك النهائي. وتعتبر سلسلة القيمة أداة تحليلية تُستخدم لربط كافة الخطوات والأنشطة معاً، مثل مستلزمات الإنتاج (Inputs)، والإنتاج (Production)، والمعالجة (Processing)، والتوزيع (Distribution). حيث يتم تحليل كل خطوة مع الخطوة السابقة واللاحقة لها.

وتعمل سلسلة القيمة أيضاً على تعزيز نقاط القوة، ومعالجة نقاط الضعف المحتملة، وتفاذي التهديدات، واستغلال الفرص الممكنة، وذلك من خلال اعتمادها على أداة تحليل سوات (SWOT Analysis). وبذلك، يمكن المساهمة في ضمان استمرارية واستدامة الأعمال أو المشاريع مع القدرة على التكيف مع الظروف الاقتصادية الراهنة.

مما سبق، يمكن اعتبار سلسلة القيمة منهجية عمل لتحليل نقاط القوة والضعف والتنافسية على مستوى المنشأة وعلى مستوى الإنتاج. ويجب تقسيم سلسلة القيمة إلى مكوناتها الاستراتيجية لفهم تأثير كل مكون على التكلفة والقيمة بشكل أفضل.

1.5.1.2. أهداف سلسلة القيمة

هناك عدة أهداف لدراسة سلسلة القيمة كما ورد في (Gereffi, 1999) و (عمر، 2010) و (زغلول، 2003) ويمكن تلخيصها كالتالي:

- زيادة قيمة وتعزيز الميزة التنافسية في سوق العمل للاعبين ومنشآت السلسلة.
- رفع منفعة لاعبي السلسلة عبر تجزئة وتنظيم الشراكة لكافة الأنشطة المتكاملة بين لاعبي السلسلة بطريقة متتابعة ومترابطة وظيفياً ومنطقياً وتوفير منتجات أو خدمات ذات ميزة تنافسية للمستهلك النهائي في السلسلة.
- اعداد الية عمل مشتركة بين لاعبي السلسلة والتي بدورها ستساعد في اتخاذ القرارات ووضع سياسات واستراتيجيات وتنظيم عمليات الإنتاج واستخدام تكنولوجيا المعلومات للعمل على توفير منتجات وخدمات تلبى احتياجات المستهلك.
- التمييز بين الأنشطة المضيفة للقيمة وتعزيزها وبين الأنشطة غير المضيفة للقيمة لمعالجتها في سلسلة القيمة.
- استخدام الموارد بكفاءة عالية.

1.5.1.3. أهمية تحليل سلسلة القيمة

تكمن أهمية تحليل سلسلة القيمة في معرفة أفضل التدخلات لتمكين صغار المنتجين وغيرهم من لاعبي السلسلة من إمكانية التغلب على نقص الإنتاج ونقص الغذاء وحدة الفقر، وتساهم الى مرحلة تحسين مستوى الدخل لديهم والاستمرار في أعمالهم وتطويرها، ويمكن تلخيص أهمية تحليل سلسلة القيمة كما ورد في (Ronald, 1981) و (عمر، 2010) كالتالي:

- توليد فرص وأفكار لتطوير الجهة أو اللاعب في السلسلة من خلال تنوع المنتجات وزيادة جودتها وخفض تكلفتها.
- يساعد في تخفيض تكلفة العمليات.
- يساعد في ترتيب الاداء.
- يساعد في تحديد الفرص لتطوير الأعمال.
- يساعد في تحديد مؤشرات الاداء لأنظمة المعلومات الادارية في المنظمة.
- يساعد في تحسين اتخاذ القرارات.

والجدير بالذكر انه يمكن الحد من الفقر عبر الإنتاج من خلال تنمية سلاسل القيمة، حيث يعمل على زيادة أسعار المنتجين وللاعبي السلسلة، وإنشاء منظمات للمنتجين تتسم بالقوة والشمول (التعاونيات)، والوصول بصورة فعالة إلى النساء وأشد الفئات فقرا، وخفض الأسعار على المستهلكين عن طريق تحسين كفاءة هذه السلاسل.

منهجية الدراسة



صورة 5 حقول البصل المخصصة لإنتاج البذور في مرحلة الازهار.

2. منهجية الدراسة

2.1 النهج العام للدراسة

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي في تحليل سلسلة قيمة البصل لتعزيز الوصول الى الاسواق - محافظة حضرموت، حيث مرت الدراسة بعدة مراحل مختلفة وهي كالتالي:

المرحلة الأولى التنسيق الاولي في المديرية المستهدفة مع السلطة المحلية ورؤساء الجمعيات التعاونية في القطاع الزراعي.

المرحلة الثانية جمع المعلومات والبيانات والإحصائيات السابقة في قطاع الدراسة وإعداد الدراسة المكتبية وتجهيز قوالب الدراسة واستبيانات جمع البيانات الميدانية.

المرحلة الثالثة تدريب فريق العمل الميداني وانطلاق العمل الميداني بمسح الفاعلين والمؤثرين في قطاع زراعة وإنتاج البصل.

المرحلة الرابعة التحقق من البيانات الميدانية، ومراجعة ومعالجة وتنظيف وتحليل البيانات.

المرحلة الخامسة استعراض وتحليل النتائج فنيا وماليا من خلال تطبيق العديد من المؤشرات الإحصائية كتحليل سوات، وتحليل مشاكل واحتياجات القطاع.

المرحلة السادسة كتابة التقرير ومشاركته مع المعنيين، تفاصيل مراحل تنفيذ الدراسة موضحة في **الجدول 2**.

جدول 2 مراحل تنفيذ دراسة سلسلة قيمة البصل 2024

المرحلة	النشاط	المخرجات
التنسيق الاولي في المناطق المستهدفة	<ul style="list-style-type: none"> تحديد مناطق الدراسة والحصص الاولي للفاعلين في القطاع. رصد وتسجيل الكشوفات للعينات المستهدفة. مقابلات مع الجهات المعنية بهدف بدء تنفيذ الدراسة. 	<ul style="list-style-type: none"> التنسيق مع السلطات المحلية ورؤساء ومندوبين الجمعيات. زيارات ميدانية إلى الأسواق المحلية اجتماعات مع فريق العمل ومتخصصي الدراسة كشوفات بأسماء العينة المستهدفة
جمع المصادر والدراسات السابقة	<ul style="list-style-type: none"> المراجعة المكتبية للدراسات السابقة. جمع التقارير والبيانات الإحصائية للقطاع. إعداد هيكل تقرير الدراسة واستمارة جمع البيانات. 	<ul style="list-style-type: none"> التقارير والإحصائيات المتوفرة. المراجع والدراسات السابقة. هيكل التقرير النهائي. استبيان جمع البيانات الورقي والالكتروني.
تجهيز احتياجات الدراسة وجمع البيانات الأولية	<ul style="list-style-type: none"> اختيار وتقييم فريق العمل (مختص + مجمعي بيانات + مراجع وتحقق من البيانات + منسق + محرر). تجهيز حقيبة الكترونية خاصة بفريق العمل تتضمن (منهجية إعداد الدراسات البحثية والتطبيقية + دليل المسح الإلكتروني + دليل إجراءات العمل + النماذج والاستمارات الخاصة بالمشروع والدراسة وغيرها من الأوراق والمستندات الضرورية). تدريب فريق العمل وتوزيع العينة والمهام. النزول الميداني ومقابلة المستهدفين لجمع البيانات. 	<ul style="list-style-type: none"> الحقيبة الإلكترونية. استمارة جمع البيانات ورقية و الكترونية. كشوفات جمع البيانات. بيانات المسح الميداني في قاعدة بيانات الوكالة. كشوفات الزيارات والتواصل مع المستهدفين. تقارير فريق العمل. صور التواصل مع المستهدفين.
مراجعة البيانات والتحقق منها	<ul style="list-style-type: none"> التحقق من البيانات. مراجعة البيانات معالجة البيانات 	<ul style="list-style-type: none"> بيانات المسح الميداني بعد مراجعتها والتحقق منها ومعالجتها
استعراض وتحليل النتائج	<ul style="list-style-type: none"> استعراض أهم بيانات الدراسة. تحليل البيانات احصائيا. تحليل سوات وبستل. تحليل المدخلات والمخرجات والمعالجات. تحليل مشاكل القطاع. 	<ul style="list-style-type: none"> العرض الإحصائي للبيانات. نتائج تحليل سوات وبستل وتحليل مشاكل القطاع نتائج تحليل المدخلات والمخرجات والمعالجات نتائج تحليل مشاكل القطاع اهم استنتاجات وتوصيات الدراسة.
كتابة التقرير والنشر	<ul style="list-style-type: none"> كتابة النسخة الأولية من تقرير الدراسة إعادة صياغة التقرير وتصميم الرسومات البيانية والأشكال. كتابة النسخة النهائية للدراسة. توزيع ومشاركة التقرير مع المعنيين. 	<ul style="list-style-type: none"> مسودة التقرير. تقرير نهائي باللغتين العربية.

2.2. نطاق الدراسة

2.2.1. تنفيذ الدراسة

مرت الدراسة بعدة مراحل، ابتداءً بالدراسة المكتبية والبحثية، وانتهاءً بكتابة التقرير النهائي ومشاركته مع المعنيين. تم تنفيذ الدراسة خلال فترة قدرها ستة أشهر، بدءًا من يناير وحتى يونيو من العام 2024، وفقًا للخطة الزمنية الموضحة في **جدول 3**، التي تبين المدة الزمنية المخصصة لتنفيذ كل مرحلة من مراحل الدراسة، حسب طبيعة النشاط المنفذ في كل مرحلة. ومن أبرز هذه المراحل مرحلة جمع البيانات الميدانية، التي تم تنفيذها خلال فترة تمتد لثلاثة أسابيع.

2.2.2. موقع الدراسة

استهدفت الدراسة عدد من المديرية في محافظة حضرموت، جنوب اليمن، وهي من المناطق التي تزدهر فيها زراعة وتجارة البصل.



شكل 12 خريطة الجمهورية اليمنية وموقع محافظة حضرموت منقطة الدراسة.

2.2.3. فريق العمل

تشكل فريق العمل المختص بتنفيذ الدراسة من 11 عضوًا، مقسمين وفق هيكل عمل منظم (يمكن الرجوع إلى صفحة فريق العمل في بداية الدراسة للحصول على تفاصيل أكثر). يهدف هذا الهيكل إلى ضمان ترتيب العمل وتسلسل آلية جمع البيانات، بهدف الخروج بدراسة خالية من أي أخطاء وذات محتوى دقيق ومنطقي. تكون فريق العمل في الدراسة من:

- عدد 1 مسؤول تنفيذ الدراسة + عدد 1 مراجع بيانات، وعدد 2 مساعدي (فني وإداري)،
- عدد 1 استشاري مختص في قطاع زراعة البصل
- عدد 1 مختص جمع البيانات الميدانية
- عدد 1 مختص تحليل البيانات.
- عدد 1 استشاري للتحقق ومعالجة البيانات ومراجعتها،
- عدد 3 مراجعين ومحررين ومصمم.

جدول 3 خطة عمل وتنفيذ دراسة تحليل سلاسل القيمة في اليمن - منتج البصل - حصرموت 2024

الأسبوع																								مراحل تنفيذ الدراسة	م	
24	23	22	21	20	19	18	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1			
																									التنسيق الاولي في المناطق المستهدفة	1
																									جمع المصادر والدراسات السابقة	2
																									تجهيز الاستمارة الورقية لكافة الفاعلين	3
																									تجهيز الاستمارة الالكترونية لكافة الفاعلين	4
																									تجهيز قالب التقرير وقوالب فريق العمل	5
																									تقييم واختيار فريق العمل (وفق المهام)	6
																									تدريب الفريق + التعاقد وصرف المستحقات	7
																									جمع البيانات الأولية (ميداني)	8
																									التحقق ومراجعة البيانات + معالجة البيانات	9
																									استعراض وتحليل النتائج	10
																									كتابة المسودة الأولية للتقرير + مراجعة المسودة النهائية للتقرير	11
																									مشاركة التقرير النهائي مع المعنيين	12
																									تصفية الأمور المالية وارشفة العمل	13

البنود ذات خط في الأسفل توضح أهمية النشاط في الدراسة

2.2.4. عينة الدراسة

اشتملت عينة الدراسة على ثلاث حلقات أساسية في سلسلة قيمة البصل بمحافظة حضرموت، العاملة في مجال زراعة وتجارة البصل. استهدفت الدراسة بشكل أساسي مزارعي البصل في المحافظة، وتجار البصل بجميع فئاتهم، بالإضافة إلى الجمعيات الزراعية العاملة في مجال تقديم الدعم للعاملين في القطاع الزراعي بشكل عام، وقطاع زراعة وتجارة البصل بشكل خاص. يوضح **الجدول 4** تفاصيل عينة الدراسة على مستوى كل من مرحلة زراعة وإنتاج البصل، ومرحلة تجارة البصل، ومرحلة الجمعيات العاملة في مجال دعم القطاع الزراعي بمحافظة حضرموت.

ومع انطلاق أنشطة الدراسة، بدأ فريق الدراسة بالتنسيق مع الجهات المعنية في القطاع، ممثلة بالسلطات المحلية، ومكاتب الزراعة، والجمعيات التعاونية الزراعية في المناطق المستهدفة، وذلك بهدف حصر وتسجيل العينات المستهدفة لجمع بيانات الدراسة الأولية.

بعد عملية التنسيق، انطلق فريق المسح الميداني، المكون من أخصائي القطاع والماسح الميداني، لمقابلة الفاعلين في قطاع البصل. بدأ الفريق بمزارعي البصل، ثم تجار البصل بمختلف فئاتهم، وانتهى بفاعلي سلسلة قيمة البصل في الجمعيات الزراعية العاملة في المنطقة. احتوت أسئلة المقابلة على العديد من التفاصيل المتعلقة بالتكاليف والمواد المستخدمة من قبل كل لاعب في القطاع، بالإضافة إلى المعالجات والأنشطة التي يتم تنفيذها، ومخرجات هذه الأنشطة. كما تم التطرق إلى التحديات التي تواجه كل لاعب، مع التوصيات المقترحة من قبلهم ومن قبل المختصين.

جدول 4 حجم عينة الدراسة. (بيانات أولية، 2024).

اللاعب	العدد	النسبة
منتجين	33	77%
تجار ومصدرين	6	14%
داعم "جمعيات"	4	9%
الإجمالي العام	43	100%

2.3. جمع البيانات والتحقق منها

2.3.1. الدراسات السابقة وإعداد القوالب

تم جمع المراجع والدراسات السابقة في قطاع زراعة البصل في الجمهورية اليمنية، حيث اشتملت البيانات التي تم جمعها على الكميات المنتجة والمساحات المزروعة بمحصول البصل، بهدف مقارنة تلك البيانات مع الإنتاجية الكلية والمساحة الكلية للمحاصيل النباتية في الجمهورية اليمنية خلال الفترة من 2017 إلى 2021، وكذلك مقارنة تلك البيانات مع الإنتاجية الكلية والمساحة الكلية لمحاصيل الخضروات الأخرى خلال نفس الفترة.

بعد الانتهاء من مرحلة الدراسة المكتبية، تم العمل على تجهيز استمارة جمع البيانات الميدانية، وإعداد فريق الدراسة المختص بجمع البيانات من الميدان وتحميلها إلكترونياً باستخدام برنامج Survey CTO Collect. بعد ذلك، تم تحديد المناطق المستهدفة حسب وثيقة المشروع، ليتسنى لفريق جمع البيانات الميدانية مقابلة الفاعلين الأساسيين في السلسلة من منتجين (مزارعي البصل) وتجار بمختلف فئاتهم، وكذلك مقابلة الجمعيات التعاونية وزيارة مواقعها إن وجدت.

2.3.2. ورش التدريب

تم عقد عدة اجتماعات مع مستشاري الدراسة، ومختصي جمع البيانات الميدانية، وفريق العمل كاملاً. وخلال الاجتماعات، قام مسؤولو الدراسة بتعريف الحاضرين بأهمية المشروع وأهداف الدراسة، ومناقشة الاستثمارات، ومشاركة آرائهم بهدف تطوير استمارة جمع البيانات الميدانية بما يتناسب مع قطاع زراعة وتجارة البصل، ويخدم فاعلية مراحل الإنتاج والتجارة والدعم. كما تم تشكيل فريق عمل يتمتع بالخبرات المتعلقة بالقطاع المستهدف، وتم التواصل مع مختصين واستشاريين لاختبارهم وعمل مفاضلة بهدف اختيار فريق العمل الأنسب.

خلال فترة الإعداد وتنفيذ الاجتماعات، تم إعداد قالب التقرير واستمارة جمع البيانات الورقية، وتحويلها إلى استمارة إلكترونية لتسهيل جمع البيانات. وتضمنت الاستمارة جميع الإجابات والخيارات الممكنة والمحتملة، مما ساهم في تسهيل عملية جمع البيانات وزيادة مستوى الدقة. كما تم إعداد نماذج لتتبع الزيارات الميدانية ومستوى الإنجاز للفرق الميدانية، بالإضافة إلى نموذج تقرير إنجاز المهام الميدانية. وأيضاً، تم تجهيز ثلاثة أدلة لفريق العمل، تضمنت دليل التعريف بمفاهيم دراسة الوصول إلى الأسواق، ودليل أخلاقيات العمل الميداني، ودليل آلية جمع البيانات، وذلك لتسهيل عمل الفريق.

2.3.3. جمع البيانات

انطلق فريق المسح الميداني لمقابلة الفاعلين في سلسلة قيمة البصل مع بداية شهر مارس 2024، واستمرت عملية المسح الميداني لمدة 20 يومًا ميدانيًا. وخلال هذه الفترة، تمت مقابلة الفاعلين في جميع حلقات الإنتاج والتجارة والدعم، وتم إرسال البيانات مباشرة إلى قاعدة بيانات الوكالة المجهزة مسبقًا لاستقبال البيانات عبر خوادم Survey CTO Collect. كما تم البدء فورًا في مراجعة البيانات والتحقق منها، بالإضافة إلى تعديل أي أخطاء واردة من الميدان.

وفقًا لخطة الدراسة، تم وضع منهجية واضحة لفريق العمل لعملية جمع البيانات من الميدان، حيث تم توزيع كشف العينة على الفريق لاستهداف جميع الفاعلين المحددين في الدراسة. شملت الدراسة عدة جوانب، منها الجوانب التقنية، المالية، موقع الإنتاج، بيئة العمل، بالإضافة إلى التحديات والمعوقات التي تواجه فاعلي القطاع. وعند اكتمال جمع البيانات، قام قائد الفريق بالتحقق من استكمال الاستثمارات مع فريقه لضمان استيفاء كافة البيانات المطلوبة، ليتم إرسالها إلى خادم جمع البيانات.

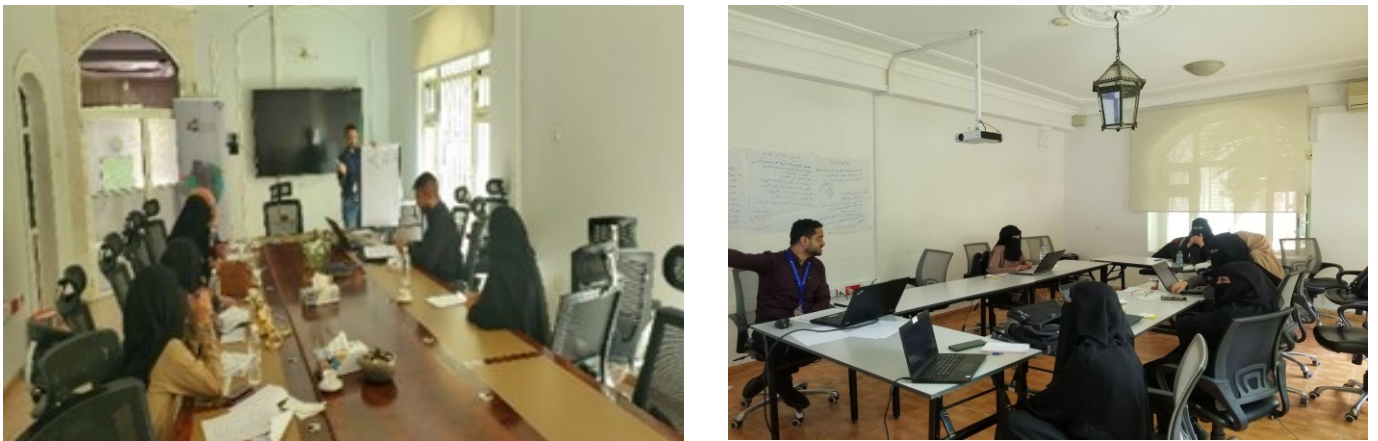
قام قائد الفريق بمراجعة تقارير فريق المسح اليومية، والتأكد من مستوى الإنجاز ومدى مواكبته لخطة جمع البيانات الميدانية. كما تابع قائد الفريق فريق العمل بشكل مستمر من خلال مجموعة التواصل الاجتماعي (واتساب)، للوقوف على آخر المستجدات التي تواجه الفريق وحل مشكلاتهم فور حدوثها. بالإضافة إلى ذلك، قام بتعميم أي ملاحظات بين أعضاء الفريق، وتلقي أي تعليمات طارئة من فريق البحث والتطوير وتعميمها بين الفريق.



صورة 6 أعمال جمع البيانات الميدانية

2.3.4. التحقق من البيانات

بعد عملية جمع البيانات، تم تعيين مختصين لمراجعتها بهدف التحقق من صحتها ودقتها. حيث تم اختيار مجموعة من المختصين وتدريبهم على كيفية استقبال البيانات ومراجعتها ومتابعتها بشكل مستمر، لتجنب تكرار البيانات وتلافي أخطاء الماسحين الميدانيين، وذلك بهدف رفع جودة البيانات إلى أعلى مستوى ممكن.



صورة 7 عمليات مراجعة وتحليل البيانات

"بعد استكمال عملية جمع البيانات، تم التحقق منها عبر المختص من خلال التواصل هاتفياً مع عينة من المستهدفين للتحقق من مصداقيتها ومطابقتها مع ما تم رفعه من الميدان. كما تم استكمال البيانات الناقصة وتصحيح البيانات غير المنطقية، وذلك بالتنسيق مع قادة الفرق الميدانية والماسحين الميدانيين."

بعد المعالجة والتحقق من البيانات، تم الاجتماع مع مختصي الدراسة لمناقشة آلية تحليل البيانات، وكيفية تنسيق العمل بين فريق الدراسة والمراجعين ومختصي الدراسة من أجل كتابة المقالات في قالب التقرير. بهدف ضمان ترابط المعلومات وتناسقها في التقرير النهائي للدراسة. تم تحليل البيانات باستخدام برنامج Google Sheet تحليلًا فنيًا واحصائيًا واستعملت بعض الأساليب الرياضية والاحصائية للمتغيرات مثل المتوسطات الحسابية والمدى وأعلى قيمة وأقل قيمة والنسب المئوية وغيرها من المقاييس الإحصائية.

شملت الدراسة في تحليلاتها عدة جوانب، منها تحليل الاحتياجات والتحديات، واستخدام نموذج التحليل الرباعي (تحليل سوات) لاستعراض أهم التحديات وكيفية معالجتها، بالإضافة إلى تحديد نقاط القوة والفرص وكيفية الاستفادة منها. كما تم اقتراح توصيات لتطوير القطاع وتحسين أدائه مستقبلاً.

2.4. معالجة وتحليل البيانات

بعد استكمال رفع البيانات إلى قاعدة بيانات الوكالة المجهزة مسبقاً لاستقبال البيانات عبر خوادم Survey CTO Collect، وبعد عملية التحقق، تمت عملية معالجة وتحليل البيانات.

2.4.1. معالجة وتنظيف البيانات

تم تدريب مختصين لمراجعة البيانات ومعالجتها، كما تم تدريب مختصي المعالجة على آلية العمل، وكيفية استقبال البيانات والتحقق منها ومراجعتها بشكل مستمر لتجنب تكرار البيانات أو وجود أي عوائق أو معلومات غير صحيحة من فريق جمع البيانات في الميدان. وتم ربط المراجعين باللوحة التفاعلية لمتابعة تدفق البيانات الواردة من الميدان وتحديد مستوى إنجاز فريق المسح الميداني، وتوجيه الفريق للتركيز على احتياجات القطاع.



صورة 8 فريق التحقق من البيانات ومراجعتها.

2.4.2. تحليل البيانات

تم تحليل البيانات الكمية والنوعية بطرق منهجية وعلمية من أجل الوصول إلى المؤشرات المالية والاقتصادية الخاصة بالدراسة. ومن أهم المؤشرات المدروسة في التقرير: تحليل مصفوفة الاحتياجات، وتحليل سوات لفاعلي مراحل الإنتاج والتسويق والدعم. يمكن تصنيف البيانات الميدانية لقطاع احتياجات الوصول إلى الأسواق لمنتج البصل إلى جزئين رئيسيين: الأول مؤشرات نوعية أو وصفية، والثاني مؤشرات كمية أو عددية، كما يلي:

البيانات الوصفية / النوعية

تشكل البيانات الوصفية الجزء الأصعب في التحليل بسبب احتياجها إلى عملية توحيد وترميز. هذه البيانات تكون غالبًا إجابات نصية مفتوحة أو محددة، تصف وضغًا معينًا للمستبين، مثل الأسئلة المتعلقة بالحالة الاجتماعية أو التحديات التي تواجه المستبين أو وسائل النقل. جميع هذه الإجابات تكون نصويًا وليست أرقامًا أو قيمًا عددية. وقد تم توحيد جميع هذه البيانات وترميزها بهدف تحليلها، وأهم هذه التحليلات تشمل: تحليل سوات، تحليل باستيل، وتحليل الاحتياجات.

البيانات الكمية

تم الاستناد إلى العديد من المؤشرات لقياس وتحديد الاحتياجات في قطاع البصل، وهي القيم العددية أو الرقمية التي تم الحصول عليها من عملية المسح، مثل التكاليف، وعدد المنتجات، والأسعار، وغيرها من البيانات الرقمية. يتم التعامل مع هذه البيانات باستخدام بعض الأساليب الرياضية والإحصائية للمتغيرات، حسب احتياج التحليل، مثل المجموع، والمتوسطات الحسابية، والمدى، وأعلى قيمة، وأصغر قيمة، والنسب المئوية.

2.5. كتابة التقرير والنشر

2.5.1. كتابة التقرير

قام فريق الدراسة بإعداد مخطط تفصيلي لما سيتضمنه التقرير في بداية التخطيط للدراسة. وعلى ضوء ذلك، تم تطوير هيكل للتقرير يتضمن عناوين الفصول والعناوين الفرعية لكل فصل، بالإضافة إلى الجداول والرسوم البيانية والملحقات. وقد ساعد هذا المخطط الفريق في إعداد المسودة الأولية للتقرير لعرض أبرز المخرجات والنتائج الأولية، وكذلك لإبداء الملاحظات التي تساهم في تطوير التقرير. ثم قام الفريق بمراجعة المسودة الأولية، وإعادة صياغتها وكتابتها، وتصميم الرسومات البيانية والأشكال والجداول بمهنية عالية، مما أسفر عن النسخة النهائية التي تم مشاركتها مع الجهات المعنية والجهة الداعمة والممولة لتنفيذ الدراسة.

2.5.2. نشر التقرير

بعد إعداد التقرير النهائي وطباعته وإصداره باللغة العربية، تم مشاركته مع الجهات المعنية وأصحاب المصلحة، بالإضافة إلى فاعلي مراحل زراعة وتجارة البصل، والجهات المانحة المرتبطة بقطاع البصل، والجهات الرسمية وغيرها. إن استعراض النتائج وعرض المخرجات والتوصيات سيساهم في تطوير القطاع بشكل مستقل، ويتضمن التقرير عرضًا مفصلاً للفجوات التي يمكن معالجتها والكفاءات التي يمكن تعزيزها لدى أصحاب المصلحة في قطاع البصل. كما يشمل التقرير مقترحات قد تساهم في تحسين ورفع كفاءة فاعلي مراحل الإنتاج والتسويق، مما يساعد في زيادة الإنتاج المحلي والصادرات وتقليل النفقات التشغيلية. وهذا سيسهم بشكل كبير في دعم اقتصاد البلاد وتوفير فرص عمل جديدة في قطاع زراعة وتجارة البصل.

يساهم التقرير أيضًا في مساعدة الجهات المعنية والداعمة على اتخاذ القرارات وتصميم مشاريع مناسبة بناءً على احتياجات أصحاب المصلحة في القطاع، ودعمهم في تعزيز وتنمية كفاءة فاعلي القطاع. كما يمكن تحميل التقرير عبر موقع الوكالة والترويج له عبر منصات التواصل الاجتماعي، مما يتيح الفرصة لجميع الجهات والأفراد المهتمين للاطلاع عليه.

2.6. عرض النتائج

تم عرض ومناقشة نتائج الدراسة على مستوى مزارعي البصل في محافظة حصرموت، تجار البصل في المحافظة بمختلف فئاتهم، والجمعيات الزراعية. اشتملت النتائج التي تم عرضها في الدراسة على لمحة عن منطقة الدراسة، وأبرز الإحصائيات والأرقام المتعلقة بالمنتج موضع الدراسة، بالإضافة إلى التعريف بالفاعلين الذين استهدفتم الدراسة. كما تم تحليل سوات وفقاً لوظائف الفاعلين المستهدفين، واحتياجاتهم بهدف تحسين وصول منتج البصل إلى الأسواق. كما شملت الدراسة أهم التوصيات التي يجب تقديمها على مستوى كل فاعل من الفاعلين الذين تم استهدافهم.

نتائج الدراسة



صورة 9 مخازن تجهيز وتحميل محصول البصل الى الاسواق.

3. نتائج الدراسة

3.1. الفاعلين في قطاع البصل

استهدفت الدراسة ثلاث حلقات أساسية من سلسلة قيمة البصل، حيث يؤثر فاعلو هذه الحلقات بشكل مباشر على وصول منتج البصل إلى الأسواق. كما أن العمليات والأدوار التي يلعبها كل فاعل من هؤلاء تؤثر بشكل كبير على جودة المنتج وسعره في السوق. بشكل عام، يمكن القول إن الدراسة استهدفت مزارعي البصل، وفاعلي مرحلة التجارة والتصدير، بالإضافة إلى الجمعيات الزراعية العاملة في مجال إنتاج وتجارة وتسويق البصل.

3.1.1. مرحلة الإنتاج

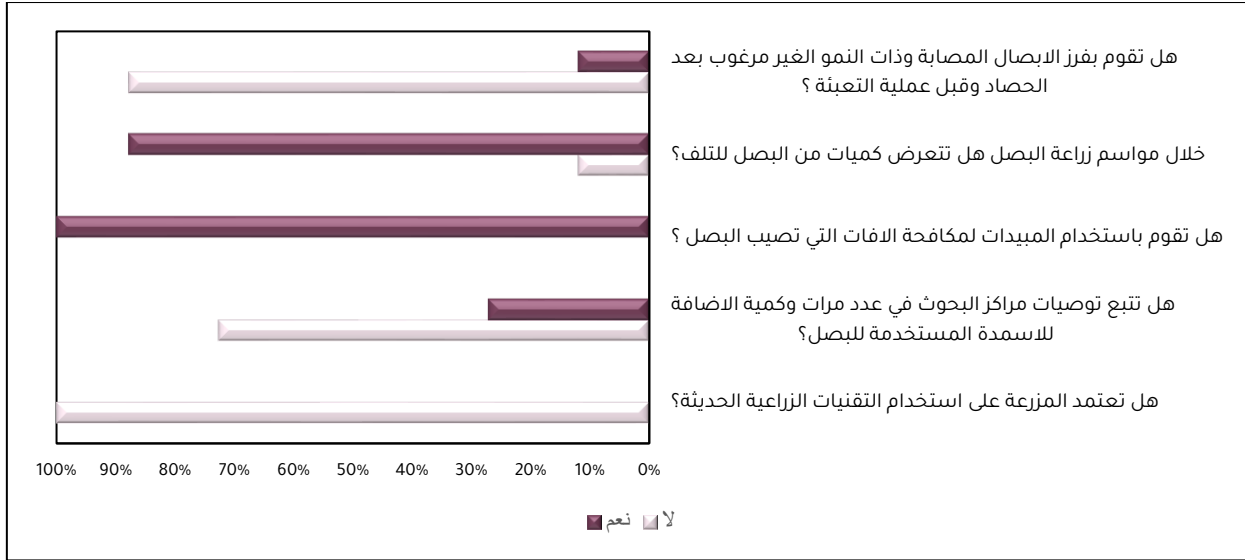
يعد مزارعي البصل أبرز فاعلي مرحلة الإنتاج، وبحسب حجم الحيازات الزراعية لكل مزارع من مزارعي البصل، فإن فاعلي مرحلة الإنتاج ينقسمون إلى ثلاث فئات رئيسية، وهي:

- فئة صغار مزارعي البصل: والذين يمتلكون حيازات زراعية أقل من 20 ألف متر مربع.
- فئة مزارعي البصل المتوسطة: والذين يمتلكون حيازات زراعية بين 20 إلى 40 ألف متر مربع.
- فئة كبار مزارعي البصل: والذين يمتلكون حيازات زراعية أكبر من 40 ألف متر مربع.

من خلال نتائج الدراسة، فإن النشاط الرئيسي في فاعلي مرحلة الإنتاج هو زراعة البصل، والقيام بجميع عمليات خدمة محصول البصل، وعلى وجه الخصوص عمليات التسميد ومكافحة الآفات، بالإضافة إلى حصاد البصل وبيعه سواء لوكلاء تجارة البصل أو الجمعيات الزراعية. علاوة على ذلك، يقوم بعض مزارعي البصل بتسويق المحصول إلى الأسواق المحلية. أظهرت نتائج الدراسة أيضًا أن النسبة الأكبر من فاعلي مرحلة الإنتاج هم من الذكور، ويرجع ذلك بدرجة أساسية إلى طبيعة الأعمال التي تتطلبها مرحلة الإنتاج، مع مشاركة بعض أفراد أسر مزارعي البصل في بعض العمليات الزراعية.

تشير نتائج الدراسة أيضًا إلى أن البصل الأحمر هو الصنف الأكثر زراعة من قبل مزارعي البصل في محافظة حضرموت، وعلى وجه الخصوص صنف بافطيم أحمر، بنسبة 58% من فاعلي مرحلة الإنتاج الذين شملتهم الدراسة. في حين أن 36% من فاعلي مرحلة الإنتاج أشاروا إلى استخدام بذور صنف بافطيم أحمر وأيضًا بذور مفلح. أما النسبة المتبقية من فاعلي مرحلة الإنتاج الذين شملتهم الدراسة، فقد أشاروا إلى استخدام بذور مفلح. من ناحية أخرى، يقوم جميع من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة الإنتاج بإنتاج البذور المستخدمة في زراعة البصل بأنفسهم. وبالإضافة إلى ذلك، تعد طريقة زراعة البصل في الأحواض هي النمط السائد لزراعة البصل في محافظة حضرموت.

يوضح الشكل 8 تقييم فاعلي مرحلة الإنتاج من حيث استخدام التقنيات الزراعية الحديثة، واتباع الإرشادات والتوصيات المتعلقة باستخدام الأسمدة والمبيدات، بالإضافة إلى كميات محصول البصل التي تتعرض للتلف خلال عملية الزراعة، وتقييم فاعلي مرحلة الإنتاج من حيث القيام بعمليات الفرز والتدريج.

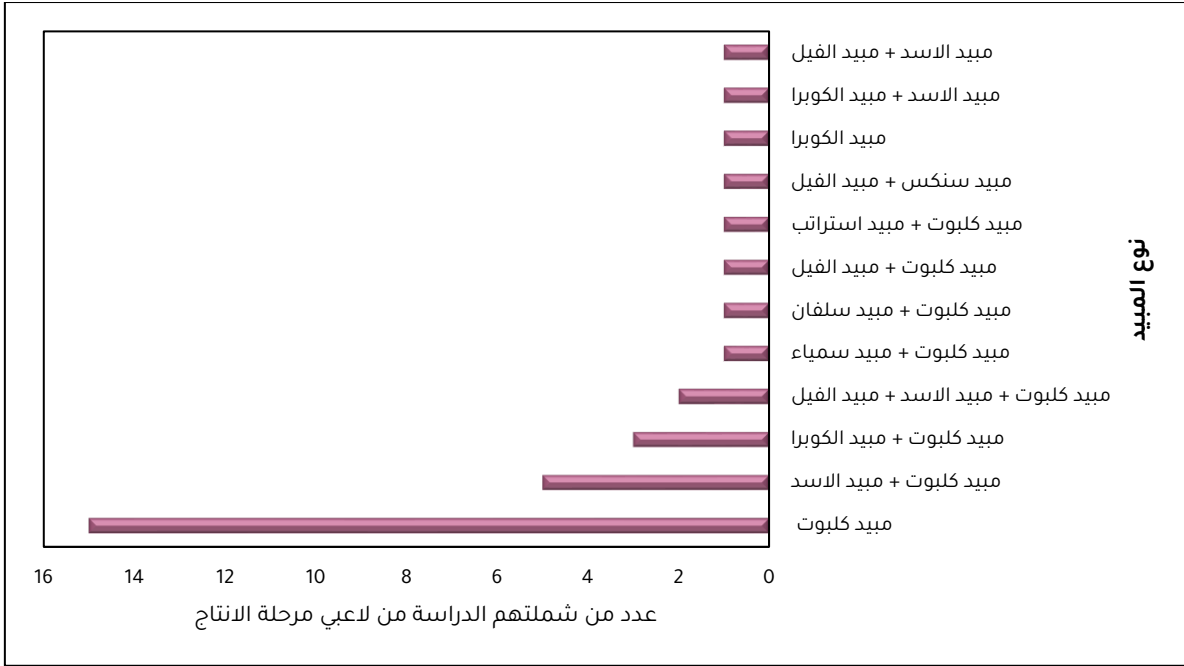


شكل 13 تقييم استخدام مزارعي البصل للتقنيات الزراعية الحديثة، والممارسات الزراعية.

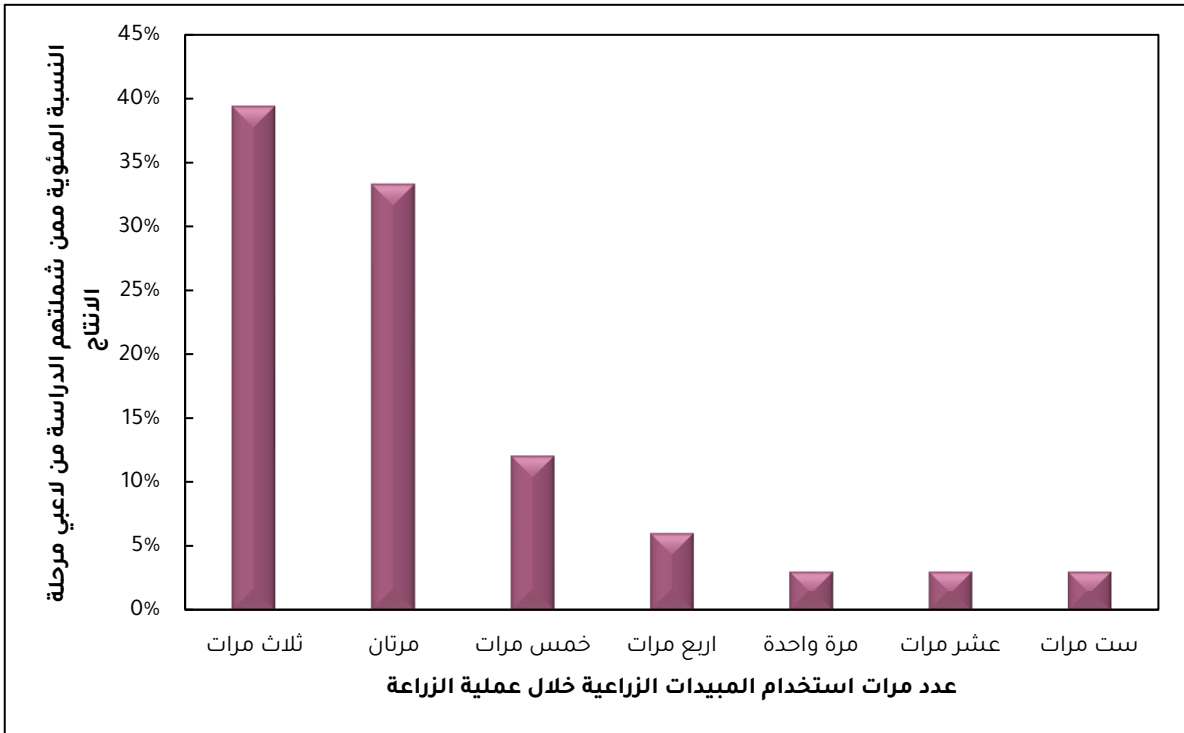
من خلال الشكل 13، يتضح أن جميع مزارعي البصل في محافظة حضرموت لا يعتمدون على استخدام التقنيات الزراعية الحديثة. وقد أشار 27% فقط من فاعلي مرحلة الإنتاج إلى اتباعهم لتوصيات مراكز البحوث المتعلقة بكميات ومواعيد إضافة الأسمدة لمحصول البصل. كما يعتمد جميع مزارعي البصل في محافظة حضرموت على المبيدات الزراعية في مكافحة الآفات التي تصيب محصول البصل، وعلى وجه الخصوص مبيد "كلبوت" (الشكل 14).

تختلف عدد مرات استخدام المبيدات الزراعية خلال مرحلة نمو المحصول باختلاف درجة الإصابة التي يتعرض لها. بشكل عام، أشار 33% إلى 39% من فاعلي مرحلة الإنتاج إلى استخدام المبيدات مرتين إلى ثلاث مرات خلال مرحلة نمو المحصول (الشكل 15).

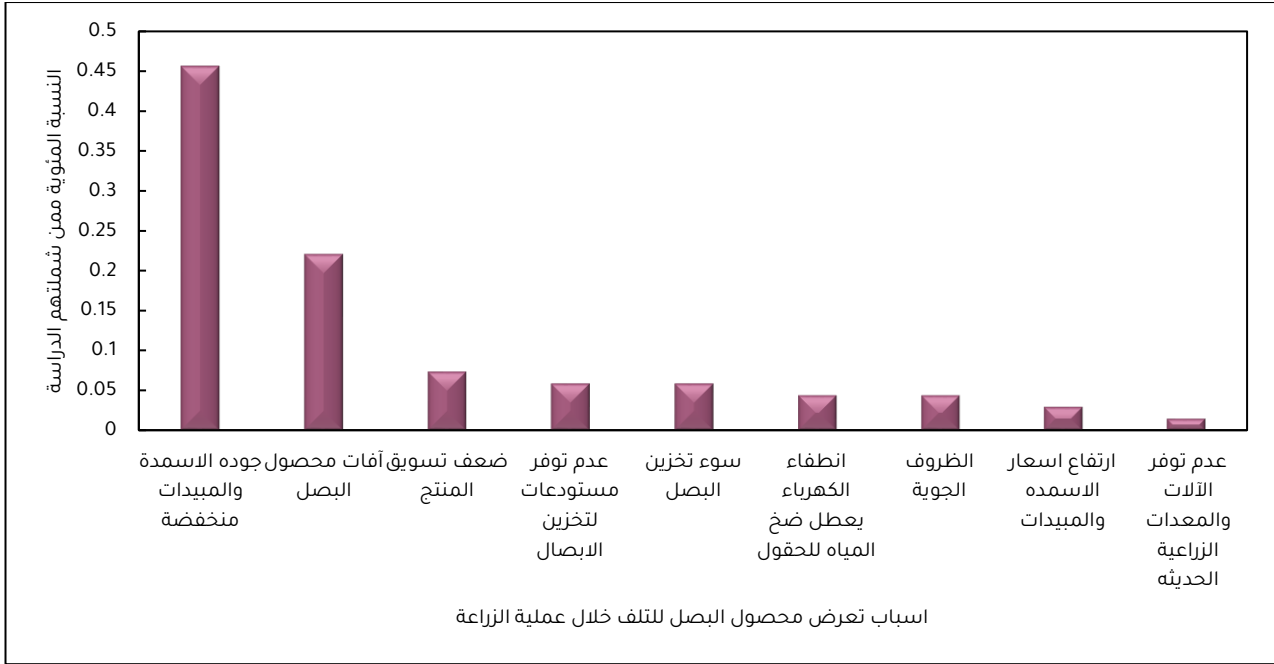
كما أشار 88% من فاعلي مرحلة الإنتاج إلى تعرض كميات من البصل للتلف أثناء عملية الزراعة، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب. حيث أشار 46% من فاعلي مرحلة الإنتاج إلى أن السبب يعود إلى تدني جودة البذور والأسمدة المستخدمة في عملية الزراعة، بينما أشار 22% من المشاركين في الدراسة إلى تأثير الآفات الزراعية. ومن خلال الشكل 13، يتضح أن 88% من فاعلي مرحلة الإنتاج لا يقومون بعملية فرز البصل أثناء الحصاد.



شكل 14 أنواع المبيدات الزراعية المستخدمة في مكافحة الآفات التي تصيب محصول البصل في محافظة حضرموت.



شكل 15 عدد مرات استخدام المبيدات الزراعية خلال عملية نمو محصول البصل في محافظة حضرموت.



شكل 16 أسباب تعرض محصول البصل للتلف خلال عملية الزراعة حسب إفادات من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة الانتاج

3.1.2. مرحلة التجارة والتصدير

تشتمل مرحلة التجارة والتصدير على ثلاث مكونات رئيسية، وهي: مكون التجميع، مكون البيع، ومكون التصدير. وتتضمن هذه المكونات العديد من الفاعلين. بشكل عام، تضم مرحلة التجارة والتصدير عدداً من الفاعلين الرئيسيين، ومن أبرزهم:

- **تجار التجزئة المجمعين:** وهم التجار الذين يقومون بتجميع محصول البصل من المزارعين والجمعيات الزراعية العاملة في مجال زراعة البصل، وبيعه بالتجزئة.
 - **تجار الجملة المجمعين:** وهم التجار الذين يقومون بتجميع محصول البصل من المزارعين والجمعيات الزراعية العاملة في مجال زراعة البصل، وبيعه بالجملة لتجار الجملة والمصدرين.
 - **تجار التصدير:** عادة ما يقوم بعض تجار الجملة المجمعين بتجميع محصول البصل من تجار التجزئة وتجار الجملة، وأحياناً من المزارعين والجمعيات الزراعية العاملة في مجال زراعة البصل، والقيام بإجراء عمليات الفرز والتدريج والتغليف في معاملهم ومصانعهم الخاصة ومن ثم تصدير البصل الى الأسواق المحلية والخارجية.
- من ناحية أخرى، أشارت نتائج المسح الميداني إلى أن 83% من منشآت مرحلة التجارة هي منشآت تجارية تقوم ببيع وتداول البصل سواء في الأسواق المحلية أو الخارجية، بينما 17% منها هي منشآت إنتاجية وصناعية.
- بشكل عام، تتمثل أبرز أنشطة فاعلي مرحلة التجارة والتصدير في عمليات تجميع وشراء محصول وبذور البصل من المزارعين والجمعيات الزراعية وبيعها في الأسواق المحلية والخارجية، بالإضافة إلى إنتاج بذور البصل وبيعها في الأسواق المحلية والخارجية.

3.1.3. مرحلة الدعم

تعتبر الجمعيات التعاونية من أهم المؤسسات التي تسهم في تنمية القطاعات الاقتصادية المرتبطة بالبصل، كما أنها تلعب دوراً هاماً في تحقيق التنمية الزراعية والاقتصادية. حيث تساهم بشكل كبير في تمثيل مزارعي البصل وتنظيم عمل القطاع. كما يلعب فاعلو مرحلة الدعم دوراً محورياً في عملية تسويق البصل، إذ تشكل الجمعيات الزراعية حلقة الوصل

الرئيسية بين مزارعي البصل وتجارها.

بشكل عام، يمكن القول إن من أبرز أنشطة فاعلي مرحلة الدعم في قطاع البصل هي العمل على حل مشاكل المزارعين، والمساعدة في تسويق محصولهم سواء لتجار الجملة أو التجزئة. هذا بالإضافة إلى ربط فاعلي مرحلة الإنتاج بفاعلي مرحلة الإمداد والمدخلات، مما يساعد فاعلي مرحلة الإنتاج في الحصول على كافة مدخلات الإنتاج. كما يعملون على تدريب كوادر الجمعيات الزراعية وكذلك تدريب مزارعي البصل في الجوانب المرتبطة بالعملية الإنتاجية والتسويقية.

أشارت نتائج الدراسة إلى انتساب العديد من مزارعي البصل للجمعيات الزراعية العاملة في مجال إنتاج وتسويق البصل، مما يؤكد الدور المحوري لهذه الجمعيات في عملية الوصول إلى الأسواق. كما أظهرت النتائج وجود عدد ضئيل جدًا من الكوادر النسائية المنتسبة للجمعيات الزراعية. كما أوضحت الدراسة أن الجمعيات العاملة في مجال إنتاج وتسويق البصل في المناطق المستهدفة هي جمعيات صغيرة، حيث يتراوح عدد الكادر الإداري لها بين 1 إلى 4 أعضاء.

3.2. تسويق البصل

تعتبر عملية تسويق البصل من أهم العمليات في سلسلة قيمته، وهي تشكل الحلقة الأساسية بين مرحلة الإنتاج والاستهلاك. تشمل عملية تسويق البصل في المناطق التي استهدفتها الدراسة ثلاثة فاعلين رئيسيين: فاعلو مرحلة الإنتاج، فاعلو مرحلة التجارة بفئاتهم المختلفة، وأخيرًا فاعلو مرحلة الدعم.

تشير نتائج الدراسة إلى أن 50% من فاعلي مرحلة التجارة الذين تم شملهم في الدراسة يقومون بتسويق منتج البصل إلى الأسواق الخارجية. في حين أن 33% من فاعلي مرحلة التجارة يسوقون محصول البصل إلى السوق المحلية والخارجية في الوقت ذاته. كما أظهرت النتائج أن 17% فقط من فاعلي مرحلة التجارة يقومون بتسويق محصول البصل إلى السوق المحلية.

بشكل عام، يمكن القول إن النسبة الأكبر من محصول البصل يتم تسويقها في الأسواق الخارجية. وعلى الرغم من ذلك، يواجه الفاعلون في هذه المرحلة العديد من التحديات في عملية تسويق محصول البصل، وأبرز هذه التحديات، وفقًا لإفادات فاعلي مرحلة الإنتاج والتجارة والدعم، هي ضعف القدرة الشرائية، وارتفاع تكاليف الإنتاج، وصعوبات في سلاسل الإمداد، وتعقيدات في عملية التصدير، بالإضافة إلى صعوبات في عمليات النقل والتخزين.

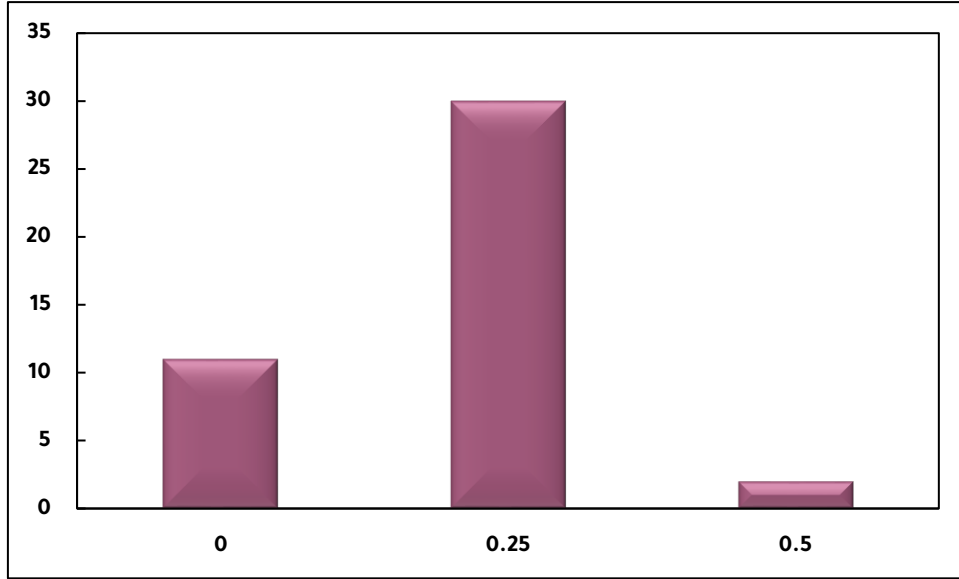
جدول 5 أبرز تحديات تسويق البصل لفاعلي الوصول إلى الأسواق بمحافظة حضرموت

اللاعب	أبرز مشاكل تسويق منتج البصل	عدد المستهدفين في الدراسة
منتجين	ضعف في التسويق صعوبات في سلاسل الإمداد	32
الإجمالي منتجين	صعوبات النقل والتخزين	1
تجار ومصدرين	ضعف في التسويق	33
الإجمالي تجار ومصدرين	ضعف كفاءة التشغيل العمال والاعضاء	5
داعم	ضعف في التسويق	1
الإجمالي داعم	عدم استقرار الإيرادات بسبب ضعف القدرة الشرائية	6
		3
		1
		4

من ناحية أخرى، أشارت نتائج الدراسة، وفقًا لإفادات فاعلي مرحلة الإنتاج والتجارة والدعم، إلى أن طبيعة التعامل النقدي في تسويق البصل تركز بشكل أساسي على نمطي الدفع: الأول، الدفع المباشر بنسبة 51.2%، والثاني، الدفع الآجل بنسبة 48.8%.

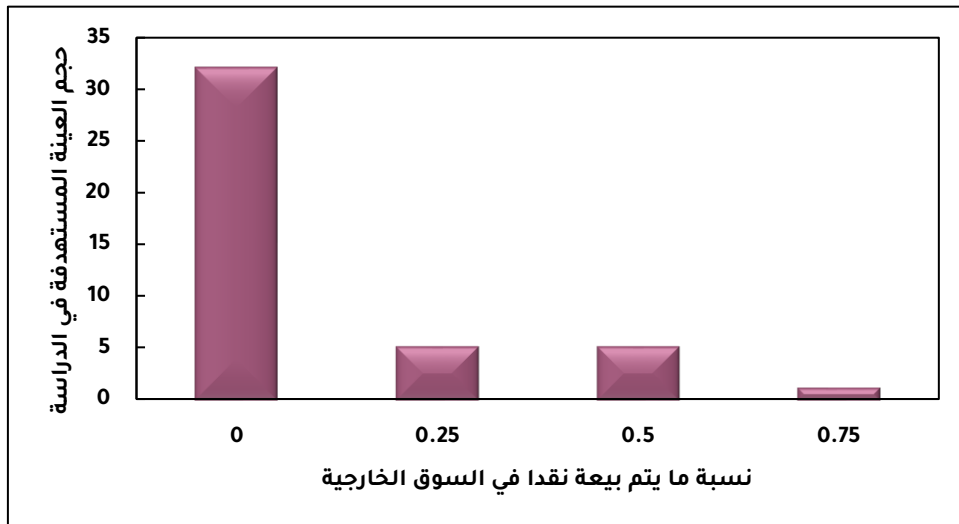
كما يوضح كل من **الشكل 17** و**الشكل 18** كميات البصل المباعة نقدًا في السوق المحلية والخارجية من إجمالي كمية

البصل المباعة. حيث أشار 70% من فاعلي مرحلة الإنتاج والتجارة والدعم الذين شملتهم الدراسة إلى أن حوالي 25% فقط من كمية البصل يتم بيعها نقدًا في السوق المحلية. في حين أشار النسبة المتبقية إلى نسب مختلفة في الكميات المباعة نقدًا والكميات المباعة بالأجل (الشكل 18).



شكل 17 نسبة ما يتم بيعة نقدًا في السوق المحلية حسب إفادات من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة التجارة والدعم

من ناحية أخرى، أشار 74% من فاعلي مرحلة الإنتاج والتجارة والدعم الذين شملتهم الدراسة إلى أنه لا يتم بيع البصل نقدًا في السوق الخارجية، وإنما تتم عملية البيع بالأجل (الشكل 18). في حين أشار النسبة المتبقية من فاعلي مرحلة الإنتاج والتجارة والدعم إلى نسب مختلفة للبيوع نقدًا عند تسويق البصل في السوق الخارجية، وجميعها لا تصل إلى نسبة البيوع الكامل نقدًا.



شكل 18 نسبة ما يتم بيعة نقدًا في السوق الخارجية حسب إفادات من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة الإنتاج والتجارة والدعم

3.2.1. تقييم وطبيعة نشاط منشآت تجارة البصل

تتحدد جودة محصول البصل الذي يتم تسويقه في الأسواق المحلية والخارجية من خلال العمليات التي يُجرىها فاعلو مرحلة التجارة. وتتم هذه العملية عبر توفر مجموعة من المتطلبات والتجهيزات والمعدات اللازمة لتجهيز المنتج بشكل نهائي للاستهلاك سواء في السوق المحلية أو السوق الخارجية.

يوضح **الجدول 6** تقييم منشآت تجارة البصل من حيث احتوائها على وحدات اختبار وشهادات اعتماد واختبارات الجودة والعلامات التجارية للمنتج والمواصفات التصنيعية. من خلال الجدول يتضح أن النسبة الأكبر من فاعلي مرحلة التجارة لا يمتلكون وحدة اختبار لمنتج البصل، ولا يمتلكون شهادات اعتماد. كما أن بعض فاعلي مرحلة التجارة فقط يقومون بإجراء اختبارات لمنتج البصل الذي يتم تصديره للخارج، ويمتلكون علامة تجارية للمنتج، ويضيفون المواصفات الغذائية على عبوات المنتج المصدّر.

من ناحية أخرى، فإن غالبية فاعلي مرحلة التجارة يمتلكون سجلاً تجارياً للتصدير، مما يساعد بشكل كبير في عملية تصدير البصل. كما أشار من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة التجارة إلى الحاجة للحصول على تجهيزات لاختبار منتج البصل في وحداتهم الإنتاجية، وكذلك الرغبة في الحصول على سجل تجاري، مما يساهم في الوصول إلى الأسواق الخارجية.

جدول 6 تقييم المنشآت التجارية للبصل

معايير تقييم منشآت تجارة البصل	لا	لم يجيب	نعم	الاجمالي
هل تحتوي المنشأة على وحدة اختبار المنتج؟	100%			100%
هل يمتلك المختبر الخاص بالمنشأة شهادة اعتماد؟		100%		100%
هل ترغب في الحصول على اعتماد للمختبر في منشأتك؟		100%		100%
هل تقوم بإجراء اختبار تقييم الجودة للمنتجات التي تصدرها؟	50%		50%	100%
هل يوجد برند او اسم تجاري مسجل على المنتج؟	64%		36%	100%
هل يوجد مواصفات غذائية للمنتج على العبوة؟	66%		34%	100%
هل تمتلك سجل تجاري للتصدير؟	34%		66%	100%
هل ترغب في الحصول على سجل تجاري للتصدير؟	17%	33%	50%	100%
هل يوجد تاريخ للتعبئة والانتها على العبوة؟	50%		50%	100%

بشكل عام، تعمل العديد من منشآت تجارة البصل في المناطق التي استهدفتها الدراسة (**جدول 7**)، وبشكل رئيسي في شراء وتسويق وتصدير البصل. كما تقوم العديد من منشآت تجارة البصل بإجراء عمليات معالجة متعددة، وخاصة الفرز والتدريج والتعبئة، وذلك وفقاً لرغبات المستهلكين.

جدول 7 طبيعة النشاط التجاري والخدمات التي تقدمها منشآت تجارة وتسويق البصل في مناطق الدراسة

طبيعة النشاط التجاري الذي تقوم به المنشأة	النسبة المئوية ممن شملتهم الدراسة
تصدير البصل للخارج	40%
توزيع بذور البصل داخلياً والتصدير خارجياً	20%
تجميع البصل والتوزيع داخل الوطن والتصدير للخارج	20%
إنتاج بذور بصل وتصديرها للخارج	20%

من ناحية أخرى تقوم العديد من منشآت تجارة البصل بعدد من الاختبارات، ومن أبرز هذه الاختبارات اختيار الإنبات لبذور

البصل وكذلك اختبار حجم الإنبات التي يتم تسويقها في الأسواق المحلية والخارجية (**جدول 8**).

جدول 8 أبرز الاختبارات التي تجريها منشآت تجارة البصل خلال عملية تسويق وتصدير البصل.

النسبة المئوية لمن شملتهم الدراسة	نوع الاختبار
%67	اختبار الإنبات لبذور البصل
%23	اختبار حجم الابطال
%100	الإجمالي العام

3.2.2. معايير ووجهات تصدير البصل

أوضحت نتائج الدراسة أن 50% من فاعلي مرحلة التجارة يقومون بتصدير البصل إلى الخارج، في حين يقوم النسبة المتبقية من فاعلي مرحلة التجارة بتسويق البصل في السوق المحلية والخارجية. كما يلخص **الجدول 9** أبرز التحديات التي تواجه فاعلي مرحلة التجارة في عملية تصدير البصل إلى الخارج.

جدول 9 أبرز معوقات تصدير البصل حسب إفادات من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير

أبرز معوقات عملية التصدير	لا	نعم
إغلاق المنافذ - إجراءات الشحن والتصدير وارتفاع تكاليف الشحن والتصدير - ضعف رأس المال لتوفير مندوب في الخارج	%60	%40

كما يوضح **الجدول 10**، أبرز المعايير الواجب توفرها في منتج البصل عند تصديره إلى الخارج. من خلال الجدول، يتضح أن هناك العديد من المعايير التي يجب أن تتوفر في منتج البصل لتصديره إلى الخارج. من أبرز هذه المعايير: أن يكون حجم البصل كبيراً، وأن يكون من صنف "بافطيم أحمر"، حيث أشار 27% ممن شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير إلى ذلك. كما يجب أن يكون لون البصل أحمر. حسبما أشار 20% من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير. بالإضافة إلى ذلك، هناك معايير أخرى مرتبطة بالعبوات المستخدمة لتصدير البصل، ونظافة المنتج من الأوساخ والتراب، وتنفيذ عمليات الفرز والتدريج، وكذلك التعبئة الجيدة لكميات البصل التي يتم تصديرها.

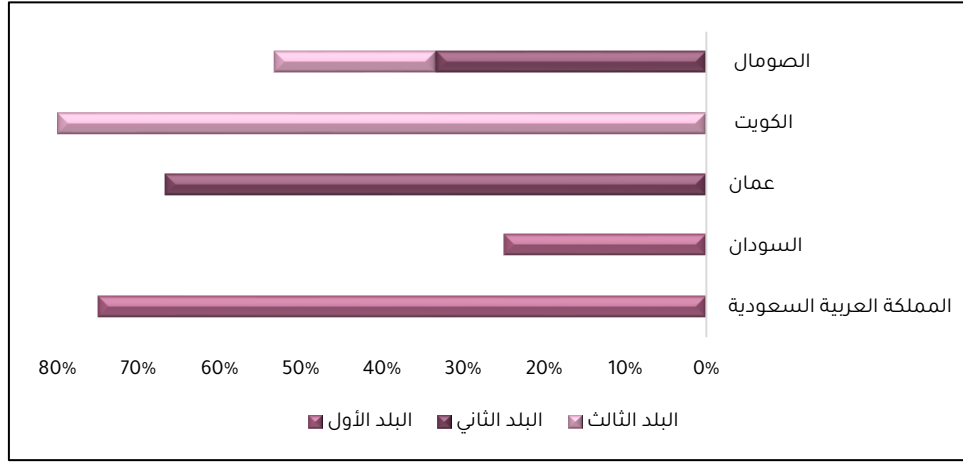
جدول 10 معايير ومواصفات تصدير البصل إلى الخارج حسب إفادات من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير

النسبة المئوية ممن شملتهم الدراسة	المعيار
%27	حجم البصل كبير.
%27	بذور بصل بافطيم احمر محسن 1
%20	بصل لونه احمر
%7	حجم العبوات من 5كليو إلى 20كليو
%7	النظافة من التراب
%7	التعبئة والفرز بشكل ممتاز
%5	التخزين والتعليب الجيد

وفيما يخص العبوات المستخدمة لتعبئة البصل خلال عمليات التصدير، أشار 50% ممن شملتهم الدراسة إلى أن الأكياس البلاستيكية الشبكية هي الأفضل خلال عمليات تصدير البصل إلى الخارج، وذلك نظراً لما توفره هذه العبوات من إمكانية المحافظة على جودة المنتج خلال عملية التصدير، وعدم تعرضه للتلف أثناء عمليات التخزين.

يوضح **الشكل 19** أبرز ثلاثة بلدان لتصدير البصل اليمني. من خلال الشكل، يتبين أن المملكة العربية السعودية تعد واحدة

من أهم الوجهات التي يُصدر إليها البصل. حيث أشار 75% من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير الذين شملتهم الدراسة إلى أن المملكة العربية السعودية هي الوجهة الأولى لغالبية مصدري البصل. بالإضافة إلى ذلك، أشار 80% من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير إلى أن دولة الكويت هي الوجهة الثانية لتصدير البصل. كما أشار 67% من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير إلى أن سلطنة عمان هي الوجهة الثالثة لتصدير البصل.



شكل 19 ترتيب وجهات تصدير البصل حسب إفادات من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير

3.3. احتياج فاعلي مرحلة التجارة والتصدير لشهادات جودة وتسويق المنتج

يوضح الجدول 11 النسبة المئوية لوجود شهادات الجودة المختلفة لدى فاعلي مرحلة التجارة والتصدير في قطاع البصل. من خلال الجدول، يتبين أن جميع فاعلي مرحلة التجارة والتصدير لا يمتلكون العديد من الشهادات التي تساعد في تصدير منتج البصل إلى الخارج. من ناحية أخرى، أشار 50% من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير إلى امتلاكهم شهادة المنشأ للمنتج البصل.

جدول 11 امتلاك فاعلي مرحلة التجارة والتصدير لشهادات الجودة

شهادة الجودة	املك	لا املك	الإجمالي
شهادة التصنيع الجيد GMP		100%	100%
شهادة الزراعة الجيدة GAP		100%	100%
شهادة المنشأ للمنتج	50%	50%	100%
شهادة تعقيم حاويات المنتجات Hygiene		100%	100%
شهادة حماية البيئة Iso14001		100%	100%
شهادة خلو المنتج من الأمراض والآفات الزراعية		100%	100%
شهادة صحية للمنتج الذي تقوم بتصديره		100%	100%
شهادة نظام ادارة الجودة Iso9001		100%	100%
شهادة نظام الصحة المهنية Iso45001		100%	100%
شهادة نظام سلامة الغذاء Iso22000		100%	100%

كما يوضح الجدول 12، أبرز الشهادات التي يرغب فاعلو مرحلة التجارة والتصدير في الحصول عليها، مرتبة حسب الأهمية، وهي: شهادة خلو المنتج من الأمراض والآفات الزراعية، شهادة صحية للمنتج المصدر، شهادة نظام إدارة الجودة ISO 9001، شهادة نظام الصحة المهنية ISO 45001، شهادة نظام سلامة الغذاء ISO 22000، شهادة الزراعة الجيدة GAP، وشهادة المنشأ للمنتج.

جدول 12 احتياج فاعلي مرحلة التجارة والتصدير لشهادات الجودة

شهادات الجودة	ارغب	لم يجيب	لا ارغب	الإجمالي العام
شهادة التصنيع الجيد GMP	%83		%17	%100
شهادة الزراعة الجيدة GAP	%83		%17	%100
شهادة المنشأ للمنتج	%50	%50		%100
شهادة تعقيم حاويات المنتجات Hygiene	%100			%100
شهادة حماية البيئة Iso14001	%100			%100
شهادة خلو المنتج من الامراض والآفات الزراعية	%100			%100
شهادة صحية للمنتج الذي تقوم بتصديره	%100			%100
شهادة نظام ادارة الجودة Iso9001	%100			%100
شهادة نظام الصحة المهنية Iso45001	%100			%100
شهادة نظام سلامة الغذاء Iso22000	%100			%100

كما أشار المشاركون في مرحلة التجارة والتصدير الذين شملتهم الدراسة، فإن حصولهم على هذه الشهادات سيكون له تأثير إيجابي كبير على عملية تصدير البصل. حيث أكدوا أن هذه الشهادات ستساهم في رفع جودة المنتج وزيادة الثقة به في الأسواق الخارجية، مما يساهم في تصديره بأسعار جيدة. بالإضافة إلى ذلك، فإن هذه الشهادات ستسهم في تسهيل الإجراءات المرتبطة بعملية التصدير، مثل التخليص الجمركي والموافقة على المعايير الصحية والبيئية، مما يجعل العملية أكثر سلاسة وفعالية. وبالتالي، يُتوقع أن تعزز هذه الشهادات من القدرة التنافسية في السوق الدولية، مما يفتح أبوابًا جديدة للفرص التجارية والتوسع في الأسواق العالمية.

3.4. تحليل سوات لقطاع البصل

يوضح الجدول 13 تحليل سوات لقطاع البصل في محافظة حضرموت، حيث يلخص أبرز نقاط القوة والفرص، وأبرز نقاط الضعف والتهديدات وفقاً لإفادات المشاركين في الدراسة من فاعلي مراحل الإنتاج والتجارة والتصدير والدعم.

من خلال الجدول، يتبين أن من أبرز نقاط القوة في قطاع البصل، المرتبة حسب الأهمية، هي أن العاملين في مرحلة الإنتاج يمتلكون خبرة قديمة في زراعة البصل، بالإضافة إلى إلمامهم بكافة العمليات المرتبطة بالإنتاج الزراعي. كما برزت نقطة قوة أخرى تتعلق بالخبرة في مجال العمل لدى فاعلي مرحلة التجارة، حيث أشار هؤلاء إلى امتلاكهم خبرة كبيرة في جميع العمليات المرتبطة بتجارة البصل وتجهيز المنتج للتسويق، سواء في الأسواق المحلية أو الأسواق الخارجية.

أشار أيضاً فاعلو مرحلة الدعم إلى الخبرة الكبيرة في مجال العمل التعاوني، والقدرة على التشبيك بين موردي المدخلات وفاعلي مرحلة الإنتاج، فضلاً عن التشبيك بين فاعلي مرحلة الإنتاج وفاعلي مرحلة التجارة والتصدير. كما أشاروا إلى امتلاكهم العديد من القنوات التي تساعد في وصول منتج البصل إلى الأسواق المحلية والخارجية.

بجانب نقاط القوة التي يتمتع بها قطاع البصل في محافظة حضرموت، تبرز العديد من الفرص في هذا القطاع الحيوي والمهم، تمثلت أبرز هذه الفرص في توفر البنية التحتية المساندة لعمليات الإنتاج، وخاصة الطرقات، مما يساهم بشكل كبير في زيادة الكميات المنتجة من البصل وبالتالي تعزيز الحركة والنشاط التجاري في هذا القطاع. كما أُشير إلى ارتفاع سعر البيع وتحسن السوق، وهو ما يساهم بشكل كبير في تطوير قطاع البصل، وفقاً لما ذكره المشاركون في الدراسة من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير.

بالإضافة إلى ذلك، تبرز فرصة أخرى تتعلق بالبنية التحتية التي تدعم نشاط فاعلي مرحلة الدعم، وخاصة الطرقات، مما يسهل عملية التشبيك بين فاعلي مرحلة الإمداد والمدخلات وفاعلي مرحلة الإنتاج، وكذلك بين فاعلي مرحلة الإنتاج وفاعلي مرحلة التجارة والتصدير.

وعلى الرغم من تعدد نقاط القوة والفرص التي يتمتع بها قطاع البصل في محافظة حضرموت، إلا أن هذا القطاع يعاني من العديد من نقاط الضعف. فبحسب تحليل سوات لنقاط الضعف، تُعدّ أبرز هذه النقاط ضعف المهارات الإدارية والمالية في إدارة العمل، خاصة لدى فاعلي مرحلة الإنتاج. كما يشمل ذلك ضعف العمل الفني وعدم توفر وسائل الإنتاج الحديثة، وهو ما أشار إليه فاعلو مرحلة التجارة والتصدير.

بالإضافة إلى ذلك، يواجه فاعلو مرحلة الدعم صعوبات مرتبطة بعدم توفر المدخلات الحديثة اللازمة للإنتاج، مما يحد من الدور الذي يمكن أن تلعبه الجمعيات الزراعية في المحافظة في دعم مزارعي البصل.

وبجانب نقاط الضعف، يواجه قطاع زراعة وتجارة البصل في محافظة حضرموت العديد من التهديدات. تمثلت أبرز هذه التهديدات في ارتفاع أسعار المشتقات النفطية، وما يترتب على ذلك من زيادة تكاليف مدخلات الإنتاج، كما أشار إلى ذلك فاعلو مرحلة الإنتاج.

كذلك، يشهد القطاع انخفاضاً في أسعار البصل، خصوصاً خلال فترات الذروة في الإنتاج، وهو ما أشار إليه فاعلو مرحلة التجارة والتصدير. بالإضافة إلى ذلك، يساهم انخفاض أسعار البصل في هذه الفترات في نقص القدرة على تخزين كميات كبيرة من البصل، مما يؤدي إلى عدم القدرة على الحفاظ على سعر مستقر في السوق، وهو ما أشار إليه فاعلو مرحلة الدعم.

جدول 13 نقاط القوة والضعف، والفرص والتحديات، لقطاع البصل بمحافظة حضرموت.

عوامل داخلية (متحكم بها)		عوامل خارجية (غير متحكم بها)	
عوامل سلبية	نقاط الضعف (W) <ul style="list-style-type: none"> ضعف المهارات الإدارية والمالية في إدارة العمل (26%) (الإنتاج) ضعف العمل الفني وعدم توفر وسائل الإنتاج الحديثة (31%) (تاجر) عدم توفر المدخلات اللازمة والحديثة للإنتاج (43%) (الدعم او الجمعيات). 	نقاط القوة (S) <ul style="list-style-type: none"> نمتلك خبرة قديمة في العمل (62%) (الإنتاج) نمتلك خبرة قديمة في العمل (100%) (تاجر). نمتلك خبرة قديمة في العمل (71%) (داعم او الجمعيات). 	عوامل ايجابية
	التحديات (T) <ul style="list-style-type: none"> ارتفاع اسعار المشتقات النفطية (52%) (الإنتاج). انخفاض سعر بيع محصول البصل (36%) (تاجر) انخفاض سعر بيع محصول البصل (17%) (داعم او الجمعيات). 	الفرص (O) <ul style="list-style-type: none"> سهولة الطرقات (52%) (الإنتاج). فرصه ارتفاع سعر البيع وتحسن السوق (46%) (تاجر). سهولة الطرقات (57%) (داعم او الجمعيات). 	
عوامل خارجية (غير متحكم بها)			

3.5. تحليل سوات لمنتج البصل وفق مراحل الإنتاج والتجارة

3.5.1. مرحلة الإنتاج

يبين **الجدول 14** تحليل سوات لأبرز نقاط القوة والضعف، وأبرز الفرص والتحديات لفاعلي مرحلة الإنتاج في قطاع إنتاج وتسويق البصل في محافظة حضرموت. من خلال الجدول، يتضح أن أبرز نقاط القوة لفاعلي مرحلة الإنتاج ترتبط بالخبرة الكبيرة في مجال زراعة البصل، وقدرة مزارعي البصل على إنتاج بذور البصل من المزرعة ذاتها، بالإضافة إلى توفر مياه الري في مزارع إنتاج البصل، وامتلاك المزارعين للمعدات الزراعية، وخاصة الحراثة. كما تبرز إمكانية تحقيق عائد مادي من خلال العمل في زراعة البصل.

تشير النتائج إلى أن أعلى نسبة تكرارية لنقاط القوة (62%) ترتبط بخبرة مزارعي البصل في محافظة حضرموت في زراعة هذا المحصول، في حين أن أقل نسبة تكرارية لنقاط القوة (1%) ترتبط بالعوائد المادية التي يحققها المزارعون من خلال العمل في زراعة البصل.

أشارت نتائج تحليل سوات أيضًا إلى وجود العديد من الفرص في مرحلة الإنتاج، تمثلت أهمها في توفر البنية التحتية اللازمة لعمل فاعلي مرحلة الإنتاج، وعلى وجه الخصوص الطرقات التي تسهل على مزارعي البصل في محافظة حضرموت نقل كافة مدخلات الإنتاج وتسويق المنتج. بالإضافة إلى ذلك، يساهم ارتفاع أسعار البصل في بعض المواسم في تحقيق عوائد مادية جيدة للمزارعين. تشير النتائج إلى أن أعلى نسبة تكرار (52%) ارتبطت بالطرقات المستخدمة لنقل المدخلات وتسويق المنتج، في حين أن أقل نسبة تكرار (48%) ارتبطت بارتفاع أسعار محصول البصل في بعض المواسم.

من ناحية أخرى، تشير نتائج تحليل سوات إلى وجود العديد من نقاط الضعف التي يعاني منها فاعلو مرحلة الإنتاج. ارتبطت أبرز نقاط الضعف بتدني مهارات فاعلي مرحلة الإنتاج في إدارة الأعمال خلال مرحلة الإنتاج، وتدني المستوى الفني في تنفيذ

الأعمال نتيجة لعدم توفر وسائل الإنتاج الحديثة، وعدم القدرة على توفير مخازن ملائمة لتخزين البصل خلال فترات الذروة في الإنتاج، وعدم القدرة على تنفيذ أعمال صيانة للآلات والمعدات المستخدمة في عملية الزراعة، واستخدام أساليب الري التقليدية وعدم القدرة على توفير أنظمة الري الحديثة، بالإضافة إلى ذلك، لا يمتلك بعض مزارعي البصل أراضي زراعية خاصة بهم. تشير نتائج تحليل سوات إلى أن أعلى نسبة تكرار (26%) لنقاط الضعف ارتبطت بتدني مستوى المهارات الإدارية المطلوبة لتنفيذ الأعمال خلال فترة إنتاج البصل، في حين ارتبطت أقل نسبة تكرار لنقاط الضعف بعدم امتلاك مزارعي البصل لحيازات زراعية خاصة بهم (1%).

بجانب نقاط الضعف التي يعاني منها فاعلو مرحلة الإنتاج، يواجه فاعلو مرحلة الإنتاج العديد من التهديدات. تمثلت أهم هذه التهديدات في ارتفاع أسعار المشتقات النفطية وما يترتب على ذلك من ارتفاع تكاليف الإنتاج وانخفاض العوائد المالية للعاملين في مجال زراعة وإنتاج البصل، وكذلك انخفاض أسعار محصول البصل على الرغم من ارتفاع تكاليف الإنتاج، وتدني جودة الأسمدة والمبيدات المستخدمة في زراعة البصل وما يترتب على ذلك من انخفاض الكميات المنتجة من محصول البصل وإصابة المحصول بالآفات الزراعية، والانقطاع المستمر للتيار الكهربائي وما يترتب على ذلك من عدم قدرة مزارعي البصل على توفير كميات المياه الكافية لري محصول البصل. بالإضافة إلى ذلك، هناك ارتفاع في تعرفه استهلاك الطاقة الكهربائية من المحطات الأهلية في المحافظة. تشير نتائج تحليل سوات إلى أن أعلى نسبة تكرار (30%) ارتبطت بارتفاع أسعار المشتقات النفطية، في حين أن أقل نسبة تكرار (1%) ارتبطت بتعرفة استهلاك الطاقة الكهربائية.

جدول 14 أبرز نقاط سوات، لفاعلي مرحلة الإنتاج في قطاع البصل- محافظة حضرموت.

النسبة التكرارية	التحديات	النسبة التكرارية	نقاط الضعف	النسبة التكرارية	الفرص	النسبة التكرارية	نقاط القوة	مرحلة الانتاج
%30	ارتفاع اسعار المشتقات النفطية	%26	ضعف المهارات الإدارية والمالية في إدارة العمل	%52	سهولة الطرقات	%62	خبرة قديمة في العمل	
%20	اخفاض سعر بيع محصول البصل	%22	ضعف العمل الفني وعدم توفر وسائل الإنتاج الحديثة	%48	ارتفاع سعر بيع محصول البصل	%31	مصدر البذور من المزرعة نفسها	
%17	رداءة جودة الأسمدة والمبيدات	%13	ضعف عدم خزن الابصال في مستودعات خاصة			%2	مصدر المياه من نفس المزرعة	
%8	الانقطاع المستمر للتيار الكهربائي	%13	الآلات قديمة وتحتاج إلى تجديد			%2	البيع المباشر يؤدي إلى مردود سريع	
%1	الآفات الزراعية التي تصيب المحصول	%10	عدم القدرة على التخزين والنقل			%1	البيع نقد	
%1	ارتفاع تكاليف مدخلات الزراعة والإنتاج	%1	عدم استخدام أساليب الري الحديثة			%1	توفر حراثة	
%1	ارتفاع أسعار الطاقة الكهربائية	%1	عدم امتلاك ارض زراعية			%1	العائدات المالي من عمل المزرعة نفسها	

3.5.2. مرحلة التجارة والتصدير

يبين **الجدول 15** تحليل سوات لأبرز نقاط القوة والضعف، وأبرز الفرص والتحديات، لفاعلي مرحلة التجارة والتصدير في قطاع إنتاج وتسويق البصل - محافظة حضرموت. من خلال الجدول يتضح أن أبرز نقاط القوة لفاعلي مرحلة التجارة والتصدير ارتبطت بالخبرة الكبيرة لدى فاعلي مرحلة التجارة والتصدير في مجال تسويق البصل سواء في الأسواق المحلية أو الأسواق الخارجية، وبنسبة تكرار 100%.

أشارت نتائج تحليل سوات أيضًا إلى وجود العديد من الفرص في مرحلة التجارة والتصدير، تمثلت أهمها في تحسن أسعار البيع في السوق خلال بعض المواسم، وسهولة نقل المنتج والتنقل بين الأسواق نتيجة لملائمة البنية التحتية للطرق في المحافظة، بالإضافة إلى عمل العديد من المزارعين على توصيل المنتج إلى السوق. تشير النتائج إلى أن أعلى نسبة تكرار (46%) ارتبطت بتحسين أسعار بيع المنتج في السوق خلال بعض المواسم، في حين أن أقل نسبة تكرار (8%) ارتبطت بقيام العديد من مزارعي البصل في محافظة حضرموت بتوصيل المنتج إلى السوق.

من ناحية أخرى، تشير نتائج تحليل سوات إلى وجود العديد من نقاط الضعف التي يعاني منها الفاعلون في مرحلة التجارة والتصدير. تتجسد أبرز هذه النقاط في تدني مستوى مهارات الفاعلين في الجوانب الفنية والإدارية والمالية اللازمة لتنفيذ الأعمال. كما يعانون من عدم القدرة على توفير وسائل الإنتاج الحديثة، وخاصة معدات التعليب والتغليف، فضلًا عن عدم القدرة على إنشاء مستودعات خاصة لتخزين البصل خلال فترات الذروة في الإنتاج، مما يهدد استقرار أسعار المنتج في السوق. بالإضافة إلى ذلك، يعاني الفاعلون من ضعف رأس المال العامل في مرحلة التجارة والتصدير، وكذلك من ضعف مهارات التسويق الإلكتروني للمنتج.

تشير نتائج تحليل سوات إلى أن أعلى نسبة تكرارية لنقاط الضعف (31%) تتعلق بتدني مهارات الفاعلين في الجوانب الفنية اللازمة لتنفيذ الأعمال، بينما كانت أقل نسبة تكرارية (8%) مرتبطة بتدني مهارات التسويق الإلكتروني لمنتج البصل.

بالإضافة إلى نقاط الضعف، يواجه الفاعلون في مرحلة التجارة والتصدير العديد من التحديات. تتمثل أبرز هذه التحديات في انخفاض سعر المنتج، مما يؤدي إلى خسائر للفاعلين ويؤدي إلى عزوف العديد من مزارعي البصل عن الاستمرار في زراعة وإنتاج البصل. كما تضاف إلى هذه التحديات الارتفاع المستمر في أسعار المشتقات النفطية، مما يزيد من تكاليف الإنتاج. كذلك، يعاني الفاعلون من غياب دور الجهات الداعمة لأنشطة التجارة والتصدير، بالإضافة إلى التحديات المرتبطة بعملية التصدير مثل صعوبة الشحن، وتوقف العمل في الموانئ البرية والجوية، وعشوائية العمل في مجال التصدير.

تشير نتائج تحليل سوات إلى أن أعلى نسبة تكرارية (36%) تتعلق بالتغيرات المستمرة في سعر المنتج، بينما كانت أقل نسبة تكرارية (7%) مرتبطة بعشوائية العمل في مجال تجارة وتصدير البصل.

جدول 15 أبرز نقاط سوات، لفاعلي مرحلة التجارة والتصدير، في قطاع البصل - محافظة حضرموت

النسبة التكرارية	التحديات	النسبة التكرارية	نقاط الضعف	النسبة التكرارية	الفرص	النسبة التكرارية	نقاط القوة	مرحلة التجارة
%36	انخفاض سعر بيع محصول البصل	%31	العمل الفني وعدم توفير وسائل الإنتاج الحديثة	%46	ارتفاع سعر البيع وتحسن السوق	%100	خبرة قديمة في العمل	
%21	ارتفاع أسعار المشتقات النفطية	%23	ضعف المهارات الإدارية والمالية في إدارة العمل	%46	سهولة الطرقات			
%8	لا يوجد دعم او مساهمة من الجهات الداعمة لأنشطتنا الإنتاجية	%15	عدم وجود الآلات التعليب والتعليف	%8	توفير الابصال عن طريق المزارعين			
%7	قلة مواد التعبئة والتغليف في الأسواق	%8	عدم خزن الابصال في مستودعات خاصة					
%7	صعوبة الشحن	%8	عدم القدرة على التخزين والنقل					
%7	توقف العمل في الموانئ والشحن الجوي	%8	ضعف رأس المال					
%7	تذبذب وعدم ثبات حالة الاسواق	%7	ضعف التسويق الالكتروني					
%7	الاستيراد والتصدير يتم بشكل عشوائي							

3.5.3. مرحلة الدعم

يبين **الجدول 16** تحليل سوات لأبرز نقاط القوة والضعف، وأبرز الفرص والتحديات لفاعلي مرحلة الدعم في قطاع إنتاج وتسويق البصل بمحافظة حضرموت.

من خلال الجدول، يتضح أن أبرز نقاط القوة لفاعلي مرحلة الدعم ترتبط بالخبرة الكبيرة في مجال العمل التعاوني، وقدرة هؤلاء الفاعلين على التشبيك بين فاعلي مرحلة الإمداد والمدخلات وفاعلي مرحلة الإنتاج من جهة، وبين فاعلي مرحلة الإنتاج وفاعلي مرحلة التجارة والتصدير من جهة أخرى. إضافة إلى ذلك، يمتلك فاعلو مرحلة الدعم القدرة على توفير البذور لمزارعي البصل، والعمل على تسويق إنتاجهم إلى السوق.

تشير النتائج إلى أن أعلى نسبة تكرارية لنقاط القوة (71%) ترتبط بخبرة فاعلي مرحلة الدعم في مجال العمل التعاوني، في حين أن أقل نسبة تكرارية (17%) ترتبط بخبرة فاعلي مرحلة الدعم في مجال التسويق.

أما بالنسبة للفرص المتاحة في مرحلة الدعم، فقد تمثلت أبرز هذه الفرص في توفر البنية التحتية الملائمة لنقل مدخلات الإنتاج، وكذلك لتسويق المنتج، ولا سيما الطرقات. كما أن تحسن أسعار بيع المنتج في بعض المواسم يعود بالفائدة على فاعلي مرحلة الإنتاج وفاعلي مرحلة الدعم.

تشير النتائج إلى أن أعلى نسبة تكرارية (57%) ترتبط بملائمة الطرقات في المنطقة بما يساعد في عملية نقل مدخلات الإنتاج وتسويق المنتج، بينما أقل نسبة تكرارية (43%) ترتبط بتحسين أسعار بيع المنتج في بعض المواسم.

من ناحية أخرى، تشير نتائج تحليل سوات إلى وجود العديد من نقاط الضعف التي يعاني منها فاعلو مرحلة الدعم، تتمثل أبرز هذه النقاط في عدم القدرة على توفير مدخلات الإنتاج الحديثة، وعدم القدرة على تخزين كميات كبيرة من محصول البصل، خاصة خلال فترات الذروة في الإنتاج، كما يعانون من نقص وسائل النقل المناسبة، وضعف مهارات الكوادر العاملة في مرحلة الدعم في الجوانب الإدارية والمالية التي من شأنها تحسين الأساليب المتبعة في تنفيذ الأعمال. كذلك، يعاني فاعلو مرحلة الدعم من ضعف الميزانية التشغيلية نتيجة لتقديم الخدمة للعملاء بالآجل.

تشير نتائج تحليل سوات إلى أن أعلى نسبة تكرارية لنقاط الضعف (43%) ترتبط بعدم توفر وسائل ومدخلات الإنتاج الحديثة، بينما أقل نسبة تكرارية (14%) ترتبط بضعف الميزانية التشغيلية في مرحلة الدعم.

بالإضافة إلى ذلك، يواجه فاعلو مرحلة الدعم العديد من التحديات، أبرزها التغيرات المستمرة في سعر بيع المنتج في السوق، وارتفاع أسعار المشتقات النفطية وما يترتب على ذلك من زيادة تكاليف النقل والتسويق. كما يعانون من عدم توفر وسائل التعبئة المناسبة في السوق، وغياب الدور الرقابي على المبيدات المستخدمة لمكافحة الآفات التي تصيب محصول البصل. هناك أيضاً التحديات المرتبطة بالتغيرات المستمرة في سعر صرف العملة المحلية، ما يسبب زيادة في تكاليف الإنتاج، فضلاً عن الانقطاع المستمر للتيار الكهربائي، مما يؤدي إلى تعرض كميات كبيرة من المنتج للتلف نتيجة لسوء ظروف التخزين.

تشير نتائج تحليل سوات إلى أن أعلى نسبة تكرارية (17%) ترتبط بتذبذب سعر المنتج في السوق، بينما أقل نسبة تكرارية (8%) ترتبط بارتفاع تكلفة استهلاك الطاقة الكهربائية المستخدمة لأغراض التشغيل والتخزين.

جدول 16 أبرز نقاط سوات، لفاعلي مرحلة الدعم، في قطاع البصل - محافظة حضرموت

النسبة التكرارية	التحديات	النسبة التكرارية	نقاط الضعف	النسبة التكرارية	الفرص	النسبة التكرارية	نقاط القوة	مرحلة الدعم
%17	انخفاض سعر بيع محصول البصل	%43	عدم توفير المدخلات اللازمة والحديثة للإنتاج	%57	سهولة الطرقات	%71	نمتهك خبرة قديمة في العمل	
%17	ارتفاع أسعار المشتقات النفطية	%15	عدم القدرة على التخزين والنقل	%43	فرصه ارتفاع سعر البيع وتحسن السوق	%15	مصدر البذور الجمعية نفسها	
%8	قلة مواد التعبئة والتغليف في الأسواق	%14	ضعف المهارات الإدارية والمالية في إدارة العمل			%14	خبره في التسويق وتحسن سعر البيع وزيادة الطلب على البذور	
%8	عدم وجود رقابة على استخدام المبيدات والاسمدة	%14	ضعف السيولة المالية وصعوبة استمرارية العمل بسبب تقديم خدمات الانتاج للعملاء بالآجل					
%8	عدم استقرار العملة المحلية	%14	التعامل بالآجل					
%8	تذبذب وعدم ثبات حالة الاسواق							
%8	انخفاض سعر بيع البذور وعدم الطلب عليها							
%8	الانقطاع المستمر للتيار الكهربائي							
%8	ارتفاع تكاليف مدخلات الزراعة والإنتاج							
%8	ارتفاع أسعار الطاقة الكهربائية							

3.6. تحديات الفاعلين في قطاع البصل

3.6.1. مرحلة الإنتاج

يوضح **الجدول 17** أبرز التحديات التي تواجه فاعلي مرحلة الإنتاج في قطاع البصل. من خلال الجدول، يتبين أن أبرز التحديات التي تواجه فاعلو مرحلة الإنتاج تتمثل في الانقطاع المستمر للتيار الكهربائي، نتيجة لتدني مستوى الدور الحكومي في معالجة مشكلات تعطل محطات الطاقة الكهربائية، وما يترتب على ذلك من عدم القدرة على توفير كميات المياه اللازمة لري الأراضي الزراعية، وبالتالي انخفاض الكميات المنتجة من محصول البصل.

كما أشار فاعلو مرحلة الإنتاج إلى أن من أبرز المشكلات التي يعانون منها هي الآفات الزراعية التي تصيب محصول البصل. ويعود ذلك إلى تدني مستوى دور الإرشاد الزراعي لوزارة الزراعة، وعدم كفاءة المبيدات المستخدمة في مكافحة الآفات الزراعية وآفات المخازن. إضافة إلى ارتفاع تكاليف مدخلات الإنتاج الزراعي، وخاصة المبيدات والأسمدة والبذور والمشتقات النفطية، نتيجة لتدهور سعر صرف العملة المحلية، مما يؤدي إلى انخفاض الكميات المنتجة من البصل، وتعرض كميات كبيرة منه للتلف بسبب آفات المخازن.

علاوة على ذلك، يعاني فاعلو مرحلة الإنتاج من انخفاض أسعار البصل وتذبذبها، ما يؤدي إلى انخفاض العوائد الربحية عند تسويق البصل، خاصة في فترات الذروة في الإنتاج نتيجة لزيادة معدلات عرض المنتج في السوق. كما يواجه الفاعلون صعوبة في تخزين البصل بسبب عدم توفر المخازن الملائمة، بالإضافة إلى ضعف القدرة الشرائية لدى المستهلكين، مما يؤدي إلى تحمل مزارعي البصل خسائر كبيرة. ونتيجة لذلك، يتجه العديد من مزارعي البصل إلى التوقف عن زراعة وإنتاج البصل والتحول إلى أنشطة إنتاجية أخرى.

من جهة أخرى، يرى فاعلو مرحلة الإنتاج، الذين شملتهم الدراسة، أن دور الجهات الحكومية والداعمة، سواء كانت محلية أو دولية، يعد محوريًا في معالجة هذه التحديات. يتمثل هذا الدور في توفير مصادر طاقة بديلة، مثل أنظمة الطاقة الشمسية، وتشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في مجال الطاقة الكهربائية. هذه المبادرات من شأنها أن تساهم بشكل كبير في الحد من آثار انقطاع التيار الكهربائي، وبالتالي التأثير على كمية المياه اللازمة لري المحصول، ما يساهم في زيادة الإنتاج.

كذلك، يساهم دور وزارة الزراعة في توفير الأسمدة والمبيدات بجودة عالية، وتفعيل دور الإرشاد الزراعي لمكافحة الآفات الزراعية وآفات المخازن، في الحد من الآثار السلبية المتعلقة بتقليص الإنتاج بسبب الآفات، بالإضافة إلى تقليل خسائر البصل الناتجة عن التلف.

وأخيرًا، يعد تسهيل وصول مزارعي البصل إلى الأسواق المحلية والدولية من خلال فتح قنوات تسويقية جديدة، وإنشاء مخازن مركزية للمحصول تحت إشراف الجمعيات الزراعية، من العوامل المهمة التي تساهم في الحد من تأثيرات انخفاض أسعار البصل في فترات الذروة. هذا سيؤدي إلى تقليل الخسائر المالية التي يتعرض لها المزارعون ويمنع عزوفهم عن الاستمرار في نشاط زراعة وإنتاج البصل.

3.6.2. مرحلة التجارة والتصدير

يوضح **الجدول 17** أبرز التحديات التي تواجه فاعلي مرحلة التجارة والتصدير في قطاع البصل بمحافظة حضرموت. من خلال الجدول، يتبين أن أبرز التحديات التي تواجه فاعلو مرحلة التجارة والتصدير تشمل ارتفاع تكاليف الإنتاج، انخفاض نسبة المبيعات والأسعار في الأسواق المحلية، وضعف القدرة الشرائية لدى المستهلكين نتيجة لضعف الحالة المادية، بالإضافة إلى عدم القدرة على الوصول إلى الأسواق الخارجية، وكذلك الأسواق المحلية في المحافظات اليمنية الأخرى. كما يعاني فاعلو مرحلة التجارة من تدني مهاراتهم في المعاملات الضرورية لمحصول البصل، مثل معاملات تجهيز المنتج وحفظه.

أشار فاعلو مرحلة التجارة أيضًا إلى أن أبرز مشكلاتهم تتمثل في عدم القدرة على توفير كافة متطلبات تسويق المنتج إلى الأسواق المحلية، وصعوبة تجهيز ومعالجة المنتج بشكل يحفز عملية التسويق. ويعود ذلك إلى ارتفاع تكاليف مواد التعبئة والتغليف، وعدم توفر التجهيزات والمتطلبات الضرورية لعمليات النقل والتسليم، مما يؤدي إلى تدني جودة المنتج وانخفاض قيمته الشرائية.

بالإضافة إلى ذلك، أشار فاعلو مرحلة التجارة والتصدير إلى أن أبرز مشكلاتهم تتعلق بعدم القدرة على إدارة وتنظيم العمل بطريقة تتيح توصيل المنتج إلى العملاء في الوقت المناسب، مما يؤدي إلى فقدان ثقة العملاء وتعرضهم للخسائر المادية.

من جهة أخرى، يرى فاعلو مرحلة التجارة والتصدير، الذين شملتهم الدراسة، أن الدور الذي تلعبه الجهات الحكومية والداعمة، سواء كانت محلية أو دولية، يمكن أن يساهم بشكل كبير في الحد من الآثار السلبية لهذه المشكلات. يتمثل هذا الدور في تقديم الدعم المالي، وتسهيل وصول فاعلي مرحلة التجارة إلى الأسواق المحلية والخارجية، وتوفير الوسائل اللازمة لتلبية متطلبات التصدير إلى الأسواق الخارجية.

كما يساهم دور الجهات الحكومية والداعمة في توفير مستلزمات تجهيز المنتج للتسويق إلى الأسواق المحلية بأسعار مدعومة، مما يساعد في الحد من مشكلات تدني جودة المنتج نتيجة لعدم توفر متطلبات تجهيز ومعالجة المنتج بالشكل المناسب. هذا سيسهل أيضًا وصول المنتج إلى العملاء في الوقت المناسب.

وأخيرًا، يساهم تدريب فاعلي مرحلة التجارة والتصدير في مجال إدارة وتنظيم العمل في الحد من الآثار السلبية المتعلقة بالخسائر المالية وفقدان ثقة العملاء بسبب عدم القدرة على تسليم الطلبات في الوقت المحدد.

3.6.3. مرحلة الدعم (الجمعيات)

يوضح **الجدول 17** أبرز التحديات التي تواجه فاعلي مرحلة الدعم في قطاع البصل بمحافظة حضرموت. من خلال الجدول، يتبين أن أبرز التحديات التي تواجه فاعلو مرحلة الدعم تشمل الانقطاع المستمر للتيار الكهربائي، وارتفاع تعرفه استهلاك الطاقة الكهربائية، وصعوبة الحصول على مصادر بديلة للطاقة الكهربائية اللازمة لعمليات التشغيل. مما يؤدي إلى تدني مستوى الإنتاج من حيث الكمية والجودة نتيجة لارتفاع تكاليف الإنتاج، وضعف رأس المال التشغيلي في مرحلة الدعم.

أشار فاعلو مرحلة الدعم أيضًا إلى أن أبرز مشكلاتهم تتمثل في عدم قدرة فاعلي مرحلة الإنتاج على تخزين كميات كبيرة من محصول البصل خلال فترات الذروة في الإنتاج، ويعود ذلك إلى ضعف الحالة المادية للعديد من فاعلي مرحلة الإنتاج، وكذلك

عدم قدرة فاعلي مرحلة الدعم على بناء مستودعات تخزين للمنتج خلال فترات الذروة. بالإضافة إلى ذلك، يعاني فاعلو مرحلة الدعم من ضعف المهارات التسويقية، وانخفاض أسعار المنتج خلال فترات الذروة في الإنتاج، نتيجة لتدني مستوى التأهيل والتدريب، وصعوبة الوصول إلى الأسواق المحلية والدولية. وبالتالي، يؤدي ذلك إلى تدني مستوى المبيعات وضعف رأس المال العامل.

من جانبهم، يرى فاعلو مرحلة الدعم، الذين شملتهم الدراسة، أن الدور الذي تلعبه الجهات الداعمة، سواء كانت محلية أو دولية، يمكن أن يسهم بشكل كبير في الحد من الآثار السلبية لهذه التحديات. يتمثل هذا الدور في دعم مزارعي البصل بأنظمة الطاقة الشمسية، مما يساعد على تقليل تأثير انقطاع التيار الكهربائي، وبالتالي الحد من تدني مستوى الإنتاج نتيجة لارتفاع تكاليف التشغيل بسبب ارتفاع أسعار المشتقات النفطية.

كما يسهم دور الجهات الداعمة في تقديم الدعم المالي اللازم لبناء مستودعات ومخازن لحفظ وتخزين البصل خلال فترات الذروة في الإنتاج، تحت إشراف الجمعيات الزراعية في المنطقة. هذا سيساهم في الحد من الآثار السلبية لانخفاض أسعار المنتج في تلك الفترات نتيجة لعدم القدرة على تخزين كميات كبيرة من البصل، مما يؤدي إلى زيادة العرض مقارنة بالطلب. كما سيساعد ذلك في تقليل تعرض كميات كبيرة من البصل للتلف نتيجة لسوء عمليات التخزين.

أخيراً، يسهم دور الجهات الداعمة، سواء كانت محلية أو دولية، في تدريب فاعلي مرحلة الدعم على المهارات التسويقية بشكل عام، ومهارات التسويق الإلكتروني بشكل خاص، مما يساعد في تسويق وعرض وترويج المنتج في الأسواق المحلية والدولية. كما يسهم دعم فاعلي مرحلة الإنتاج والدعم بوسائل التسويق والترويج الحديثة في الحد من الآثار السلبية لمشاكل تدني مستوى المبيعات وعدم القدرة على الوصول إلى الأسواق المحلية والخارجية.

جدول 17 أبرز احتياجات فاعلي مرحلة الإنتاج بقطاع تسويق البصل - محافظة حضرموت

مراحل السلسلة	ترتيب وفق الأهمية	وصف المعوقات/التحديات	تصنيف PESTLE	الاسباب الرئيسية للمعوق / المشكلة	أهم عقبات/ تأثير المعوق / المشكلة	الحلول المقترحة للتدخل (وفق أصحاب المصلحة)	المسؤول على تنفيذ الحلول
الإنتاج Production	1	انقطاع التيار الكهربائي	اقتصادي	ضعف دور الدولة في التحكم والسيطرة على مؤسساتها الإنتاجية ومعالجة وصيانة الخلل والاعطال التي توقف أنشطتها ومنها محطات توليد الطاقة الكهربائية - حالة الفساد المنتشرة في قطاع الكهرباء الحكومية	عدم كفاية مياه الري الواصلة الى الأراضي الزراعية وبالتالي ضعف إنتاجية المحصول وقد يؤدي الى تلف المحصول في حالة الانقطاع المتواصل للتيار الكهربائي	ايجاد مصادر رخيصة للطاقة الكهربائية التحول نحو الطاقة النظيفة - السماح للقطاع الخاص بالاستثمار في مجال الطاقة الكهربائية والطاقة البديلة	الدولة - القطاع الخاص - الداعمين
	2	الآفات الزراعية التي تصيب المحصول	اقتصادي/بيئي	ضعف الدور الإرشادي لوزارة الزراعة - ضعف كفاءة وفعالية المبيدات الزراعية المستخدمة في مكافحة الآفات الزراعية والمخزنية - تدهور العملة المحلية وارتفاع اسعار الصرف - الحكومة وتجار النفط	ضعف الإنتاجية وقد تؤدي الإصابات الكبيرة الى تلف المحصول وخسارة الإنتاج - التوقف عن العمل اليومي والعمل بمواسم الاصطياد فقط - عدم الابحار الى الاماكن البعيدة	ضمان توفر الأسمدة والمبيدات ذات النوعية الجيدة بشكل مستمر - تفعيل الدور الإرشادي لقمم طبيعة الآفات والأمراض الزراعية وطرق مكافحتها	وزارة الزراعة
	3	انخفاض الأسعار وتذبذبها وانخفاض عائد البيع في الأسواق المحلية	اقتصادي	زيادة العرض وانخفاض الطلب - ضعف القدرة الشرائية عند المستهلكين - ضعف العملة وعدم استقرار صرفها - الافتقار الى وجود مستودعات خزن مثالية تساعد على توازن تدفق المنتج الى الأسواق	الخسارة المالية للمنتجين - عزوف المزارعين المنتجين عن استمرارية إنتاج البصل والتحول الى إنتاج بديل او التوقف عن الإنتاج كليا	تسهيل الوصول الى الأسواق المحلية المختلفة - العمل على فتح قنوات تصدير متعددة الى الاسواق الخارجية - انشاء مخازن مركزية كبيرة تتبع الجمعية او الاتحاد التعاوني ومستودعات خزن مناسبة لدى المنتجين	الدولة - الجهات المانحة - الجمعيات - المنتجين
التجارة والمعالجة والتصدير Trade, Processing, and Export	1	نقص السيولة المالية	اقتصادي	زيادة تكاليف الإنتاج - انخفاض نسبة المبيعات - انخفاض أسعار البيع في الأسواق المحلية - ضعف القدرة الشرائية عند المستهلكين	ضعف القدرة على الوصول الى الأسواق الخارجية - بيع المنتج محليا بأرباح غير مجزية - ضعف القدرة على معاملة المنتج وتجهيزه وحفظه	الحصول على دعم مالي أو قروض بيضاء - تسهيل الوصول الى الأسواق المحلية المختلفة - تسهيل إجراءات التصدير وتوفير الحد المناسب من الإمكانيات اللازمة لعملية التصدير واستيفاء المعايير المطلوبة لذلك	الدولة - الجهات المانحة - الجمعيات - المنتجين
	2	ارتفاع تكاليف الإنتاج والمعالجة للمنتج	اقتصادي	عدم توفر مستلزمات الإنتاج المناسبة في الاسواق المحلية - ارتفاع أسعار مواد التعبئة والتغليف	ندني جودة المنتج وانخفاض الإنتاج - صعوبة تجهير ومعالجة المنتج بصورة محفزة لعملية التسويق لعدم إمكانية شراء وحدات الإنتاج اللازمة لذلك - التأخير في	تسهيل وتحفيز توفير مستلزمات الإنتاج المناسبة في الاسواق المحلية وبأسعار مناسبة	الدولة - التجار - الجهات المانحة

مراحل السلسلة	ترتيب وفق الأهمية	وصف التحديات المعوقات/	تصنيف PESTLE	الاسباب الرئيسية للمعوق / المشكلة	أهم عقبات/ تأثير المعوق / المشكلة	الطول المقترحة للتدخل (وفق أصحاب المصلحة)	المسؤول على تنفيذ الطول
					معاملة وتقل وتسليم المنتج في الوقت المناسب		
	3	عدم القدرة على ادارة العمل وتنظيم اوقات الانجاز	تكنولوجي/اقتصادي	ضعف التدريب والتأهيل	التأخير في مواعيد تسليم طلبيات العملاء - ارتفاع تكاليف الإنتاج - خسارة ثقة العملاء بالمنتج	تدريب العاملين العمل وتحسين كفاءتهم في الإنجاز وإدارة الوقت	الجمعية - الجهات الداعمة
الجهات الداعمة Supporters	1	صعوبة الحصول على مصادر الطاقة وادمة استمراريتها	اقتصادي/ بيئي	الانقطاع المستمر للتيار الكهربائي - ارتفاع أسعار التيار الكهربائي	ضعف الإنتاج كما وكيفا - ارتفاع تكاليف الإنتاج - ضعف رأس المال	دعم المنتجين بالتحويل نحو الطاقة البديلة (الشمسية_الرياح)	الجهات الداعمة
	2	ضعف القدرة التخزينية او انعدامها لدى كثير من المنتجين	اقتصادي	عدم القدرة على بناء او تجهيز مستودعات لخرن وحفظ المنتج بسبب ضعف القدرات المالية للمنتجين - ضعف الوضع المالي للجمعية	انخفاض الأسعار بسبب عدم إمكانية التحكم بعملية العرض والطلب بالتحكم بكمية السلعة الواصلة الى الأسواق - تعرض المنتج للفساد والتلف لعدم توفر الشروط الملائمة للخرن السليم	دعم المنتجين والجمعيات بالإمكانات اللازمة لبناء وتجهيز مستودعات الخزن المناسبة	الجهات الداعمة
	3	ضعف القدرات التسويقية - انخفاض الأسعار	اقتصادي/تكنولوجي	ضعف التأهيل والتدريب - محدودية الأسواق التي يتم التعامل معها داخليا وخارجيا	ضعف المبيعات - ضعف رأس المال - ضعف القدرة على الوصول الى الأسواق وفتح مجالات التسويق الخارجي للمنتج	دعم الجمعيات والمنتجين بوسائل التسويق والترويج الحديثة والمناسبة - دعم المنتجين ببرامج التدريب والتأهيل في مجالات التسويق الحديث والتسويق الالكتروني	الجهات الداعمة

3.7. تحليل مصفوفة احتياجات الفاعلين في سلسلة قيمة البصل

3.7.1. مرحلة الإنتاج

يوضح الجدول 18 النسب المئوية لقوة الجوانب التنظيمية والتقنية والمالية والعمامة (المتنوعة) في أعمال فاعلي مرحلة الإنتاج في قطاع البصل. تشير النتائج إلى أن الجوانب الإدارية/التنظيمية هي الأكثر تأثيرًا على أعمال فاعلي مرحلة الإنتاج مقارنة بالجوانب التقنية والمالية والجوانب المتنوعة (العمامة). حيث شكلت نسبة "عدم وجود" و"ضعف" عناصر الجوانب الإدارية/التنظيمية 61% من إجمالي النسبة الكلية لنقاط الجوانب الإدارية/التنظيمية، بينما شكلت الحالة المتوسطة والممتازة 39% من الإجمالي الكلي لنقاط الجوانب الإدارية/التنظيمية.

بالمقارنة بين النسب المئوية لنقاط الجوانب الإدارية/التنظيمية ومستوياتها المختلفة، يتضح أن أكثر ثلاث نقاط في

الجوانب الإدارية/التنظيمية التي تحتاج إلى تدخل، مرتبة حسب الأهمية، هي كما يلي:

- توفير/استيراد المنتجات للعملاء في حالة نفاذها وفي وقت سريع؟ بنسبة 100%
- التوثيق والأرشيف وحفظ الوثائق والسجلات الخاصة بعملك؟ بنسبة 97%
- حسابات مالي ومشتريات وتعاقبات لإدارة مواردك المالية في عملك؟ بنسبة 73%
-

في المرتبة الثانية من حيث الأهمية، تبرز الجوانب الفنية/التقنية في مدى تأثيرها على أعمال فاعلي مرحلة الإنتاج. حيث شكلت حالتا "عدم وجود" و"ضعف" عناصر الجوانب الفنية/التقنية نسبة 50% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الفنية/التقنية. في حين أن الحالة المتوسطة والممتازة شكلت 50% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الفنية/التقنية.

بالمقارنة بين النسب المئوية لنقاط الجوانب الفنية/التقنية ومستوياتها المختلفة، يتضح أن أكثر ثلاث نقاط في الجوانب الفنية/التقنية التي تحتاج إلى تدخل، مرتبة حسب الأهمية، هي كما يلي:

- اتباعك لنظام للصحة والسلامة المهنية؟ والتعامل مع أخطار/مخاطر العمل؟ بنسبة 94%
- مهاراتك في عمليات الحفظ والتخزين في تداول المنتجات؟ (مثل: استخدام الثلج)؟ بنسبة 76%
- مهاراتك في تقييم جودة ونوعية المنتجات/الخدمات اثناء البيع او الشراء؟ بنسبة 6%

في المرتبة الثالثة من حيث الأهمية، تبرز الجوانب المالية/التمويلية في مدى تأثيرها على أعمال الفاعلين في مرحلة الإنتاج. حيث شكَّلت حالتا عدم وجود وضعف عناصر الجوانب المالية/التمويلية ما نسبته 46% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب المالية/التمويلية، في حين أن الحالتين المتوسطة والممتازة شكَّلتا ما نسبته 54% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب المالية/التمويلية. بشكل عام، وبمقارنة النسب المئوية لنقاط الجوانب المالية/التمويلية بمستوياتها المختلفة، يتضح أن أكثر ثلاث نقاط احتياجًا للتدخل، ومرتبَّبة حسب الأهمية، هي كما يلي:

- مدى تواجد الداعمين والمنظمات والمساعدات في منطقتك؟ بنسبة 100%
- مدى تواجد مؤسسات التمويل في منطقتك؟ بنسبة 100%
- مستوى رضاك عن أسعار وجودة المدخلات/الاصول/المواد/الأدوات/منتجات في السوق؟ بنسبة 27%

في المرتبة الرابعة من حيث الأهمية، تبرز الجوانب المتنوعة/الأخرى في مدى تأثيرها على أعمال الفاعلين في مرحلة الإنتاج. حيث شكَّلت حالتا عدم وجود وضعف عناصر الجوانب المتنوعة/الأخرى ما نسبته 17% من إجمالي النسبة المئوية الكلية

لنقاط الجوانب المتنوعة/الأخرى، في حين أن الحالتين المتوسطة والممتازة شكَّلتا ما نسبته 83% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب المتنوعة/الأخرى. بشكل عام، وبمقارنة النسب المئوية لنقاط الجوانب المتنوعة/الأخرى بمستوياتها المختلفة، يتضح أن أكثر نقطتين احتياجاً للتدخل، ومرتبَّتين حسب الأهمية، هما كما يلي:

- مهارات العرض والتقديم والترويج لمنتجاتك/خدماتك والتفاوض والاقناع مع العملاء؟ بنسبة 57%
- إمكانية الوصول الى سوق المدخلات/الاصول/المواد/الأدوات/منتجات التي تستخدمها في عملك؟ بنسبة 12%
- إمكانية الوصول الى سوق المدخلات/الاصول/المواد/الأدوات/منتجات التي تستخدمها في عملك؟ بنسبة 12%

جدول 18 مصفوفة احتياجات القدرة والمهارة لمرحلة الانتاج في قطاع البصل - محافظة حضرموت

تصنيف مصفوفة الاحتياجات	مصفوفة القدرة/المهارة	يوجد/لا اعلم	ضعيف/تناقض	متوسط/معتدل	ممتاز/متزايد	الإجمالي العام
إدارية - تنظيمية	التنظيم والتخطيط وتصميم خطط لتنفيذ المشاريع والمهام في عملك؟	48%	9%	24%	19%	100%
	هيكل تنظيمي لموظفيك وفريق عمل ذات هيكل هرمي واضح ومتسلسل؟	45%	10%	39%	6%	100%
	حسابات مالي ومشتريات وتعاقدات لإدارة مواردك المالية في عملك؟	52%	21%	24%	3%	100%
	التوثيق والأرشيف وحفظ الوثائق والسجلات الخاصة بعملك؟	70%	9%	21%		100%
	التعامل مع الشكاوى والتظلمات ومعالجتها؟			97%	3%	100%
	توفير/استيراد المنتجات للعملاء في حالة نفاذها وفي وقت سريع؟	91%	9%			100%
إدارية - تنظيمية						
فنية - تقنية	ما مدى قدرتك/مهارتك في الممارسات الجيدة والخبرة في التعامل مع المنتجات؟			6%	94%	100%
	مهاراتك في عمليات الفرز والتدريج والتصنيف للمنتجات؟	33%	27%	27%	13%	100%
	مهاراتك في عمليات الحفظ والتخزين في تداول المنتجات؟ (مثل: استخدام الثلج)؟	67%	9%	18%	6%	100%
	مهاراتك في تقييم جودة ونوعية المنتجات/الخدمات اثناء البيع او الشراء؟	33%	33%	34%		100%
	مهاراتك في صيانة وإصلاح أجهزة ومعدات وأدوات عملك؟	3%		94%	3%	100%
	اتباعك لنظام للصححة والسلامة المهنية؟ والتعامل مع أخطار/مخاطر العمل؟	58%	36%	6%		100%
فنية - تقنية						
مالية - تمويلية	مستوى رضاك عن أسعار وجودة المدخلات/الاصول/المواد/الأدوات/منتجات في السوق؟		27%	55%	18%	100%
	تقبل الموردين قرضك وثقتهم فيك لشراء المنتجات/المدخلات/الأدوات بالأجل؟		3%	91%	6%	100%
	تقبلك قرض عملائك وقوة الثقة بينك وبين عملائك في بيع منتجاتك/خدماتك بالأجل؟			91%	9%	100%
	مدى تواجد الداعمين والمنظمات والمساعدات في منطقتك؟	91%	9%			100%
	مدى تواجد مؤسسات التمويل في منطقتك؟	91%	9%			100%
	مالية - تمويلية					
متنوعة - أخرى	إمكانية الوصول الى سوق المدخلات/الاصول/المواد/الأدوات/منتجات التي تستخدمها في عملك؟	6%	6%	67%	21%	100%
	إمكانية الوصول الى سوق عملائك من اجل بيع/تقديم منتجاتك/خدماتك لهم؟	6%	3%	82%	9%	100%
	مهارات العرض والتقديم والترويج لمنتجاتك/خدماتك والتفاوض والاقناع مع العملاء؟	36%	21%	36%	7%	100%
	إمكانية استجابتك والتعاون مع الجهات والمنظمات الداعمة في منطقتك وفق الية عملها وبالأجل؟	3%		9%	88%	100%
	إمكانية الوصول الى سوق المدخلات/الاصول/المواد/الأدوات/منتجات التي تستخدمها في عملك؟	6%	6%	67%	21%	100%
	متنوعة - أخرى					
الإجمالي العام		33%	11%	38%	18%	100%

3.7.2. مرحلة التجارة والتصدير

يوضح **الجدول 19** النسب المئوية لقوة الجوانب التنظيمية والتقنية والمالية والعامية (المتنوعة) في أعمال الفاعلين في مرحلة التجارة والتصدير لقطاع البصل. تشير النتائج إلى أن الجوانب المالية/التمويلية هي الجوانب الأكثر تأثيراً على أعمال الفاعلين في مرحلة التجارة والتصدير مقارنة بالجوانب التنظيمية والتقنية والعامية (العامية)، حيث شكّلت نسبة حالي عدم وجود وضعف عناصر الجوانب المالية/التمويلية 40% من إجمالي النسبة الكلية لنقاط الجوانب المالية/التمويلية، في حين أن الحالتين المتوسطة والممتازة شكّلتا ما نسبته 40% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب المالية/التمويلية. بشكل عام، وبمقارنة النسب المئوية لنقاط الجوانب المالية/التمويلية بمستوياتها المختلفة، يتضح أن أكثر النقاط في الجوانب المالية/التمويلية احتياجاً للتدخل، ومرتببة حسب الأهمية، هي كما يلي:

- مهاراتك في عمليات الحفظ والتخزين في تداول المنتجات؟ (مثل: استخدام الثلج)؟ بنسبة 17%

في المرتبة الثانية من حيث الأهمية، تبرز الجوانب الإدارية/التنظيمية في مدى تأثيرها على أعمال الفاعلين في مرحلة التجارة والتصدير، حيث شكّلت حالي عدم وجود وضعف عناصر الجوانب الإدارية/التنظيمية ما نسبته 14% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الإدارية/التنظيمية، في حين أن الحالتين المتوسطة والممتازة شكّلتا ما نسبته 86% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الإدارية/التنظيمية. بشكل عام، وبمقارنة النسب المئوية لنقاط الجوانب الإدارية/التنظيمية بمستوياتها المختلفة، يتضح أن أكثر نقطتين احتياجاً للتدخل، ومرتببتين حسب الأهمية، هما كما يلي:

- توفير/استيراد المنتجات للعملاء في حالة نفاذها وفي وقت سريع؟ بنسبة 66%
- التوثيق والأرشيف وحفظ الوثائق والسجلات الخاصة بعملك؟ بنسبة 17%

في المرتبة الثالثة من حيث الأهمية، تبرز الجوانب الفنية/التقنية في مدى تأثيرها على أعمال الفاعلين في مرحلة التجارة والتصدير، حيث شكّلت حالي عدم وجود وضعف عناصر الجوانب الفنية/التقنية ما نسبته 9% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الفنية/التقنية، في حين أن الحالتين المتوسطة والممتازة شكّلتا ما نسبته 91% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الفنية/التقنية. بشكل عام، وبمقارنة النسب المئوية لنقاط الجوانب الفنية/التقنية بمستوياتها المختلفة، يتضح أن أكثر نقطتين احتياجاً للتدخل، ومرتببتين حسب الأهمية، هما كما يلي:

- اتباعك لنظام للصحة والسلامة المهنية؟ والتعامل مع أخطار/مخاطر العمل؟ بنسبة 33%
- مهاراتك في عمليات الحفظ والتخزين في تداول المنتجات؟ (مثل: استخدام الثلج)؟ بنسبة 17%

في المرتبة الرابعة من حيث الأهمية، تبرز الجوانب المتنوعة/الأخرى في مدى تأثيرها على أعمال الفاعلين في مرحلة التجارة والتصدير، حيث شكّلت حالي عدم وجود وضعف عناصر الجوانب المتنوعة/الأخرى ما نسبته 7% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب المتنوعة/الأخرى، في حين أن الحالتين المتوسطة والممتازة شكّلتا ما نسبته 93% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب المتنوعة/الأخرى. بشكل عام، وبمقارنة النسب المئوية لنقاط الجوانب المتنوعة/الأخرى بمستوياتها المختلفة، يتضح أن أكثر نقطتين احتياجاً للتدخل، ومرتببتين حسب الأهمية، هما كما يلي:

- إمكانية استجابتك والتعاون مع الجهات والمنظمات الداعمة في منطقتك وفق الية عملها وبالأجل؟ بنسبة 17%
- التعامل مع قوانين وتشريعات الدولة في القطاع وتنفيذ الاحكام والمخالفات إذا حدثت؟ بنسبة 17%

جدول 19 مصفوفة احتياجات القدرة والمهارة لمرحلة التجارة والتصدير في قطاع البصل - محافظة حضرموت

تصنيف مصفوفة الاحتياجات	مصفوفة القدرة/المهارة	يوجد/لا اعلم	ضعيف/تناقض	متوسط/معتدل	ممتاز/متزايد	الإجمالي العام
إدارية - تنظيمية	التنظيم والتخطيط وتصميم خطط لتنفيذ المشاريع والمهام في عملك؟				100%	100%
	هيكل تنظيمي لموظفيك وفريق عمل ذات هيكل هرمي واضح ومتسلسل؟				100%	100%
	حسابات مالي ومشتريات وتعاقبات لإدارة مواردك المالية في عملك؟			33%	67%	100%
	التوثيق والأرشيف وحفظ الوثائق والسجلات الخاصة بعملك؟	17%			83%	100%
	التعامل مع الشكاوى والتظلمات ومعالجتها؟			83%	17%	100%
	توفير/استيراد المنتجات للعملاء في حالة نفاذها وفي وقت سريع؟	33%	33%		34%	100%
إدارية - تنظيمية						
فنية - تقنية	ما مدى قدرتك/مهارتك في الممارسات الجيدة والخبرة في التعامل مع المنتجات؟				100%	100%
	مهاراتك في عمليات الفرز والتدريج والتصنيف للمنتجات؟			17%	83%	100%
	مهاراتك في عمليات الحفظ والتخزين في تداول المنتجات؟ (مثل: استخدام الثلج)؟	17%		17%	67%	100%
	مهاراتك في تقييم جودة ونوعية المنتجات/الخدمات اثناء البيع او الشراء؟			33%	67%	100%
	مهاراتك في صيانة وإصلاح أجهزة ومعدات وأدوات عملك؟			83%	17%	100%
	اتباعك لنظام للصحة والسلامة المهنية؟ والتعامل مع أخطار/مخاطر العمل؟		33%	67%		100%
فنية - تقنية						
مالية - تمويلية	ما مدى قدرتك/مهارتك في الممارسات الجيدة والخبرة في التعامل مع المنتجات؟				100%	100%
	مهاراتك في عمليات الفرز والتدريج والتصنيف للمنتجات؟			17%	83%	100%
	مهاراتك في عمليات الحفظ والتخزين في تداول المنتجات؟ (مثل: استخدام الثلج)؟	17%		17%	67%	100%
	مهاراتك في تقييم جودة ونوعية المنتجات/الخدمات اثناء البيع او الشراء؟			33%	67%	100%
	مهاراتك في صيانة وإصلاح أجهزة ومعدات وأدوات عملك؟			83%	17%	100%
مالية - تمويلية						
متنوعة - أخرى	إمكانية الوصول الى سوق المدخلات/الاصول/المواد/الأدوات/منتجات التي تستخدمها في عملك؟			17%	83%	100%
	إمكانية الوصول الى سوق عملائك/مستفيديك من اجل بيع/تقديم منتجاتك/خدماتك لهم؟				100%	100%
	مهارات العرض والتقديم والترويج لمنتجاتك/خدماتك والتفاوض والاقناع مع العملاء؟			33%	67%	100%
	إمكانية استجابتك والتعاون مع الجهات والمنظمات الداعمة في منطقتك وفق الية عملها وبالاجل؟	17%			83%	100%
	التعامل مع قوانين وتشريعات الدولة في القطاع وتنفيذ الاحكام والمخالفات إذا حدثت؟	17%			83%	100%
متنوعة - أخرى						
الإجمالي العام		14%	3%	23%	60%	100%

3.7.3. مرحلة الدعم

يوضح **الجدول 20** النسب المئوية لقوة الجوانب التنظيمية والتقنية والمالية والعامية (المتنوعة) في أعمال الفاعلين في مرحلة الدعم لقطاع البصل. تشير النتائج إلى أن الجوانب المالية/التمويلية هي الجوانب الأكثر تأثيراً على أعمال الفاعلين في مرحلة الدعم مقارنةً بالجوانب التنظيمية والتقنية والعامية (العامية). حيث شكَّلت نسبة حالي عدم وجود وضعف عناصر الجوانب المالية/التمويلية 38% من إجمالي النسبة الكلية لنقاط الجوانب المالية/التمويلية، في حين أن الحالتين المتوسطة والممتازة شكَّلتا ما نسبته 62% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب المالية/التمويلية. بشكل عام، وبمقارنة النسب المئوية لنقاط الجوانب المالية/التمويلية بمستوياتها المختلفة، يتضح أن أكثر نقطتين في الجوانب المالية/التمويلية احتياجاً للتدخل، ومرتبَّتين حسب الأهمية، هما كما يلي:

- مدى تواجد الداعمين والمنظمات والمساعدات في منطقتك؟ بنسبة 75%
- مدى تواجد مؤسسات التمويل في منطقتك؟ بنسبة 75%

في المرتبة الثانية من حيث الأهمية، تبرز الجوانب الإدارية/التنظيمية في مدى تأثيرها على أعمال الفاعلين في مرحلة الدعم، حيث شكَّلت حالتا عدم وجود وضعف عناصر الجوانب الإدارية/التنظيمية ما نسبته 0% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الإدارية/التنظيمية، في حين أن الحالتين المتوسطة والممتازة شكَّلتا ما نسبته 100% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الإدارية/التنظيمية.

في المرتبة الثالثة من حيث الأهمية، تبرز الجوانب الفنية/التقنية في مدى تأثيرها على أعمال الفاعلين في مرحلة الدعم، حيث شكَّلت حالتا عدم وجود وضعف عناصر الجوانب الفنية/التقنية ما نسبته 0% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الفنية/التقنية، في حين أن الحالتين المتوسطة والممتازة شكَّلتا ما نسبته 100% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الفنية/التقنية.

في المرتبة الرابعة من حيث الأهمية، تبرز الجوانب المتنوعة/الأخرى في مدى تأثيرها على أعمال الفاعلين في مرحلة الدعم، حيث شكَّلت حالتا عدم وجود وضعف عناصر الجوانب المتنوعة/الأخرى ما نسبته 0% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب المتنوعة/الأخرى، في حين أن الحالتين المتوسطة والممتازة شكَّلتا ما نسبته 100% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب المتنوعة/الأخرى.

جدول 20 مصفوفة احتياجات القدرة والمهارة لمرحلة الدعم في قطاع البصل - محافظة حضرموت

تصنيف مصفوفة الاحتياجات	مصفوفة القدرة/المهارة	يوجد/لا اعلم	ضعيف/ تناقض	متوسط /معتدل	ممتاز /متزا يد	الإجمالي العام
إدارية - تنظيمية	التنظيم والتخطيط وتصميم خطط لتنفيذ المشاريع والمهام في عملك؟					100%
	هيكل تنظيمي لموظفيك وفريق عمل ذات هيكل هرمي واضح ومتسلسل؟					100%
	حسابات مالي ومشتريات وتعاقبات لإدارة مواردك المالية في عملك؟					100%
	التوثيق والأرشيف وحفظ الوثائق والسجلات الخاصة بعملك؟					100%
	التعامل مع الشكاوى والتظلمات ومعالجتها؟					100%
	توفير/استيراد المنتجات للعملاء في حالة نفاذها وفي وقت سريع؟			75%	25%	100%
إدارية - تنظيمية						
فنية - فنية	مهاراتك في تقييم جودة ونوعية المنتجات/الخدمات اثناء البيع او الشراء؟				100%	100%
	مهاراتك في صيانة وإصلاح أجهزة ومعدات وأدوات عملك؟				100%	100%
	اتباعك لنظام للصحة والسلامة المهنية؟ والتعامل مع أخطار/مخاطر العمل؟				100%	100%
فنية - تقنية						
مالية - تمويلية	تقبل الموردين قرضك وثقتهم فيك لشراء المنتجات/المدخلات/الأدوات بالأجل؟				100%	100%
	تقبلك قرض عملائك وقوة الثقة بينك وبين عملائك في بيع منتجاتك/خدماتك بالأجل؟				100%	100%
	مدى تواجد الداعمين والمنظمات والمساعدات في منطقتك؟	75%		25%		100%
	مدى تواجد مؤسسات التمويل في منطقتك؟	75%		25%		100%
مالية - تمويلية						
متنوعة - أخرى	إمكانية الوصول الى سوق المدخلات/الاصول/المواد/الأدوات/منتجات التي تستخدمها في عملك؟				100%	100%
	إمكانية الوصول الى سوق عملائك/مستفيديك من اجل بيع/تقديم منتجاتك/خدماتك لهم؟				100%	100%
	مهارات العرض والتقديم والترويج لمنتجاتك/خدماتك والتفاوض والاقناع مع العملاء؟				100%	100%
	إمكانية استجابتك والتعاون مع الجهات والمنظمات الداعمة في منطقتك وفق الية عملها وبالأجل؟				100%	100%
	التعامل مع قوانين وتشريعات الدولة في القطاع وتنفيذ الاحكام والمخالفات إذا حدثت؟				100%	100%
	متنوعة - أخرى					
						100%
						85%
						7%
						8%
						الإجمالي العام

3.8. احتياجات الفاعلين في قطاع البصل لتعزيز الوصول الى الاسواق

يوضح **الجدول 21** أبرز احتياجات فاعلي الوصول إلى الأسواق لمنتج البصل في محافظة حضرموت. من خلال الجدول يتضح أن أبرز احتياجات فاعلي مرحلة الإنتاج تتمثل في توفير بذور بصل نقيه من مصدر موثوق، وتوفير وسائل نقل، وجرارات زراعية ومحاويث، وكذلك إقامة دورات تدريبية في عمليات ما قبل وما بعد حصاد محصول البصل، وخاصة في عمليات التجفيف، إضافة إلى توفير بذور بصل تتلاءم مع ظروف الطقس الحار. وفي المرتبة الأولى من هذه الاحتياجات الأربعة، أشار من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة الإنتاج إلى الحاجة لتوفير بذور بصل نقيه من مصدر موثوق، وقد شكل هذا الاحتياج ما نسبته 50% من الاحتياجات الكلية لفاعلي مرحلة الإنتاج. ويحتاج الفرد الواحد في مرحلة الإنتاج في المتوسط إلى 50 كيلو جرامًا من بذور البصل، بتكلفة تقديرية تبلغ 10000 ريال يمني للكيلو جرام الواحد، مع إمكانية المساهمة بنسبة 20% من التكلفة الكلية لهذا الاحتياج.

وفي مرحلة التجارة والتصدير، أشار من شملتهم الدراسة إلى الحاجة لإنشاء مستودعات لتخزين محصول البصل خلال فترات الذروة في الإنتاج، مزودة بأنظمة طاقة شمسية لتوفير الطاقة الكهربائية اللازمة للتشغيل، بالإضافة إلى توفير مشتقات نفطية بأسعار مدعومة، وإقامة دورات تدريبية في مجال التجارة الإلكترونية، وتسهيل وصول مصدري البصل إلى الأسواق الخارجية. وفي المرتبة الأولى من هذه الاحتياجات الأربعة، أشار من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير إلى الحاجة لإنشاء مستودعات لتخزين محصول البصل وتزويدها بمنظومات طاقة شمسية، وقد شكل هذا الاحتياج ما نسبته 50% من الاحتياجات الكلية لفاعلي مرحلة التجارة والتصدير. ويحتاج الفرد الواحد في مرحلة التجارة والتصدير في المتوسط إلى مستودع واحد لتخزين محصول البصل، ومنظومة طاقة شمسية واحدة، بتكلفة تقديرية تبلغ حوالي 5,000,000 ريال يمني، مع إمكانية المساهمة بنسبة 30% من التكلفة الكلية لهذا الاحتياج.

أما في مرحلة الدعم، فقد أشار من شملتهم الدراسة إلى الحاجة لتقديم الدعم المالي لسداد ديون الجمعيات الزراعية، وتوفير الأسمدة والمبيدات الزراعية بأسعار مدعومة، وكذلك توفير مشتقات نفطية بأسعار مدعومة، وإقامة دورات تدريبية في مجال التجارة الإلكترونية. وفي المرتبة الأولى من هذه الاحتياجات الثلاثة، أشار من شملتهم الدراسة إلى الحاجة لتقديم دعم مالي لسداد ديون الجمعيات الزراعية، وقد شكل هذا الاحتياج ما نسبته 60% من إجمالي الاحتياجات الكلية لفاعلي مرحلة الدعم. ويحتاج القطاع الواحد في مرحلة الدعم في المتوسط إلى مبلغ 15,000,000 ريال يمني، مع إمكانية المساهمة بنسبة 20% من القيمة الكلية لهذا الاحتياج.

جدول 21 أبرز احتياجات فاعلي الوصول الى الأسواق لمنتج البصل

مرحلة السلسلة	ترتيب وفق الأهمية	وصف الاحتياج	نسبة الاحتياج من كافة الاحتياجات للمرحلة %	التكلفة التقديرية للاحتياج الواحد/ريال يمني (ج)	نسبة المساهمة من اللاعب %	متوسط احتياج الفرد منها	الوحدة
الإنتاج (المزارعين) Production	1	بذور بصل نقية من مصدر موثوق	50%	10000	20%	50	كيلو
	2	وسائل نقل وجرارات حديثة مع توابعها من محارث	40%	50000000	30%	1	مجموعة
	3	دورات في عمليات ما قبل وبعد الحصاد مثل كيفية إجراء العلاج التجفيفي في الحقل بعد الحصاد	5%	10000000	0%	3	دورة
	4	إيجاد أصناف تتلاءم مع الأشهر الحارة في مناطق الدراسة	5%	100000	0%	50	كيلو
التجارة والمعالجة والتصدير Trade, Processing, and Export	1	إنشاء مخازن ذات مواصفات خاصة لتخزين البصل مزوده بمنظومة طاقة شمسية لتوليد الكهرباء	50%	5000000	30%	1	مستودع + منظومة طاقة شمسية
	2	دعم المشتقات النفطية	30%	10000000	50%	10000	لتر
	3	دورات في التجارة الالكترونية وتكفل جهة معينة لضمان عدم الاحتيال والابتزاز من قبل التجار في الخارج	20%	2000000	0%		
	4	تسهيل الحركة لمصدري البصل في المنافذ					
الجهات الداعمة (الجمعيات) Supporters	1	دعم الجمعيات في سداد الديون المترتبة على البيع بالأجل	60%	150000000	20%		ريال يمني
	2	دعم الجمعيات بالأسمدة والمبيدات بأسعار منخفضة	30%	5000000	50%	10000	كيلو
	3	دعم المشتقات النفطية	20%	10000000	50%	10000	لتر
	4	دورات في التجارة الالكترونية (التسويق الخارج) وتكفل جهة معينة لضمان عدم الاحتيال والابتزاز من قبل التجار في الخارج	10%	2000000	0	5	دورة

4. مقترح احتياجات الفاعلين في قطاع البصل.

استنادًا إلى البيانات الميدانية التي تم جمعها خلال فترة الدراسة، والتي كانت تهدف إلى تحسين أداء سلسلة القيمة لمنتج البصل والوصول به إلى الأسواق العالمية، تم تحليل المشاكل والاحتياجات التي يعاني منها الفاعلون في القطاع. شملت هذه التحليلات آراء مزارعي وتجار البصل وكذلك الجمعيات الزراعية في محافظة حضرموت. من خلال هذه البيانات، تم الوصول إلى عدد من التوصيات والتدخلات التي إذا تم تنفيذها بشكل مدروس، فمن المتوقع أن تسهم بشكل كبير في تحسين أداء جميع فاعلي سلسلة الإنتاج والتسويق في قطاع البصل.

من المتوقع أن تؤدي هذه التوصيات إلى تحسين الكفاءة في مرحلتي الإنتاج والتسويق، مما سيساعد على رفع مستوى الأرباح التي يحققها الفاعلون في هذه المراحل. هذا يأتي في وقت يشهد فيه القطاع غياباً كبيراً للدور الداعم من العديد من الجهات المعنية، وهو ما يُعد من أبرز التحديات التي تواجه فاعلي القطاع. إن تنفيذ هذه التدخلات بشكل فعال قد يسهم في تخفيف الآثار السلبية لهذا الغياب ويمنح المزارعين والتجار الأدوات اللازمة لتحسين إنتاجهم وأرباحهم.

علاوة على ذلك، ستساهم هذه المقترحات في توفير فهم أعمق لاحتياجات فاعلي قطاع البصل من مزارعين وتجار، كما ستقدم إرشادات عملية للمسؤولين والمهتمين بهذا القطاع، مما يسهم في تعزيز التخطيط السليم وتنفيذ المشاريع المستقبلية. كما أن هذه التوصيات ستعمل على تعزيز الجهود الرامية إلى تحقيق التنمية المستدامة في قطاع إنتاج وتجارة البصل في الجمهورية اليمنية، سواء من حيث زيادة كميات الإنتاج أو تحسين جودة المنتج.

إن تحقيق هذه الأهداف يتطلب تكاتف الجهود بين مختلف الجهات المعنية، من مؤسسات حكومية، وجمعيات زراعية، ومنظمات دعم، بالإضافة إلى القطاع الخاص. الأمر الذي سيساهم في رفع القدرة التنافسية للبصل اليمني في الأسواق العالمية، وبالتالي فتح آفاق جديدة لتصديره وزيادة عوائده الاقتصادية.

تعتمد فريق الدراسة إلى دراسة مراحل إنتاج البصل بدءًا من المزرعة، بهدف فهم حركة المنتج في القطاع بشكل شامل ودقيق. وذلك من خلال تحليل كافة الممارسات والمعالجات التي تتم خلال هذه المراحل، بما في ذلك تلك التي تؤثر سلبًا أو إيجابًا على جودة المنتج. كما تم تحديد أبرز التحديات التي تواجه الفاعلين في القطاع، وكيفية معالجتها بطرق فعّالة.

ثم ركزت الدراسة على فاعلي تجارة وتصدير البصل، باعتبارهم حلقة الوصل بين الأسواق المحلية والدولية، حيث يعد دورهم محوريًا في ربط الإنتاج بالتوزيع. ولم تغفل الدراسة عن أهمية التكتلات والتعاونيات الزراعية، فضلًا عن الجهات ذات العلاقة في القطاع الزراعي بشكل عام، وقطاع البصل بشكل خاص، حيث أن هذه الجهات تشارك في تحسين الأداء وتوفير الدعم للمزارعين والتجار.

وقد تم وضع المقترحات بشكل تدريجي، بدءًا من مرحلة الزراعة والإنتاج، ثم الانتقال إلى بناء الهياكل التنظيمية للتكتلات والتعاونيات الزراعية. تلتها مرحلة التجارة والتصدير، حيث يتم النظر إليها كحلقة مترابطة ضمن سلسلة القيمة. من خلال هذا المنهج التدريجي، يتم معالجة التحديات من جذورها، مما يضمن استدامة القطاع ويعزز الجدوى الاقتصادية لجميع المعنيين في سلسلة الإنتاج والتسويق.

وفيما يلي أبرز المقترحات التي تم وضعها، وفقًا لكل مرحلة من مراحل سلسلة القيمة، والتي يمكن أن تسهم بشكل كبير في تحسين الأداء العام للقطاع وزيادة تنافسيته محليًا ودوليًا.

4.1. مرحلة الإنتاج

كما سبق النقاش في الفصول السابقة من هذه الدراسة يواجه المزارعين في هذه المرحلة العديد من التحديات بعضها متعلق بالبيئة التنظيمية للقطاع والآخر بتكاليف الإنتاج والتحديات البيئية والتسويقية وغيرها، وفيما يلي أبرز الحلول والمقترحات لمعالجة هذه التحديات وهي كالتالي:

- **الارشاد والتوعية والتدريب:** يواجه المنتجون نقصاً في العديد من المهارات اللازمة لتحسين أدائهم في الإنتاج والاستفادة الأمثل من الموارد المتاحة. يمكن تحسين مهاراتهم من خلال تنظيم برامج توعوية وإرشادية، إضافة إلى إقامة مدارس حقلية وورش تدريبية، تركز على المعاملات الزراعية السليمة والتقنيات الحديثة المستخدمة في إنتاج البصل. تشمل هذه البرامج موضوعات مثل استخدام المعدات الزراعية الحديثة، ونظم الري والتسميد المقنن، بالإضافة إلى برامج مكافحة المتكاملة للآفات (IPM) التي لا تعتمد بشكل رئيسي على المبيدات، بل على أنماط زراعية تقلل من تأثير الإصابة بالآفات إلى الحد الأدنى. من المهم أيضاً أن يتعلم المنتجون مهارات الإدارة المزرعية، وحساب تكاليف الإنتاج، وتحسين الإنتاجية لزيادة العائد في وحدة المساحة بأقل التكاليف، مما يعزز قدرتهم التنافسية في الأسواق العالمية والإقليمية.
- **ميكنة العمليات الانتاجية والزراعية:** ما زالت معظم العمليات الزراعية المتعلقة بإنتاج البصل تعتمد بشكل كبير على العمل اليدوي، مما يحد من قدرة المنتجين على التوسع في الإنتاج ويزيد من تكاليفه بشكل ملحوظ. هذا يضعف القدرة التنافسية للإنتاج، خصوصاً في ظل استخدام البلدان المنتجة للبصل لتقنيات وآليات حديثة تساهم في تحسين الإنتاجية وتنافس بقوة في الأسواق العالمية.
- **الاعتماد على نظم الزراعة المستدامة:** من ضمن نظم الزراعة المستدامة التي يمكن اعتمادها في إنتاج البصل، هو استخدام التسميد العضوي والحيوي من خلال المخلفات الحيوانية والنباتية المتحللة بالكامل، بالإضافة إلى استخدام الكائنات الدقيقة المفيدة لتحسين خصوبة التربة وتيسير امتصاص العناصر الغذائية من قبل النباتات. هذه الأنظمة مُتبعة في العديد من البلدان العربية المجاورة. كما يمكن دمج أنظمة تسميد تعتمد جزئياً على التسميد الكيميائي. علاوة على ذلك، يمكن اتباع دورات زراعية تتناوب فيها محاصيل متنوعة على نفس الأرض، مما يساعد على تجنب استنفاد التربة. على سبيل المثال، يمكن إدخال محاصيل من العائلة البقولية في دورة إنتاج البصل، ما يساهم في تثبيت النيتروجين الجوي في التربة ويحد من انتشار الأمراض التي تصيب البصل.
- **تحسين الإنتاج النوعي للبصل او بذور البصل:** للتنافس في الأسواق العالمية، يجب أن يكون الإنتاج متوافقاً مع متطلبات المستهلكين في الأسواق المستهدفة، وهذا يتطلب توفير منتج عالي الجودة على جميع الأصعدة. يتميز الإنتاج المحلي للبصل، وخصوصاً الأصناف الحمراء، بقوة النكهة وصلابة البصيلات، ومع المزيد من الاهتمام، يمكن تحسين الحجم وتقليل العيوب ونسبة البصيلات المصابة بالآفات. أما بالنسبة لبذور البصل، فيجب تمكين الشركات المنتجة من تطبيق المواصفات القياسية للبذور من حيث النقاء والجودة، بالإضافة إلى تحسين التغليف وبناء العلامة التجارية، مع الالتزام ببقية المواصفات اللازمة لتصدير البذور.
- **إنشاء التكتلات التعاونية وتعزيز العمل التعاوني:** يساهم إنشاء التكتلات التعاونية وتعزيز العمل التعاوني في تسهيل الحصول على مدخلات الإنتاج في الوقت المناسب، بأسعار أقل وجودة أفضل، من خلال الاستفادة من ميزات وفورات الحجم. كما يساهم العمل التعاوني في تحسين إمكانيات التسويق، مما يتيح الحصول على أفضل الأسعار مع هامش تسويقي أكبر. ويزداد هذا الفائدة إذا اعتمدت التكتلات الزراعية ممارسات إنتاجية حديثة تعتمد على أفضل أساليب الإنتاج والفرز والتعبئة والتخزين والتسويق.

- **عدم استخدام المبيدات ذات السمية العالية او ذات الاثر المتبقي² الطويل للمبيدات:** يخضع الإنتاج الموجه للتصدير إلى الأسواق الإقليمية والعالمية لاختبارات مخبرية لقياس نسبة الأثر المتبقي من المبيدات السامة التي تم استخدامها في معاملة المحصول. وبناءً على نتائج هذه الاختبارات، يتم قبول الشحنات أو رفضها. ولتيسير إجراءات الشحن والتصدير والحصول على تصاريح العبور من المنافذ والموانئ، من الضروري توعية المنتجين بأنواع المبيدات المحرمة والممنوعة دولياً، مع التأكيد على ضرورة الالتزام بفترات الأمان المقررة قبل حصاد المحصول.
- **انتهاج نظام الزراعة الذكية مناخياً:** نظام الزراعة الذكية مناخياً يشمل مجموعة من الممارسات الزراعية المتطورة التي تهدف إلى التكيف مع التغيرات المناخية المستمرة. يركز هذا النظام على تحسين القدرة الإنتاجية للأراضي الزراعية في ظل التقلبات المناخية المتزايدة، مثل ارتفاع درجات الحرارة والتغيرات في نمط هطول الأمطار. تشمل هذه الممارسات اختيار الأوقات المناسبة لزراعة المحاصيل بناءً على التنبؤات المناخية، بحيث يتم تحديد أفضل فترات الزراعة التي تتناسب مع الظروف المناخية المحلية. كما يتضمن النظام تطبيق تقنيات ري متطورة، مثل الري بالتنقيط أو الري الذكي، التي توفر المياه وتزيد من كفاءة استخدامها في فترات الجفاف أو تقلبات الهطول المطري. من جانب آخر، يشمل النظام اختيار الأصناف الزراعية التي تتمتع بقدرة عالية على التكيف مع التغيرات المناخية، مثل المحاصيل التي تتحمل درجات الحرارة المرتفعة أو نقص المياه. تتسم هذه الأصناف بقدرتها على تحمل الإجهاد الحراري والجفاف، مما يجعلها أكثر مقاومة للظروف البيئية القاسية، وبالتالي تحقق إنتاجية أعلى رغم التحديات المناخية. باستخدام هذه التقنيات والممارسات، يمكن للمزارعين تعزيز استدامة الزراعة وتحقيق نتائج أفضل على المدى الطويل، مما يساهم في تحسين الأمن الغذائي ويقلل من تأثيرات التغيرات المناخية على الإنتاج الزراعي.
- **تحسين مدخلات إنتاج البصل:** يُعتبر تحسين مدخلات إنتاج البصل من العناصر الأساسية لتحقيق إنتاجية عالية وجودة متميزة. يشمل هذا تحسين جودة البذور والأسمدة المستخدمة في الزراعة. فعلى سبيل المثال، يعد اختيار بذور البصل الأحمر "بافطيم" من مصادر موثوقة وخالية من الشوائب، بما في ذلك بذور الحشائش، أمراً بالغ الأهمية. فهذه البذور ذات الجودة العالية تضمن نمو النباتات بشكل سليم وتزيد من فرص الحصول على محصول جيد. بالإضافة إلى ذلك، يعد استخدام الأسمدة عالية الجودة التي تخضع للتراخيص والتصاريح اللازمة من الجهات المختصة أمراً ضرورياً. ذلك أن العديد من المزارعين قد يتعرضون لخسائر كبيرة بسبب شراء مواد ذات جودة رديئة أو تعرضهم لعمليات غش في السوق. في أغلب الأحيان، يلجأ المزارعون إلى شراء المواد الأقل تكلفة، ظناً منهم أنها ستساهم في تقليل النفقات، لكن في النهاية تؤدي هذه المواد إلى انخفاض في الإنتاج بسبب عدم فعاليتها أو تدني جودتها. وفي هذا السياق، يمكن للتكتلات التعاونية والجمعيات الزراعية أن تلعب دوراً مهماً في توفير مدخلات إنتاج عالية الجودة للمزارعين. من خلال التعاقد مع شركات أو جهات موثوقة، يمكن لهذه التكتلات توفير البذور والأسمدة بشكل منتظم وبأسعار معقولة، مما يساعد المزارعين على الحصول على المواد اللازمة للإنتاج دون التعرض لمخاطر المواد المتدنية الجودة.

² يعرف الأثر المتبقي للمبيدات بأنه الكمية التي تبقى من المبيد على ثمار الخضر والفاكهة بعد رشها بنسبة أعلى من المسموح به عند جني المحصول مع تجاوز فترة الأمان الخاصة بكل مبيد التي يمنع خلالها جني المحصول والتي تجعل الثمار آمنة من خطر وجود المبيد الذي يتفكك خلال هذه الفترة.

علاوة على ذلك، يمكن توفير هذه المدخلات بكميات تجارية تلي احتياجات المزارعين وتعزز من قدرتهم التنافسية، مما يساهم في تحسين الإنتاجية والجودة وزيادة العوائد المالية. وباستخدام هذه المدخلات المحسنة، يمكن للمزارعين تقليل الخسائر وزيادة الإنتاج بشكل مستدام، ما يساهم في تعزيز أمن الغذاء وتحقيق التنمية الزراعية المستدامة.

- **تسهيل التمويل الزراعي:** يعد توفير التمويل الزراعي الميسر من أهم العوامل التي تشجع المزارعين على التوسع في الإنتاج وتبني تقنيات الزراعة الحديثة. إذ يمكن أن تسهم المنح أو القروض الميسرة، التي تُقدم بدون فائدة، في تحفيز المزارعين على شراء المعدات والأدوات اللازمة لرفع إنتاجيتهم وتحسين جودة المحاصيل. ومن خلال توفير تمويل مناسب، سيكون لدى المزارعين القدرة على تطبيق أساليب الزراعة المتقدمة التي تعتمد على التكنولوجيا والتقنيات الحديثة بدلاً من الأساليب التقليدية التي قد تكون أقل فعالية في مواجهة التحديات المناخية والاقتصادية. تزداد أهمية هذه القروض أو المنح إذا كانت موجهة لتلبية احتياجات المزارعين في إطار نظم الزراعة الحديثة. فبذلك، يتمكن المزارعون من تحسين ممارساتهم الزراعية، مثل الري الذكي، واختيار الأصناف ذات الإنتاجية العالية، وزيادة استخدام الأسمدة والمبيدات بشكل فعال، مما يؤدي إلى زيادة العائدات وتحسين جودة المحاصيل. تلعب التعاونيات والجمعيات الزراعية دورًا محوريًا في هذا السياق، حيث يمكن لها أن توفر الضمانات اللازمة للمزارعين المنتسبين لها، مما يساعدهم في الحصول على التمويل بسهولة. كما يمكن لهذه الجمعيات التفاوض مع الجهات الممولة للحصول على أفضل الشروط، وبالتالي تسهيل عملية الحصول على القروض أو المنح. لكن لا يكفي توفير التمويل الزراعي وحده؛ يجب أن يتماشى مع استراتيجيات تسويقية فعالة. فزيادة الإنتاجية دون وجود قنوات تسويق مناسبة قد يؤدي إلى تراكم المنتجات دون بيعها، مما يضر بالمزارعين. لذا، ينبغي أن تتكامل هذه الاستراتيجيات مع برامج تسويقية تدعم المزارعين في بيع محاصيلهم سواء في الأسواق المحلية أو العالمية. وبهذه الطريقة، يعزز التمويل الزراعي الميسر قدرة المزارعين على تحسين الإنتاجية والجودة، ويضمن لهم القدرة على تسويق منتجاتهم بشكل فعال، مما يحقق لهم النجاح المستدام ويساهم في تعزيز الأمن الغذائي والتنمية الاقتصادية في القطاع الزراعي.

- **تعزيز ممارسات الحصاد وما بعد الحصاد:** تلعب هذه الممارسات دورًا هامًا في تحسين قدرة البصل على التخزين وتحمل النقل والتوزيع والتسويق. وهذا بدوره يمنح ميزة إضافية للتجار المصدرين، مما يزيد من قدرتهم على التسويق والبيع قبل أن يتعرض البصل للتلف أو انخفاض الجودة. تبدأ بعض هذه الممارسات قبل الزراعة، مثل اختيار الأصناف ذات القدرة التخزينية العالية، بينما تبدأ ممارسات أخرى قبل الحصاد بفترة قصيرة، مثل تقليل الأسمدة الأزوتية، والاعتدال في استخدام الأسمدة المحتوية على الفسفور والبوتاسيوم، وتقليل كميات مياه الري لزيادة نسبة المادة الصلبة داخل البصيلات، مما يعزز قدرتها على التخزين ويقوي النكهة والطعم. ثم تلي ذلك بعض الممارسات أثناء وبعد الحصاد، مثل تجنب الجروح الميكانيكية للبصيلات، وتجنب تعريضها لدرجات الحرارة المرتفعة أو الرطوبة العالية، واتباع أفضل الممارسات في التجفيف والتجهيز قبل النقل إلى مرحلة التسويق والبيع.

- **التشبيك بين الفاعلين في قطاع البصل لتلبية متطلبات السوق الخارجية:** يمكن تحقيق ذلك من خلال تنظيم ورش عمل ولقاءات بحضور ممثلين من السلطات والجهات المعنية، إلى جانب مجموعات من المنتجين وعدد من الفاعلين في تسويق البصل محليًا وخارجيًا. كما يمكن تشجيع التكتلات والتعاونيات الزراعية لتوضيح متطلبات الإنتاج التي يجب أن يلتزم بها منتج البصل للحصول على التصاريح اللازمة للتصدير. في هذه اللقاءات، يمكن

للمصدرين والتجار طرح عروضهم على المنتجين الذين يمكنهم الالتزام بالحد الأدنى من متطلبات التصدير. يمكن أن يتطور الأمر لاحقًا إلى تنفيذ اتفاقيات تسويقية، بما يعرف بالزراعة التعاقدية، التي تساعد المنتجين على تسويق إنتاجهم بشكل أسهل وتضمن للتجار والمصدرين الحصول على كميات شبه ثابتة من الإنتاج السنوي، ما يغطي التزاماتهم تجاه العملاء والسوق.

- **إدارة وتقليل الفاقد:** أظهرت النتائج الميدانية للدراسة وجود نسب عالية من الفاقد في محصول البصل، ويعود ذلك إلى تعرض البصيلات للتلف سواء في الحقل أو بعد الحصاد. ويتسبب ذلك في خسائر كبيرة للمزارعين، وتعود أسباب هذا الفاقد إلى عدة عوامل، منها سوء إدارة المزرعة، وانتشار الأمراض التي تؤثر على صحة النباتات، بالإضافة إلى قصور في ري الحقول، وخاصة في حالات انعدام المحروقات أو ارتفاع أسعارها التي تستخدم لتشغيل مضخات المياه من الآبار الجوفية. علاوة على ذلك، قد تتسبب ممارسات الحصاد غير السليمة في زيادة نسبة الفاقد، فضلًا عن تخزين البصيلات بشكل غير مناسب بعد الحصاد. ما يميز إدارة الفاقد في مثل هذه الحالات هو القدرة على تحويل الكمية المفقودة إلى منتجات قابلة للبيع، ما يؤدي إلى زيادة الإيرادات وتحقيق هامش ربح أعلى للمزارعين. بالإضافة إلى ذلك، فإن هذا التوجه يعزز استدامة الإنتاج الزراعي ويقلل من الخسائر الاقتصادية المرتبطة بتلف المحاصيل. ويعكس النجاح في إدارة الفاقد مستوى عالٍ من التطور في العملية الإنتاجية، حيث يتطلب هذا الأمر اهتمامًا إضافيًا على مستوى العمليات الزراعية والتخزين، مع ضرورة تبني أساليب وتقنيات حديثة لضمان تقليل الخسائر إلى أدنى حد ممكن. هذا التوجه لا يقتصر فقط على تحسين الوضع الاقتصادي للمزارعين، بل يسهم أيضًا في تعزيز الاستدامة البيئية من خلال تقليل النفايات الزراعية وتحقيق استفادة مثلى من الموارد المتاحة.

4.2. مرحلة الدعم

إن ما يميز الفاعلين في هذه المرحلة من سلسلة قيمة البصل هو كونهم مؤسسات أو جهات تطوعية خيرية لا تنتظر أي مقابل من أعمالها التنموية لقطاع البصل. وتعود كل عائدات أنشطتها إما للمنتجين على شكل خدمات مقدمة أو تسهيلات للحصول على الخامات أو المنتجات أو تسويق وتنظيم الإنتاج، أو للتجار على هيئة تقديم خدمات الربط بينهم وبين المنتجين وتسهيل حصولهم على إنتاج عالي الجودة وبالكميات المطلوبة. وفي حضرموت توجد بعض التكتلات التي تعمل في قطاع البصل، وتحتاج هذه التكتلات إلى مزيد من التطوير والتحسين وزيادة عددها لتلبية تطلعات قطاع إنتاج البصل في اليمن. وفيما يلي بعض التوصيات التي يقترحها فريق الدراسة:

- **تنشيط ودعم دور هيئة الأبحاث الزراعية بوادي حضرموت:** لتنفيذ التجارب المختلفة في زراعة وإنتاج البصل، واختبار الأصناف، واستنباط أصناف جديدة تتلاءم مع متغيرات المناخ ومتطلبات السوق. وأيضًا إصدار النشرات التوعوية بأفضل الممارسات الزراعية والمواسم المناسبة للزراعة والإنتاج، ووضع الخطط الإنتاجية والتسويقية لمناطق الإنتاج. ويمكن أن تلعب هيئة الأبحاث الزراعية مع كل من مكاتب الزراعة والري في المديرية المستهدفة، والغرفة التجارية بوادي حضرموت، والتعاونيات الإنتاجية أدواتًا تنسيقية للربط بين المنتجين والمصدرين لتوطيد العلاقة بينهم وتوزيع هامش الربح بين كافة الفاعلين في السلسلة.
- **دعم تكوين التكتلات التعاونية وتعزيز مفهوم العمل الجماعي:** سيحسن هذا الأمر من إمكانيات وصول المنتجين إلى الخدمات والخامات اللازمة للإنتاج، بالإضافة إلى ان الجمعيات التعاونية يمكن ان تساهم في اعمال التسويق والتوزيع والتعاقد مع المصدرين والتجار وتجهيز الانتاج بالشكل الذي يلي متطلبات التصدير والاسواق

المستهدفة.

- **دعم التكتلات التعاونية والجمعيات الزراعية بالأصول الانتاجية:** والتي ستساعد على تجهيز الانتاج بالشكل المطلوب والمناسب للتصدير، وتتمثل هذه الاصول بمعدات الفرز والتدريج ومستودعات مهيئة لاستقبال الانتاج والتخزين، وشاحنات للنقل والتوصيل، ويمكن ايضا توفير معدات زراعية حديثة للجمعيات تقوم الجمعية بتأجيرها برسوم مناسبة للمزارعين لتسهيل حصولهم على خدمات الميكنة بأسعار مناسبة وفي الاوقات المناسبة من الموسم.
- **التخطيط الجيد لمواسم الزراعة والحصاد لمختلف مناطق الانتاج:** يمكن من خلال ذلك توزيع المساحات المزروعة من محصول البصل بشكل يضمن استمرار حصاد البصل وتوفر المحصول لأطول فترة ممكنة خلال موسم الانتاج، هذا الامر سيساهم في توازن اسعار بيع البصل طيلة الموسم. إن توازن او ثبات أسعار بيع محصول البصل يحقق منافع اقتصادية واجتماعية كبيرة للمزارعين وايضا للتجار والمصدرين، فهو يضمن عوائد عادلة للمنتجين ويعزز الاستقرار والاستدامة والتنمية طويلة الاجل لقطاع انتاج البصل وللقطاع الزراعي بشكل عام. فالأسعار المستقرة تمكن المصدرين من التنبؤ بتكاليف الانتاج والشحن ويساعدهم على تحديد الاسعار بشكل أكثر دقة وتحقيق هامش ربح مناسب، ويحمي المصدرين من تقلبات السوق والخسائر المحتملة، كما تساعد على التخطيط وبناء استراتيجيات تسويق أكثر كفاءة، فعند عدم وجود اسعار ثابتة او موحدة للإنتاج يتعرض المزارعين لتقلبات كبيرة وفجائية في الاسعار بسبب تقلب الاسعار وقد يتعرضون في بعض الاحيان لخسائر كبيرة عند زيادة العرض على الطلب وانخفاض الاسعار في السوق. كما ان التقلبات السعرية تجعل من الصعب على المزارعين التخطيط للإنتاج والاستثمار بشكل فعال، ومن ناحية اخرى تزيد من مخاطر التسويق للمصدرين وتقلل من الميزة التنافسية في الاسواق الخارجية وتقلل من القدرة التفاوضية للمصدرين مع المشتريين والعملاء الخارجيين.
- **تمثيل المنتجين امام المصدرين في الاتفاقيات والزراعة التعاقدية وتوحيد اسعار البيع:** وهذا يخدم في نفس الوقت النقطة السابقة لهذه التوصية والتي تمنح كل الاطراف في الانتاج والتسويق على الحصول على اسعار شبه ثابتة للبيع والشراء. وفق معايير محددة للإنتاج والجودة. إن اتباع خطة لتوحيد السعراو تقليل التقلبات السعرية ستساهم في دخول محصول البصل اليمني الى أسواق الخليج وغيرها من الاسواق بكفاءة اعلى وانتشار اوسع وسيساهم في زيادة صادرات البصل اليمني وتعزيز مكانته كمنتج زراعي رائد في المنطقة.
- **تفعيل دور الجهات الحكومية والمعنية بإصدار تصاريح التصدير وشهادة المنشأ:** يتضمن ذلك زيادة ثقة هذه الجهات لدى الدول المستهدفة للتصدير اليها وذلك بهدف تسهيل وصول المنتج اليها دون تأخير او عرقلة في المنافذ والموانئ. يمكن ذلك من خلال عقد ورش عمل مشتركة مع الجهات المعنية في البلدان التي تستورد البصل من اليمن وتوقيع اتفاقيات دولية تضمن فيها الجهات المعنية اليمنية التزامها بالآليات المعتمدة لتقييم الانتاج الصادر ومنح الشهادات وفق هذه الالية بشفافية وبدون تحيز. ويجدر الاشارة الى مختلف الادوار التي يمكن ان تلعبها الجهات والمؤسسات الحكومية والمختلطة مثل هيئة ضبط الجودة والمقاييس والادارة العامة لوقاية النباتات ممثلة بادراه فحص المبيدات والاثر المتبقي والامراض والآفات النباتية والحجر الزراعي وغرفة الصناعة والتجارة وجمعيات المصدرين ومصصلحة الجمارك.
- **التدريب والتأهيل:** خصوصا للتعاونيات الزراعية في مجالات العمل الاداري والمؤسسي وعمل الدراسات والتخطيط والتنظيم واعداد الاستراتيجيات وصياغة اللوائح والنظام الداخلي للجمعية وتجديد التصاريح بشكل

دوري واجراء الاجتماعات الدورية واجتماعات الجمعية العمومية واجراء انتخابات مجلس رئاسة الجمعية، ويمكن ايضا تهيئة الجمعيات لتكون شريك منفذ للدراسات الميدانية والمشاريع التنموية الممولة من الجهات المانحة والداعمة للقطاع الزراعي، ومصدرا للمعلومات الزراعية الدقيقة عن الموارد المتاحة والقوة البشرية والخبرات المتوفرة لتحقيق الاستفادة الكاملة من الموارد.

- **دعم وتأهيل التكتلات والتعاونيات الزراعية والجهات الداعمة للقطاع لشهادات الاعتماد الدولية:** مثل شهادات الايزو 9001 والايزو 22000 والهاسب والتي تعزز ثقة هذه المؤسسات لدى الجهات والافراد في الدول المصدر لها ويمكن ايضا دراسة امكانية حصول جمعيات المنتجين على شهادات معتمدة متخصصة لها مثل شهادة الممارسات الزراعية الجيدة GAP واليت تعطي ثقة أكبر عن سلامة المنتج الزراعي وتزيد من فرص التسويق في مختلف الاسواق الاقليمية والدولية.

4.3. مرحلة التجارة والتصدير

يلعب التجار والمصدرين دورا لا غنى عنه في قطاع البصل، فهم حلقة الوصل بين المنتجين والمستهلكين في مختلف الاسواق الاقليمية والدولية، ويبدلون جهود كبيرة في سبيل وصول منتج البصل اليمني الى الاسواق المحلية في الدول المستورة بصورة سليمة قابلة للاستهلاك وفي نفس الوقت منافس لمنتجات البصل الاخرى القادمة من بلدان اخرى من حيث الجودة والطعم والتغليف وايضا السعر فيجب على المصدر ان يدرك انه ليس المصدر الوحيد للبصل في العالم وان هناك عشرات البلدان التي تمتلك كميات من البصل الفائض عن استهلاكها وتبحث عن تسويقها في الاسواق العالمية وبأسعار منخفضة، وهذا يحد ذاته تحدي كبير يواجه المصدرين في ظل ظروف شحن وتخزين قد تكون في بعض الاحيان صعبة او مرتفعة التكاليف. وبنية تحتية ضعيفة في الداخل اليمني، ومتطلبات عالية لمعايير الجودة وصحة الغذاء في البلدان المصدر اليها.

في نفس السياق، فان ارتفاع الطلب في البلدان المجاورة لليمن وتوفر قدرة شرائية قوية للمستهلكين في بلدان الجوار وتوفر شبكة طرق وبنية تحتية قوية في بلدان الجوار يعطي فرص قوية للمصدرين اليمنيين لتصدير البصل اليمني الى اسواق الخليج وغيرها من الاسواق إذا ما تمكنا من التغلب على العقبات والتحديات التي تواجههم، ويمكن ان يستفيدوا من عائدات تصدير وبيع البصل وبما في ذلك من عائدات مجزية لتوفير العملة الصعبة وزيادة الناتج القومي المحلي.

وكما سبق الحديث في بداية هذه التوصيات الى انه تم بناء التوصيات تدريجيا من اول مرحلة الانتاج لضمان مخرجات انتاج عالية الجودة من محصول البصل ومطابق للمواصفات القياسية الصحية في الاسواق المستهدفة وبأسعار مناسبة تسمح للمصدرين بالحصول على ميزة تنافسية وهامش تسويقي جيد في اسواق التصدير، فان التوصيات التالية لهذه المرحلة وهي مرحلة التجارة والتصدير هي استكمال لباقي حلقات سلسلة قيمة البصل حتى تتمكن من معالجة كامل الفجوات والتحديات في قطاع البصل وصول الى المستهلك النهائي. ولن يكون هناك أثر فعال ومستدام من تنفيذ اصلاحات او معالجات في مرحلة معينة دون ان اخرى كما ان التوصيات ادناه والمعنية بمرحلة التجارة والتصدير لن تكون ذات فعالية إذا ما تجاهلنا التوصيات السابقة لبقية الفاعلين في القطاع في مرحلة الانتاج والجهات الداعمة والمؤسسات الحكومية، ويمكن وصف اهم التوصيات لهذه المرحلة كما يلي:

- **الدعم الفني والتدريب والتأهيل:** بمختلف الجوانب المالية والفنية والتسويقية وبناء العلامات التجارية ومتطلبات التصدير والظروف المثالية للتخزين والنقل، يشمل ذلك دعم المصدرين للحصول على شهادات الاعتماد الدولية مثل

شهادة الممارسات الجيدة في التصنيع GMP وشهادة الايزو 9001 والايزو 22000 والدعم الفني للحصول على شهادات المنشأ للمنتج وشهادة خلو المنتج من الاثر المتبقي للمبيدات ومن الآفات والامراض الزراعية، وايضا تقديم الارشاد للمصدرين حول متطلبات وشروط الولوج الى الاسواق الأجنبية، الاقليمية والدولية عبر نشرات ارشادية توضح الحد الادنى لمتطلبات هذه البلدان وعلى سبيل المثال يوضح النموذج في مرفق 2 المرفق بهذه الدراسة الشروط الفنية والصحية والجمركية التي يجب الالتزام بها لتصدير شحنة من البصل الى المملكة العربية السعودية.

- **تقديم الدعم الفني للمصدرين في كيفية اجراء الدراسات السوقية وبناء العلامة التجارية:** بهدف تقييم الفرص الممكنة في الاسواق المستهدفة ودراسة الميزات التنافسية للمنتج المحلي وكيف يمكن ان يتم تسويقه وبناء علامة تجارية موثوقة عند المستهلك في الاسواق المستهدفة.

- **دعم تسهيل حصول التجار والمصدرين على الوثائق والتصاريح اللازمة للتصدير:** سواء من الجهات المعنية المحلية وذلك عبر ايجاد وسائل وطرق تسهل حصول التجار عليها بدون قيود او تحديات ما لم يخلوا بشروط هذه التصاريح والوثائق او من الجهات المعنية في البلد المستورد عن طريق توفير الاتفاقيات الدولية التي تسهل عبور منتجات البصل عبر المنافذ بشكل أسرع وأسهل.

- **تعزيز الثقة بين المصدرين والتكتلات الانتاجية وانشاء الاتفاقيات الرسمية واتباع نهج الزراعة التعاقدية:** وهذه هي الوجه الاخر للتوصية التي ذكرت في مرحلة الدعم، إذ ان المصدرين والتجار هم الطرف الثاني في هذه الاتفاقيات ويجب ان يعرفوا ما لهم من حقوق وما عليهم من واجبات ضمن هذه الاتفاقيات والعقود وكيف يمكن ان تسهل من حصولهم على كميات كبيرة من الانتاج عالي الجودة والمطابق للمواصفات القياسية، وبأسعار محددة متفق عليها مسبقا وما لذلك من فوائد لهم لتسهيل اجراءات التصدير وايضا تعزيز الميزة التنافسية لمنتجهم عند المنافسة في الاسواق الخارجية المليئة بأصناف البصل الطازج المستورد من مختلف البلدان.

- **دعم التجار والمصدرين بالأصول الانتاجية المساعدة في تصدير البصل او بذور البصل:** مثلا على ذلك مكائن التعبئة والتغليف والفرز والتدريج، ومستودعات التخزين المجهزة او المبردة حسب احتياج محصول البصل او بذور البصل، وشاحنات النقل التي تتناسب مع متطلبات نقل محصول البصل او بذور البصل. وايضا تقديم الدعم التقني في مجال التسويق الإلكتروني والبحث عن عملاء ومشتريين في الاسواق الخارجية عبر شبكة الانترنت لتحسين وصولهم الى أسواق اوسع وعملاء جدد.

- **دعم إنشاء سوق مركزي لتسويق وتصدير البصل اليمني:** على ان يكون السوق في منطقة التقاء بين مناطق الانتاج ومنافذ التصدير البحرية او البرية، وسيساعد السوق على التقاء اطراف المصلحة من المنتجين والجمعيات الانتاجية والمصدرين والتجار، ويمكن ان يكون السوق ايضا مزود بمجموعة من الخدمات التي يحتاجها محصول البصل مثل المخازن ومكائن الفرز والتعبئة ومعامل فحص الاثر المتبقي للمبيدات ومعامل التعقيم للشحنات واصدار تصاريح التصدير والتي قد تكون عبارة عن فروع تدار من الجهات المعنية بإصدار هذه التصاريح لتسهيل حصول التجار والمصدرين على كل ما يحتاجونه للتصدير من مكان واحد.

- **تأطير المصدرين والتجار ضمن تكتلات نقابية او اتحادية:** يكون هدفها معالجة التحديات التي تواجه المصدرين وتعزيز علاقتهم بباقي التكتلات التعاونية في قطاع البصل، كما يمكن ان يكون لهذا التكتلات دورا في تسويق منتجات البصل اليمني او بذور البصل في الاسواق الاقليمية والدولية والمشاركة في معارض الغذاء والزراعة الدولية والعمل على زيادة صادرات اليمن من البصل. ويمكن لهذا التكتل من انشاء مكتب تسويق اقليمي يهدف الى البحث المستمر في السوق ورصد وتحليل الطلب والعرض في الاسواق العالمية ووضع الخطط التسويقية السنوية وتطوير

استراتيجيات للتوزيع والترويج بالاستفادة من اختلاف مواسم الانتاج واصناف البصل التي نمتلكها.

- **دعم وتشجيع التجار والمصدرين في تنفيذ مشاريع زيادة لإضافة القيمة** على منتجات البصل او تحويلها الى منتجات ذات قيمة اعلى، بما يعزز من استخدامها او يزيد من قدرتها على الحفظ او تلبية فئة المستهلكين او فئات معينة من العملاء مثل المطاعم، ومنها على سبيل المثال تحويل البصل الى حلقات البصل الجاهزة Frozen onion rings، او مسحوق البصل Onion flakes and powder، مخلل البصل Onions pickled، معجون البصل Onion Paste، زيت البصل، Onion oil.
- **دعم قطاع الخدمات اللوجستية التي تقدم خدماتها لمصدري البصل** والتي يساهم زيادة نشاطها في تسهيل اجراءات تصدير البصل وتقليل تكلفة التصدير وتحسين الخدمات اللوجستية مثل شركات التغليف وشركات النقل والتخزين واللوجستيات.

إن نجاح سلسلة القيمة لمنتج معين لا يعتمد بشكل اساسي على احد الفاعلين فيها، وانما على يعتمد على مدى تحقيق جميع الفاعلين في سلسلة القيمة على منفعة عائدة عليه تضمن له الاستمرار والجدوى الاقتصادية، ولذلك فان تحقيق احد الفاعلين لفائدة كبيرة على حساب الفاعلين الاخرين قد يؤدي الى توقف او خلل في القطاع وتدهور للإنتاج، ومن هذا المنظور عمل فريق الدراسة على تشخيص قطاع البصل في كافة مراحل الانتاج للخروج برؤية واضحة تساعد على صياغة توصيات شاملة تساعد ان تم تطبيقها وفق خطة مدروسة على تحسين وتعزيز انتاج البصل وبذور البصل في اليمن وزيادة الصادرات.

قائمة المراجع

- Amato, A., M. Andreoli and M. Rovai (2021). "Adaptive reuse of a historic building by introducing new functions: A scenario evaluation based on participatory MCA applied to a former Carthusian Monastery in Tuscany, Italy." Sustainability **13**(4): 2335.
- Ghazinoory, S., M. Abdi and M. Azadegan-Mehr (2011). "SWOT methodology: a state-of-the-art review for the past, a framework for the future." Journal of business economics and management **12**(1): 24-48.
- الاحصاء الزراعي (2021). "كتاب الاحصاء الزراعي السنوي". وزارة الزراعة والري - الجمهورية اليمنية.
- السقاف, ن. ص., ع. خ. رويشد, ع. ع. باخوار and ع. الحداد (2020). "القدرة التخزينية للبصل صنف (بافطيم محسن - 1) الورد من ثلاثة محافظات زراعية في اليمن." مجلة جامعة عدن للعلوم الطبيعية والتطبيقية (24): 47-56.
- المركز الوطني للمعلومات (2024). "الزراعة في اليمن" المركز الوطني للمعلومات from https://yemen.nic.info/agri/agrin_yemen.
- بنين, ع. (2020). "مطبوعة في مقياس دراسة السوق". كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم - التسيير - وزارة التعليم العالي والبحث العلمي - جامعة لونيبي علي.
- سالم, ع. ع. and ع. خ. م. الشرجي (2012). "التنمية الزراعية والبحوث ونقل التكنولوجيا في الجمهورية اليمنية - اجتماع مسؤولي وخبراء بحوث ونقل التقانة الزراعية في الوطني العربي." الهيئة العامة للبحوث والارشاد الزراعي.
- غرفة التجارة والصناعة-بوادي-حضر موت-والصحراء (2023).
- مشروع-تعزيز-الامن-الغذائي-والمائي (2019). "تقييم تأثير التغيرات في المياه المتاحة على انتاجية المحاصيل الزراعية في المنطقة العربية - تقرير دراسة الحالة في اليمن." الامم المتحدة - اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي اسيا.
- وزارة التغير-المناخي-والبيئة (2018). "الدليل المبسط لزراعة الخضروات." الإمارات العربية المتحدة.

5. المرفقات

تكرارية المشكلة	المسؤول عن الحل	الحل المقترح	أثر المشكلة	سبب المشكلة	نص المشكلة
مرحلة الانتاج					
COUNTA من نص المشكلة (م)	المسؤول عن الحل (م)	الحل المقترح (م)	أثر المشكلة (م)	سبب المشكلة (م)	نص المشكلة (م)
19	وزارتي الزراعة والصناعة والتجارة	ضمان توفر الأسمدة والمبيدات ذات النوعية الجيدة بشكل مستمر وبأسعار مناسبة	تلف المحصول وانخفاض الانتاج	ضعف تدابير الرصد والمراقبة والضبط في المنافذ	رداءة جودة الأسمدة والمبيدات الزراعية
1	وزارتي الزراعة والصناعة والتجارة	ضمان توفر الأسمدة والمبيدات ذات النوعية الجيدة بشكل مستمر وبأسعار مناسبة	ضعف المحصول وانخفاض الإنتاج		
20					الإجمالي رداءة جودة الأسمدة والمبيدات الزراعية
2	وزارتي الزراعة والصناعة والتجارة	ضمان توفر الأسمدة والمبيدات ذات النوعية الجيدة بشكل مستمر وبأسعار مناسبة	تلف المحصول وانخفاض الانتاج	ضعف تدابير الرصد والمراقبة والضبط في المنافذ	ارتفاع أسعار الأسمدة والمبيدات الزراعية
2	وزارتي الزراعة والصناعة والتجارة	ضمان توفر الأسمدة والمبيدات ذات النوعية الجيدة بشكل مستمر وبأسعار مناسبة	تلف المحصول وانخفاض الانتاج	ضعف الرقابة على الأسواق	
4					الإجمالي ارتفاع أسعار الأسمدة والمبيدات الزراعية
1	الجهات الداعمة والحكومة والمجتمع	ايجاد مصادر رخيصة للطاقة الكهربائية والتحول نحو الطاقة النظيفة	ضعف المحصول وانخفاض الإنتاج	ضعف دور الدولة	ارتفاع أسعار التيار الكهربائي
1	الجمعية مع الدولة والجهات الداعمة	ايجاد مصادر رخيصة للطاقة الكهربائية والتحول نحو الطاقة النظيفة	تلف المحصول وانخفاض الانتاج		
2					الإجمالي ارتفاع أسعار التيار الكهربائي
1	الجمعية مع الدولة والجهات الداعمة	ايجاد مصادر رخيصة للطاقة الكهربائية والتحول نحو الطاقة النظيفة	تلف المحصول وانخفاض الانتاج	ضعف دور الدولة	ارتفاع أسعار المشتقات النفطية
1	وزارتي الزراعة والصناعة والتجارة	الحصول على المشتقات النفطية بأسعار مناسبة			
2					الإجمالي ارتفاع أسعار المشتقات النفطية
1	الجهات المانحة للقروض البيضاء	الحصول على مستودع لتخزين البصل	تلف المحصول وانخفاض الانتاج	القدرة التخزينية صغيرة ولا أملك وسيلة نقل	لا نملك القدرة على التخزين والنقل
1					الإجمالي لا نملك القدرة على التخزين والنقل
1	وزارة الزراعة والجمعيات	الحصول ارض خصبة	تلف المحصول وانخفاض الانتاج	الارض الزراعية غير خصبة	صعوبات في إعداد وخدمة الأراضي الزراعية واستخدام الأسمدة
1					الإجمالي صعوبات في إعداد وخدمة الأراضي الزراعية واستخدام الأسمدة
1	الجمعية مع الدولة والغرف التجارية	تطوير وفتح أسواق وقنوات تصدير خارجية جديدة وتشجيع التسويق الخارجي	تلف المحصول وانخفاض الانتاج	زيادة العرض وانخفاض الطلب	انخفاض الأسعار وتذبذبها في الأسواق المحلية

1					الإجمالي انخفاض الأسعار وتذبذبها في الأسواق المحلية
1	وزارتي الزراعة والصناعة والتجارة	ضمان توفر الأسمدة والمبيدات ذات النوعية الجيدة بشكل مستمر وبأسعار مناسبة	تلف المحصول وانخفاض الانتاج	ضعف دور الدولة	الآفات الزراعية التي تصيب المحصول
1					الإجمالي الآفات الزراعية التي تصيب المحصول
1	مسؤوليتي مع الجهات الداعمة للمشاريع الصغيرة	ايجاد مصادر رخيصة للطاقة الكهربائية والتحول نحو الطاقة النظيفة	تلف المحصول وانخفاض الانتاج	ضعف دور الدولة	انقطاع التيار الكهربائي
1					الإجمالي انقطاع التيار الكهربائي
33					الإجمالي العام

مرحلة التجارة والتصدير					
نص المشكلة (م)	سبب المشكلة (م)	أثر المشكلة (م)	الحل المقترح (م)	المسئول عن الحل (م)	COUNTA من نص المشكلة (م)
نقص السيولة المالية	زيادة تكاليف التشغيل	انخفاض نسبة المبيعات	تأمين السيولة المالية وزيادة المبيعات والتسويق	الجهات المانحة للقروض البيضاء	1
الإجمالي نقص السيولة المالية	انخفاض نسبة المبيعات	بيع المنتج محليا بأرباح محدودة	تطوير وفتح أسواق وقنوات تصدير خارجية جديدة وتشجيع التسويق الخارجي	الجمعية مع الدولة والغرف التجارية	1
لا نملك القدرة على التخزين والنقل	القدرة التخزينية صغيرة ولا أملك وسيلة نقل	تلف المحصول وانخفاض الانتاج	امتلاك سيارات نقل كبيره	الجهات المانحة للقروض البيضاء	1
الإجمالي لا نملك القدرة على التخزين والنقل	الحرب والحصار	التأخير في مواعيد تسليم البضائع	فتح حركة الطيران والشحن الجوي	الدولة	1
عدم توفرا مكانية الشحن الجوي	ضعف التدريب والتأهيل	التأخير في مواعيد تسليم البضائع	تدريب العمال على العمل وإدارة الوقت	الجمعية مع الدولة والجهات الداعمة	1
الإجمالي عدم القدرة على ادارة العمل وتنظيم اوقات الانجاز	ضعف الرقابة على الأسواق	بيع المنتج محليا بأرباح محدودة	توحيد أسعار بيع البذور	وزارة الزراعة والجمعيات	1
عدم القدرة على ادارة العمل وتنظيم اوقات الانجاز					1
انخفاض الأسعار وتذبذبها في الأسواق المحلية					1
الإجمالي انخفاض الأسعار وتذبذبها في الأسواق المحلية					1
الإجمالي العام					6

مرحلة الدعم					
نص المشكلة (م)	سبب المشكلة (م)	أثر المشكلة (م)	الحل المقترح (م)	المسئول عن الحل (م)	COUNTA من نص المشكلة (م)
ارتفاع تكاليف الإنتاج	عدم توفر مستلزمات الإنتاج المناسبة في الاسواق المحلية	ضعف المحصول وانخفاض الإنتاج	ضمان توفر الأسمدة والمبيدات ذات النوعية الجيدة بشكل مستمر وبأسعار مناسبة	وزارتي الزراعة والصناعة والتجارة	1
ارتفاع أسعار مواد التعبئة والتغليف	ارتفاع أسعار مواد التعبئة والتغليف	لم نستطع الحصول عليها بسبب الأسعار المرتفعة لها	تسهيل دخول المواد الخام اللازمة لعملية الإنتاج	وزارتي الزراعة والصناعة والتجارة	1
الإجمالي ارتفاع تكاليف الإنتاج					2
لا نملك القدرة على التخزين والنقل	لا أملك القدرة على تخزين المنتج الى حين تحسن السعر في الأسواق	تلف المحصول وانخفاض الانتاج	الحصول على مستودع لتخزين البصل	الجهات المانحة للقروض البيضاء	1
الإجمالي لا نملك القدرة على التخزين والنقل					1
الشراء بالاجل	عدم قدرة العملاء على السداد إذا كان البيع بالاجل	التأثير على عمليات الشراء وظهور منافسين برؤوس أموال قوية	الدفع نقداً	الجمعية	1
الإجمالي الشراء بالاجل					1
الإجمالي العام					4

مرحلة الانتاج - نقاط القوة						
COUNTA من نقاط سوات (م) SWOT	COUNTA من نقاط سوات (م) SWOT	تصنيف سوات وفق باسئال (PESTLEI) (م)	تصنيف سوات وفق المرحلة (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	نقاط سوات SWOT (م)	نوع نقطة سوات (م)
62%	66	1. Institutional - مؤسسي	مرحلة المدخلات	2. Technical - فني	1. نقطة_قوى تمتلك خبرة قديمة في العمل	1. نقطة_قوى
31%	33	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	مرحلة المدخلات	1. Administrative - اداري	1. نقطة_قوى مصدر البذور المزرعة نفسها	
2%	2	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المدخلات	2. Technical - فني	1. نقطة_قوى مصدر المياه من نفس المزرعة	
2%	2	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المخرجات	1. Administrative - اداري	1. نقطة_قوى البيع المباشر يؤدي إلى مردود سريع	
1%	1	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المخرجات	3. Financial - مالي	1. نقطة_قوى فرصه البيع نقدا	
1%	1	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المدخلات	1. Administrative - اداري	1. نقطة_قوى توفر حراثة	
1%	1	1. Institutional - مؤسسي	مرحلة المدخلات	3. Financial - مالي	1. نقطة_قوى العمل المالي من عائدات المزرعة نفسها	
100%	106					الإجمالي 1. نقطة قوى
100%	106					الإجمالي العام

مرحلة الانتاج - نقاط الضعف						
COUNTA من نقاط سوات SWOT (م)	COUNTA من نقاط سوات SWOT (م)	تصنيف سوات وفق باسئال (PESTLEI) (م)	تصنيف سوات وفق المرحلة (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	نقاط سوات SWOT (م)	نوع نقطة سوات (م)
26%	36	1. Institutional - مؤسسي	مرحلة المدخلات	1. Administrative - اداري	2. نقطة_ضعف ضعف المهارات الإدارية والمالية في إدارة العمل	2. نقطة_ضعف
22%	30	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	مرحلة المعالجات	2. Technical - فني	2. نقطة_ضعف ضعف العمل الفني وعدم توفير وسائل الإنتاج الحديثة	
13%	18	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	مرحلة المعالجات	2. Technical - فني	2. نقطة_ضعف عدم خزن الابصال في مستودعات خاصة	
9%	13	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	مرحلة المدخلات	1. Administrative - اداري	2. نقطة_ضعف الآلات قديمة وتحتاج إلى تجديد	
1%	2	3. Economical - اقتصادية				
10%	14	1. Institutional - مؤسسي	مرحلة المعالجات	1. Administrative - اداري	2. نقطة_ضعف عدم القدرة على التخزين والنقل	
7%	9	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المخرجات	1. Administrative - اداري	2. نقطة_ضعف ضعف القدرة على تسويق البصل	
2%	3	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المخرجات	3. Financial - مالي	2. نقطة_ضعف ضعف السيولة المالية وصعوبة استمرارية العمل بسبب تقديم خدمات الانتاج للعملاء بالأجل	
1%	1	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المدخلات			
2%	3	1. Institutional - مؤسسي		3. Financial - مالي	2. نقطة_ضعف ضعف رأس المال	
2%	3	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	مرحلة المدخلات	2. Technical - فني	2. نقطة_ضعف ضعف أداء الآلات والمعدات الزراعية الحديثة	
1%	2	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المدخلات	1. Administrative - اداري	2. نقطة_ضعف عدم توفير المدخلات اللازمة والحديثة للإنتاج	
1%	2	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	مرحلة المدخلات	2. Technical - فني	2. نقطة_ضعف عدم استخدام أساليب الري الحديثة	
1%	1	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المدخلات	1. Administrative - اداري	2. نقطة_ضعف عدم امتلاك ارض زراعية	
100%	137					الإجمالي 2. نقطة ضعف
100%	137					الإجمالي العام

مرحلة الانتاج - نقاط الفرص						
نوع نقطة سوات (م)	نقاط سوات SWOT (م)	تصنيف سوات وفق باسئال (PESTLEI) (م)	تصنيف سوات وفق المرحلة (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	نقاط سوات SWOT (م)	COUNTA من نقاط سوات SWOT (م)
3. فرصة	3. فرصة	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	مرحلة المخرجات	2. Technical - فني	3. فرصة_سهولة الطرقات	32
الإجمالي 3. فرصة	3. فرصة	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المخرجات	3. Financial - مالي	3. فرصة_ارتفاع سعر بيع محصول البصل	30
						62
						62
						100%
						100%

نوع نقطة سوات (م)	نقاط سوات SWOT (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	تصنيف سوات وفق المرحلة (م)	تصنيف سوات وفق باستال (PESTLEI) (م)	COUNTA من نقاط سوات (م) SWOT	COUNTA من نقاط سوات (م) SWOT
4. تهديد	4. تهديد_ ارتفاع أسعار المشتقات النفطية	3. Financial - مالي	مرحلة المدخلات	3. Economical - اقتصادية	31	30%
4. تهديد	4. تهديد_ انخفاض سعر بيع محصول البصل	3. Financial - مالي	مرحلة المخرجات	3. Economical - اقتصادية	21	20%
4. تهديد	4. تهديد_ رداءة جودة الأسمدة والمبيدات	2. Technical - فني	مرحلة المدخلات	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	17	17%
4. تهديد	4. تهديد_ الانقطاع المستمر للتيار الكهربائي	2. Technical - فني	مرحلة المدخلات	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	8	8%
4. تهديد	4. تهديد_ الأسعار المرتفعة للأسمدة والمبيدات	3. Financial - مالي	مرحلة المدخلات	3. Economical - اقتصادية	8	8%
4. تهديد	4. تهديد_ لا يوجد دعم او مساهمة من الجهات الداعمة لأنشطتنا الإنتاجية	3. Financial - مالي	مرحلة المدخلات	3. Economical - اقتصادية	5	5%
4. تهديد	4. تهديد_ عدم وجود رقابة على استخدام المبيدات والاسمدة	1. Administrative - اداري	مرحلة المدخلات	5. Legal - قانونية	5	5%
4. تهديد	4. تهديد_ تذبذب وعدم ثبات حالة الاسواق	1. Administrative - اداري	مرحلة المخرجات	3. Economical - اقتصادية	2	2%
4. تهديد	4. تهديد_ لا يوجد رقابة على المحاصيل التي يتم بيعها	2. Technical - فني	مرحلة المخرجات	5. Legal - قانونية	1	1%
4. تهديد	4. تهديد_ المياه الجوفية غير عذبه	2. Technical - فني	مرحلة المدخلات	7. Environmental - بيئية	1	1%
4. تهديد	4. تهديد_ الأرض مؤجرة وليست ملكي الخاص	1. Administrative - اداري	مرحلة المدخلات	1. Institutional - مؤسسي	1	1%
4. تهديد	4. تهديد_ الآفات الزراعية التي تصيب المحصول	2. Technical - فني	مرحلة المخرجات	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	1	1%
4. تهديد	4. تهديد_ ارتفاع تكاليف مدخلات الزراعة والإنتاج	1. Administrative - اداري	مرحلة المدخلات	3. Economical - اقتصادية	1	1%
4. تهديد	4. تهديد_ ارتفاع أسعار الطاقة الكهربائية	1. Administrative - اداري	مرحلة المدخلات	3. Economical - اقتصادية	1	1%
الإجمالي 4. تهديد					103	100%
الإجمالي العام					103	100%

مرحلة التجارة - نقاط القوة

نوع نقطة سوات (م)	نقاط سوات SWOT (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	تصنيف سوات وفق المرحلة (م)	تصنيف سوات وفق باستال (PESTLEI) (م)	COUNTA من نقاط سوات (م) SWOT	COUNTA من نقاط سوات (م) SWOT
1. نقطة_قوى	1. نقطة_قوى نمتلك خبرة قديمة في العمل	1. Administrative - اداري	مرحلة المدخلات	1. Institutional - مؤسسي	10	100%
الإجمالي 1. نقطة قوى					10	100%
الإجمالي العام					10	100%

مرحلة التجارة - نقاط الضعف						
COUNTA من نقاط سوات SWOT (م)	COUNTA من نقاط سوات SWOT (م)	تصنيف سوات وفق باستال (PESTLEI) (م)	تصنيف سوات وفق المرحلة (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	نقاط سوات SWOT (م)	نوع نقطة سوات (م)
%31	4	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	مرحلة المعالجات	2. Technical - فني	2. نقطة_ضعف ضعف العمل الفني وعدم توفير وسائل الإنتاج الحديثة	2. نقطة_ضعف
%23	3	1. Institutional - مؤسسي	مرحلة المدخلات	1. Administrative - اداري	2. نقطة_ضعف ضعف المهارات الإدارية والمالية في إدارة العمل	2. نقطة_ضعف
%15	2	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المعالجات	2. Technical - فني	2. نقطة_ضعف عدم وجود الآلات التعليب والتغليف	2. نقطة_ضعف
%8	1	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	مرحلة المخرجات	2. Technical - فني	2. نقطة_ضعف عدم خزن الابصال في مستودعات خاصة	2. نقطة_ضعف
%8	1	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	مرحلة المعالجات	1. Administrative - اداري	2. نقطة_ضعف عدم القدرة على التخزين والنقل	2. نقطة_ضعف
%8	1	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المدخلات	3. Financial - مالي	2. نقطة_ضعف ضعف رأس المال	2. نقطة_ضعف
%8	1	1. Institutional - مؤسسي	مرحلة المخرجات	1. Administrative - اداري	2. نقطة_ضعف ضعف التسويق الالكتروني	2. نقطة_ضعف
%100	13					الإجمالي 2. نقطة ضعف
%100	13					الإجمالي العام

مرحلة التجارة - نقاط الفرص						
COUNTA من نقاط سوات SWOT (م)	COUNTA من نقاط سوات SWOT (م)	تصنيف سوات وفق باستال (PESTLEI) (م)	تصنيف سوات وفق المرحلة (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	نقاط سوات SWOT (م)	نوع نقطة سوات (م)
%46	6	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المخرجات	3. Financial - مالي	3. فرصة_فرصه ارتفاع سعر البيع وتحسن السوق	3. فرصة
%46	6	6. Political - سياسية	مرحلة المخرجات	1. Administrative - اداري	3. فرصة_سهولة الطرقات	3. فرصة
%8	1	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المدخلات	3. Financial - مالي	3. فرصة_توفر الابصال عن طريق المزارعين	3. فرصة
%100	13					الإجمالي 3. فرصة
%100	13					الإجمالي العام

مرحلة التجارة - نقاط التهديد						
COUNTA من نقاط سوات (م) SWOT	COUNTA من نقاط سوات (م) SWOT	تصنيف سوات وفق باستال (PESTLEI) (م)	تصنيف سوات وفق المرحلة (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	نقاط سوات SWOT (م)	نوع نقطة سوات (م)
%36	5	.3 .3 - Economical - اقتصادية	مرحلة المخرجات	.3 Financial - مالي	4. تهديد انخفاض سعر بيع محصول البصل	4. تهديد
%21	3	.3 .3 - Economical - اقتصادية	مرحلة المدخلات	.3 Financial - مالي	4. تهديد ارتفاع أسعار المشتقات النفطية	
%7	1	.3 .3 - Economical - اقتصادية	مرحلة المخرجات	.1 Administrative - اداري	4. تهديد لا يوجد دعم او مساهمة من الجهات الداعمة لأنشطتنا الإنتاجية	
%7	1	.3 .3 - Economical - اقتصادية	مرحلة المعالجات	.2 Technical - فني	4. تهديد قلة مواد التعبئة والتغليف في الأسواق	
%7	1	.6 .6 - Political - سياسية	مرحلة المخرجات	.1 Administrative - اداري	4. تهديد صعوبة الشحن	
%7	1	.6 .6 - Political - سياسية	مرحلة المخرجات	.1 Administrative - اداري	4. تهديد توقف العمل في الموانئ والشحن الجوي	
%7	1	.6 .6 - Political - سياسية	مرحلة المخرجات	.1 Administrative - اداري	4. تهديد تذبذب وعدم ثبات حالة الاسواق	
%7	1	.2 .2 - Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	مرحلة المخرجات	.1 Administrative - اداري	4. تهديد الاستيراد والتصدير يتم بشكل عشوائي	
%100	14					الإجمالي 4. تهديد
%100	14					الإجمالي العام

مرحلة الدعم- نقاط القوة						
COUNTA من نقاط سوات SWOT (م)	COUNTA من نقاط سوات SWOT (م)	تصنيف سوات وفق باسئال (م) (PESTLEI)	تصنيف سوات وفق المرحلة (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	نقاط سوات SWOT (م)	نوع نقطة سوات (م)
71%	5	1. Institutional - مؤسسي	مرحلة المدخلات	1. Administrative - اداري	1.نقطة_قوى نمتلك خبرة قديمة في العمل	1.نقطة_قوى
14%	1	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المدخلات	3. Financial - مالي	1.نقطة_قوى مصدر البذور الجمعية نفسها	
14%	1	1. Institutional - مؤسسي	مرحلة المخرجات	1. Administrative - اداري	1.نقطة_قوى خبره في التسويق وتحسن سعر البيع وزيادة الطلب على البذور	
100%	7					الإجمالي 1. نقطة قوى
100%	7					الإجمالي العام

مرحلة الدعم- نقاط الضعف						
COUNT من A نقاط سوات SWOT (م)	COUNT من A نقاط سوات SWOT (م)	تصنيف سوات وفق باسئال (PESTLEI) (م)	تصنيف سوات وفق المرحلة (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	نقاط سوات SWOT (م)	نوع نقطة سوات (م)
43%	3	1. Institutional - مؤسسي	مرحلة المدخلات	1. Administrative - اداري	2.نقطة_ضعف عدم توفير المدخلات اللازمة والحديثة للإنتاج	2.نقطة_ضعف
14%	1	2. Technological-Technical - تكنولوجيا- فنية	مرحلة المعالجات	1. Administrative - اداري	2.نقطة_ضعف عدم القدرة على التخزين والنقل	
14%	1	1. Institutional - مؤسسي	مرحلة المدخلات	1. Administrative - اداري	2.نقطة_ضعف ضعف المهارات الإدارية والمالية في إدارة العمل	
14%	1	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المخرجات	3. Financial - مالي	2.نقطة_ضعف ضعف السيولة المالية وصعوبة استمرارية العمل بسبب تقديم خدمات الانتاج للعملاء بالأجل	
14%	1	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المخرجات	3. Financial - مالي	2.نقطة_ضعف التعامل بالأجل	
100%	7					الإجمالي 2. نقطة ضعف
100%	7					الإجمالي العام

مرحلة الدعم- نقاط الفرص						
نوع نقطة سوات (م)	نقاط سوات SWOT (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	تصنيف سوات وفق المرحلة (م)	تصنيف سوات وفق باستال (م) (PESTLEI)	نقاط سوات SWOT (م)	COUNTA من نقاط سوات SWOT (م)
3.فرصة	3.فرصة_سهولة الطرقات	1. Administrative - اداري	مرحلة المخرجات	6. Political - سياسية	4	57%
	3.فرصة_فرصه ارتفاع سعر البيع وتحسن السوق	3. Financial - مالي	مرحلة المخرجات	3. Economical - اقتصادية	3	43%
الإجمالي 3. فرصة					7	100%
الإجمالي العام					7	100%

مرحلة الدعم- نقاط التهديد						
نوع نقطة سوات (م)	نقاط سوات SWOT (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	تصنيف سوات وفق المرحلة (م)	تصنيف سوات وفق باستال (م) (PESTLEI)	نقاط سوات SWOT (م)	COUNTA من نقاط سوات SWOT (م)
4. تهديد	4. تهديد_انخفاض سعر بيع محصول البصل	3. Financial - مالي	مرحلة المخرجات	3. Economical - اقتصادية	2	17%
	4. تهديد_ارتفاع أسعار المشتقات النفطية	1. Administrative - اداري	مرحلة المدخلات	3. Economical - اقتصادية	2	17%
	4. تهديد_قلة مواد التعبئة والتغليف في الأسواق	2. Technical - فني	مرحلة المعالجات	3. Economical - اقتصادية	1	8%
	4. تهديد_عدم وجود رقابة على استخدام المبيدات والاسمدة	2. Technical - فني	مرحلة المعالجات	5. Legal - قانونية	1	8%
	4. تهديد_عدم استقرار العملة المحلية	3. Financial - مالي	مرحلة المخرجات	6. Political - سياسية	1	8%
	4. تهديد_تذبذب وعدم ثبات حالة الاسواق	3. Financial - مالي	مرحلة المخرجات	3. Economical - اقتصادية	1	8%
	4. تهديد_انخفاض سعر بيع البذور وعدم الطلب عليها	3. Financial - مالي	مرحلة المخرجات	3. Economical - اقتصادية	1	8%
	4. تهديد_الانقطاع المستمر للتيار الكهربائي	2. Technical - فني	مرحلة المدخلات	6. Political - سياسية	1	8%
	4. تهديد_ارتفاع تكاليف مدخلات الزراعة والإنتاج	3. Financial - مالي	مرحلة المدخلات	3. Economical - اقتصادية	1	8%
	4. تهديد_ارتفاع أسعار الطاقة الكهربائية	3. Financial - مالي	مرحلة المدخلات	3. Economical - اقتصادية	1	8%
الإجمالي 4. تهديد					12	100%
الإجمالي العام					12	100%

اللاعب	الاحتياج	الوحدة	متوسط الكمية السنوية	التكلفة التقديرية/ريال	نسبه المساهمة	متوسط احتياج الفرد	نسبة الاحتياج من كافة الاحتياجات
--------	----------	--------	----------------------	------------------------	---------------	--------------------	----------------------------------

مرحلة الانتاج							
Line1.1	ما هو الاحتياج (م)	الوحدة (م)	AVERAGE من الكمية سنوياً (م)	AVERAGE من سعر كافة الكمية (م)	AVERAGE من نسبة المساهمة (م)	COUNTA من ما هو الاحتياج (م)	COUNTA من ما هو الاحتياج (م)
2.منتجين	تركيب وحده طاقة شمسية متناسبة لتوليد الكهرباء	عدد	1	31250000	46	17	%21
	الحصول على حراثة	عدد	1	40033333	50	15	%18
	مستودع تخزين البصل والمحاصيل الزراعية	عدد	1	22777778	47	9	%11
	سيارات نقل نوع (دينا)	عدد	1	48285714	46	7	%9
	حراثة ذيل متطورة مع توابعها	عدد	1	50600000	41	6	%7
	توفير أسمدة ومبيدات اصلية فعالة بأسعار مناسبة	عدد	1	19750000	45	5	%6
	مستلزمات عملية الري الحديث بشكل متكامل	عدد	1	20000000	43	4	%5
	انشاء قنوات ري	عدد	1	26500000	39	4	%5
	شراء ارض زراعية للزراعة وانشاء مستودع مناسب	عدد	1	88000000	50	3	%4
	استصلاح الأراضي لجعلها صالحة للزراعة	عدد	1	30000000	50	3	%4
	مستودع لتخزين الابصال	عدد	1	24000000	35	2	%2
	حفر آبار جوفية لاستخراج المياه العذبة الصالحة للزراعة	عدد	1	22500000	50	2	%2
	ورشة تصنيع مستلزمات نحل	عدد	1	!DIV/0#	0	1	%1
	مستلزمات توصيل مياه الري	عدد	1	20000000	20	1	%1
	سيارة صغيرة حديثه	عدد	1	10000000	50	1	%1
	تمكيننا من الحصول على شهادات منشأ وتصدير	عدد	1	!DIV/0#	0	1	%1
	ادخال كهرباء حكومية	عدد	1	25000000	50	1	%1
الإجمالي 2. منتجين			1	34806667	45	82	%100
الإجمالي العام			1	34806667	45	82	%100

اللاعب	الاحتياج	الوحدة	متوسط الكمية السنوية	التكلفة التقديرية/ريال	نسبه المساهمة	متوسط احتياج الفرد	نسبة الاحتياج من كافة الاحتياجات
مرحلة الدعم							
Line1.1	ما هو الاحتياج (م)	الوحدة (م)	AVERAGE من الكمية سنوياً (م)	AVERAGE من سعر كافة الكمية (م)	AVERAGE من نسبة المساهمة (م)	COUNTA من ماهو الاحتياج (م)	COUNTA من ما هو الاحتياج (م)
5.داعم	تركيب وحده طاقة شمسيه لتوليد الكهرباء	عدد	1	14666700	30	3	%27
	مستودع تخزين البصل والمحاصيل الزراعية	عدد	1	25000000	30	1	%9
	سيارات نقل نوع (دينا)	متر مربع	16800	99	30	1	%9
	خط سير انتاج وتنظيف وتعليب البذور	عدد	1	20000000	30	1	%9
	ثلاجه حفظ المدخلات والمحاصيل بسعة 1500طن	عدد	1	54000000	50	1	%9
	توسعة المبنى	عدد	1	99	20	1	%9
	آلات فرز البصل والفواكه	عدد	1	99	20	1	%9
	آلات تجفيف البصل	عدد	1	99	20	1	%9
الإجمالي 5. داعم			1528	13000054	28	11	%100
الإجمالي العام			1528	13000054	28	11	%100

شروط وضوابط استيراد الخضر والفواكه الطازجة
إلى المملكة العربية السعودية

أولاً: شروط المستورد

يجب أن يتمتع المستورد بإحدى الاشتراطات التالية :

- (أ) أن يكون شخصاً معنوياً سعودياً مرخص له بمزاولة النشاط .
- (ب) أن يكون مستثمراً أجنبياً مرخصاً له بمزاولة النشاط، وفقاً لنظام الاستثمار الأجنبي .

ينقسم المستوردين إلى قسمين، وفقاً لما يلي:

- 1) مستورد فئة (أ) يمنح ترخيص محدد المدة بـ (10) سنوات قابلة للتجديد، بشرط أن يثبت ملكيته للعقارات محل مستودعات وتلاجات التبريد المزمع تفريغ شحنات الخضروات والفواكه الطازجة المستوردة بها، أو مراكز تجارية لتسويق الشحنة، وما يثبت ملكيته لوسائل نقل مبردة.
- 2) مستورد فئة (ب) يمنح ترخيص محدد بـ (3) سنوات قابلة للتجديد.

ثانياً: متطلبات عامة لإصدار الترخيص :

1) يجب أن يرفق مع الطلب المعلومات التالية :

- (أ) عنوان المستورد .
- (ب) تاريخ الاستيراد وبلد التصدير.
- (ج) بالنسبة للمستورد فئة (أ): إرفاق إحدائيات المستودعات وتلاجات التبريد المزمع تفريغ شحنة (الخضروات والفواكه) المستوردة فيها، ليتمكن مفتشي الوزارة من الشحوص إلى تلك المستودعات والتلاجات لمعاينتها للتأكد من سلامتها ومناسبتها للتخزين.
- (د) بالنسبة للمستورد فئة (ب): إرفاق عقود موثقة مع مراكز تجارية أو موزعين لتوريد الشحنات إليهم مباشرة، وبيان بوسائل النقل المبردة.
- 2) التأكد من الملاءة المالية للمستورد.
- 3) أي مستندات أو معلومات أخرى تطلبها الوكالة.

إجراءات إصدار الترخيص:

- 1) تستقبل الوكالة طلب الترخيص بعد التحقق من اكتمال ما ورد في البندين (أولاً، وثالثاً) من هذه الشروط والضوابط، وتصدر الترخيص (إلكترونياً) خلال مدة لا تزيد عن (3) أيام عمل من تاريخ تقديم الطلب .
- 2) في حال عدم قبول طلب الترخيص، فيتم إبلاغ مقدم الطلب (إلكترونياً) خلال مدة لا تزيد عن (3) أيام عمل من تاريخ تقديم الطلب، برفض طلبه، على أن يكون الرفض مسبباً .
- 3) يتم إصدار تراخيص الاستيراد من قبل الوكيل، على أن يوضح في الترخيص البيانات الأساسية للمستورد، ومدة صلاحية الترخيص .

ثالثاً: شروط قبل البدء بالاستيراد.

يجب على المستورد قبل البدء في استيراد أي شحنة، أن يتقدم للوكالة بطلب إصدار (إذن استيراد) وفقاً لما يلي :

- 1) إصدار إذن الاستيراد (إلكترونياً) خلال مدة لا تزيد عن (3) أيام عمل من تاريخ تقديم الطلب للوكالة، ويجب أن يتضمن إذن الاستيراد البيانات التالية:
 - (أ) صورة من السجل التجاري أو رخصة الاستثمار الأجنبي
 - (ب) تحديد الأصناف والكميات المطلوب استيرادها
 - (ت) تاريخ الاستيراد وبلد التصدي
 - (ث) رقم وتاريخ ترخيص الاستيراد، ونقطة الدخول، ووزن صافي شحنة الخضروات والفواكه المستوردة ونوعها
 - (ج) مدة صلاحية إذن الاستيراد، على ألا تتجاوز (60) يوماً من تاريخ صدوره
 - (ح) يجب أن تصل الشحنة محل إذن الاستيراد إلى نقطة الدخول خلال مدة صلاحية إذن الاستيراد
 - (خ) لا يتم إصدار إذن الاستيراد في حال ظهور أمراض وبائية في بلد التصدير

