



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

دراسة تحليل سلاسل القيمة في اليمن

منتج "العسل"

Value Chain Analysis Study in Yemen

"HONEY"



2024

MARKETS
تعزيز الوصول للأسواق

ISFD
مبادرة التضامن الإسلامي للتنمية
Islamic Solidarity Fund for Development

IsDB
البنك الإسلامي للتنمية
Islamic Development Bank

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



دراسة تحليل سلاسل القيمة في اليمن - منتج "العسل"

Value Chain Analysis Study in Yemen of "HONEY"

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 إلى 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 "العسل"
مناطق الدراسة	محافظه حضرموت
تاريخ تنفيذ	2024/6/30 - 2024/1/1
الخطوط	خط العناوين (10-16) - خط النص (10) - خط الملاحظات (8) - خط الجداول والاشكال البيانية (8).
ألوان التصميم	#1365C
الجهات المنظمة	وكالة تنمية المنشآت الصغيرة والأصغر (SMEPS) - وحدة البحث والتطوير (R&D)، ويتمويل من البنك الإسلامي للتنمية (IsDB) والبرنامج السعودي لتنمية وإعمار اليمن.



فريق العمل:

مشرف الدراسة:	سليم علي عبده
مسؤول الدراسة:	ياسمين أمين
المساعد الفني للدراسة:	طه فتح الله
المساعد الإداري للدراسة:	سمر الصلوي + إيمان الحيمي
مختص القطاع:	فهيم باضاوي
جمع البيانات:	مرشد الكثيري
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 لمنتج العسل.

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 الاسلامي 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

المصطلح Term	الرمز Symbol	التعريف Definition
دراسة الأوضاع التنظيمية، والأنماط الإدارية لتحديد مشكلات الأداء الحالية وكذلك تحديد متطلبات الأداء المرتبطة بخطط التطوير	NA	Needs Assessment
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	Value Chain
لاعب سلسلة القيمة أو ممثلي سلسلة القيمة أو العاملين في سلسلة القيمة جميعها مصطلحات لنفس المعنى.	VCA	Value Chain Actor
المنتجين في هذه الدراسة هم مربو النحل.	---	Producers
تجار تجزئة مجمعين هم تجار يقومون بشراء المنتجات (العسل) وبيعها بكميات مجزئة وبدون أي معالجات لتحويلها إلى منتجات أخرى.	---	Aggregate Retailers
تجار جملة مجمعين هم تجار يقومون بشراء المنتجات (العسل) وبيعها بكميات غير مجزئة وبيعها بدون أي معالجات لتحويلها إلى منتجات قابلة للاستهلاك.	---	Aggregator Wholesalers
تجار تجزئة معالجين هم تجار يقومون بشراء المنتجات (العسل) وبيعها بكميات مجزئة مع إضافة معالجات لتحويلها إلى منتجات أخرى.	---	Processing Retailers
تجار جملة وتجزئة معالجين هم تجار يقومون بشراء المنتجات (العسل) وبيعها بكميات مجزئة وغير مجزئة مع إضافة معالجات لتحويلها إلى منتجات قابلة للاستهلاك.	---	Wholesalers & Retailers Processors
الداعمين هم الجهات الذين يسعون في دعم القطاع.	---	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	SWOT Analysis

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



صورة 1 أثناء مقابلة النحالين وجمع البيانات الميدانية.

شكر وعرفان

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 اله وصحبه وسلم تسليما كثيرا.

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

كما يتقدم فريق البحث والتطوير بوكالة تنمية المنشآت الصغيرة والاصغر، بخالص الشكر والتقدير **للبنك 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 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 العسل في التنمية المستدامة لقطاع انتاج العسل في الجمهورية اليمنية، ويساعد في تحسين الطرق والأساليب المتبعة في تسويق منتج العسل في السوق المحلية والخارجية للجمهورية اليمنية.

الشكر أيضا موصول للإخوة الزملاء بفرع الوكالة بمحافظة حضرموت، ممثلا **بالأستاذ ماهر خان**، على كافة الجهود التي بذلها في اعداد الاستشارات الخاصة بجمع بيانات دراسة الوصول الى الأسواق، 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 فهمي باضاوي**، استشاري ومختص القطاع، على الجهود التي بذلها في إعداد هذه الدراسة، ابتداء بتصميم استمارة جمع البيانات الميدانية، ومن ثم القيام بعملية جمع البيانات، وانتهاء بكتابة المسودة الرئيسية للدراسة.

الشكر أيضا موصول **للأستاذ مرشد الكثيري**، مختص جمع البيانات الميدانية، على كافة الجهود التي بذلها في عملية جمع البيانات الميدانية من كافة الفاعلين في قطاع انتاج وتجارة العسل بمحافظة حضرموت، وكذلك تحميل البيانات الميدانية إلكترونيا.

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

الشكر أيضا موصول **للدكتور محمد القادري محلل البيانات** والدكتور **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 وتفاني، 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 جاهزية الوصول الى الأسواق "MARKETS"

يأتي مشروع دعم الأسواق المحلية في الجمهورية اليمنية (Markets) بتمويل من البنك الإسلامي للتنمية، وصندوق التضامن الإسلامي للتنمية، والبرنامج السعودي للتنمية وإعمار اليمن، وتنفيذ وكالة تنمية المنشآت الصغيرة والأصغر. وقد تم تصميم المشروع لمعالجة الأسباب الكامنة وراء ضعف أداء الأسواق، وتعزيز سبل العيش المستدامة، وخلق فرص عمل لتحسين الدخل.

يركز المشروع على الأسواق التي تعاني من فجوات أو تحديات يمكن معالجتها لضمان وصول الخدمات والمنتجات إليها، مع تعزيز التنمية الاقتصادية القائمة على الزراعة. وتشمل القطاعات الرئيسية للدعم إنتاج البصل، والعسل، واللبن.

كما يحدد المشروع مجموعة من الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها، من أبرزها:

- خلق أو الحفاظ على 1000 فرصة 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 الإلكترونية.
- تطوير حلول التجارة الإلكترونية 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 صنعاء وعدن 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

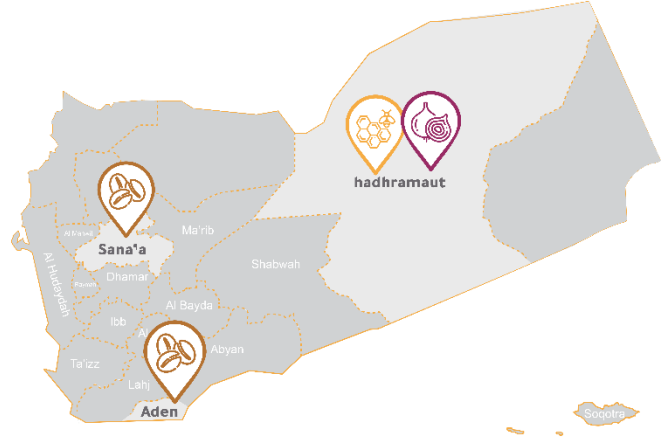


المصدرين



الجمعيات التعاونية
في القطاعات الثلاثة

مناطق ومكونات المشروع



أهداف المشروع



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



تعزيز حلول 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. إنشاء 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 كبرى وكالات التصنيف الائتماني العالمية، هو المؤسسة الإنمائية المتعددة الأطراف الرائدة لبلدان الجنوب. على مدى أكثر من 50 عامًا، عمل البنك على تحسين حياة الأفراد والمجتمعات التي يخدمها من خلال إحداث تأثير واسع النطاق. يضم البنك 57 دولة عضوًا موزعة عبر أربع قارات، ما يجعله مؤثرًا في حياة ما يقارب ربع سكان العالم. وانطلاقًا من التزامه بتدليل التحديات التنموية وتعزيز التعاون، يساهم البنك في

تحقيق أهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة عبر تمكين الأفراد من قيادة مسيرتهم نحو التقدم الاقتصادي الأخضر والتنمية الاجتماعية المستدامة، وإنشاء بنى تحتية صديقة للبيئة، ومساعدتهم على تحقيق إمكاناتهم. يقع المقر الرئيسي للبنك في جدة، المملكة العربية السعودية، ويمتلك 10 مراكز إقليمية ومركزًا للتميز. وعلى مر السنين، تطوّر البنك من كيان منفرد إلى مجموعة متكاملة تضم البنك الإسلامي للتنمية (IsDB)، ومعهد البنك الإسلامي للتنمية (IsDBI)، والمؤسسة الإسلامية لتأمين الاستثمار وائتمان الصادرات (ICIEC)، والمؤسسة الإسلامية للتنمية 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 فاعلة لمجموعة البنك الإسلامي للتنمية، بهدف التخفيف من حدة الفقر، انطلاقًا من إيمانٍ راسخ بأهمية مكافحة الفقر وتعزيز التنمية الشاملة والعدالة في الدول الأعضاء. ومن خلال التمويل الميسر والمنح، يسعى الصندوق جاهدًا إلى تمكين الفئات الأكثر ضعفًا عبر مجموعة واسعة من البرامج والمشاريع المبتكرة، التي تركز على تعزيز القدرات الإنتاجية، وخلق فرص عمل مستدامة، والاستثمار في تنمية رأس المال البشري. يولي الصندوق اهتمامًا خاصًا بتمكين المرأة والشباب باعتبارهما محركين أساسيين

للتنمية المستدامة. كما يعمل من خلال برامجه على معالجة الأسباب الجذرية للفقر، مستهدفًا قطاعات حيوية مثل التعليم، والتمكين الاقتصادي، والتنمية المجتمعية، والصحة. ومن خلال هذه الجهود المتكاملة، يسعى الصندوق إلى إحداث تحول تنموي مستدام في المجتمعات المستهدفة.

بفضل شراكاته الاستراتيجية مع البنك الإسلامي للتنمية، والدول الأعضاء، والمانحين، وأصحاب المصلحة الرئيسيين، يعمل الصندوق على تطوير وتمويل مبادرات وتدخلات حيوية تساهم في بناء مجتمعات أكثر قدرة على الصمود وتحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية. وانطلاقًا من التزامه بتخفيف حدة الفقر في الدول الأعضاء بمنظمة التعاون الإسلامي، يواصل الصندوق جهوده الدؤوبة لدفع عجلة التنمية المستدامة، متمشيًا 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، بناءً 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، وينتج 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، وتعلم 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



تأسس البرنامج السعودي لتنمية وإعمار اليمن عام 2018م، بناءً على الأمر السامي الكريم من خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز - حفظه الله - لخدمة الخطط والاحتياجات التنموية للجمهورية اليمنية، بما يتماشى مع الأهداف العالمية للتنمية المستدامة، مستفيداً من التجارب الدولية السابقة في التنمية وإعادة الإعمار. يهدف البرنامج إلى تقديم دعم اقتصادي وتنموي مستدام بكفاءة وفعالية، من خلال تنفيذ مشاريع وبرامج تنموية تسهم في

تحسين مستوى الخدمات الأساسية للشعب اليمني، وتوفير فرص العمل، وتطوير البنية التحتية، وتعزيز قدرات المؤسسات الحكومية اليمنية، إلى جانب دعم دور القطاع الخاص. كما يسعى إلى مساعدة الحكومة اليمنية ومؤسساتها في تحقيق السلام والاستقرار والإعمار، وتعزيز التنمية المستدامة، ورفع قدرة الجانب اليمني على استيعاب القروض والمنح التنموية، مع الالتزام بتطبيق أعلى معايير الحوكمة، بالتنسيق مع الحكومة اليمنية وبالتعاون مع السلطات المحلية ومنظمات المجتمع المدني.

يعمل البرنامج في مختلف المحافظات اليمنية عبر ثمان قطاعات أساسية وحيوية، تشمل: الصحة، والتعليم، والنقل، والطاقة، والمياه، والزراعة والثروة السمكية، وتنمية قدرات الحكومة، والبرامج التنموية، وينتج أفضل الممارسات والمعايير لضمان تنفيذ المشاريع والبرامج بجودة وفعالية، من خلال مكاتب المنتشرة في المحافظات اليمنية، التي تتيح له متابعة أعماله والإشراف عليها بشكل مباشر، إلى جانب دراسة الاحتياجات ميدانياً، ورفع التقارير الخاصة بسير الأعمال، وتحديد التحديات، والاستفادة من الدروس المستخلصة، وتقييم أثر المشاريع والبرامج والمبادرات على الأشقاء اليمنيين، بهدف تطوير حلول إنمائية مبتكرة ومستدامة.

كما يتعاون البرنامج مع شركاء متعددين على المستويات المحلية والإقليمية والدولية، بما في ذلك الجهات الحكومية وغير الحكومية اليمنية، مثل الوزارات والصناديق الخدمية والتنموية والسلطات المحلية في المحافظات، إضافةً إلى المنظمات والصناديق التنموية الإقليمية والدولية.

جدول المحتويات

4	الاختصارات
4	تعريفات المصطلحات الأساسية
6	شكر وعرفان
7	مشروع جاهزية الوصول الى الأسواق "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
16	الملخص التنفيذي
22	1. المقدمة
22	1.1 قطاع انتاج العسل في الجمهورية اليمنية
23	1.2 انتاج العسل في محافظة حضرموت
25	1.3 تسويق العسل في الجمهورية اليمنية
26	1.4 صادرات اليمن من العسل
28	1.5 مفاهيم في الدراسة
28	1.5.1 مفاهيم في سلسلة القيمة
31	2. منهجية الدراسة
31	2.1 النهج العام للدراسة
32	2.2 نطاق الدراسة
32	2.2.1 تنفيذ الدراسة
32	2.2.2 موقع الدراسة
32	2.2.3 فريق العمل
34	2.2.4 عينة الدراسة
34	2.3 جمع البيانات والتحقق منها
34	2.3.1 الدراسات السابقة وإعداد القوالب
34	2.3.2 ورش التدريب
35	2.3.3 جمع البيانات
36	2.3.4 التحقق من البيانات
37	2.4 معالجة وتحليل البيانات
37	2.4.1 معالجة وتنظيف البيانات
39	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 العسل
42	3.1.1 مرحلة الإنتاج
44	3.1.2 مرحلة التجارة والمعالجة والتصدير
45	3.1.3 مرحلة الدعم (جمعيات النحالين)
45	3.2 تسويق العسل
47	3.2.1 تقييم وطبيعة نشاط منشآت تجارة وتسويق العسل
49	3.2.2 معايير ووجهات تصدير العسل
51	3.3 احتياجات فاعلي مرحلة التجارة والتصدير لشهادات جودة وتسويق المنتج
53	3.4 تأثير الاستيراد على منتج العسل في الأسواق المحلية
53	3.4.1 مرحلة الإنتاج
54	3.4.2 مرحلة التجارة والتصدير
55	3.5 تحليل سوات لقطاع إنتاج العسل
56	3.6 تحليل سوات لقطاع العسل وفق مراحل الإنتاج

56	3.6.1	مرحلة الإنتاج
58	3.6.2	مرحلة التجارة والتصدير
60	3.6.3	مرحلة الدعم
62	3.6.4	مرحلة التيسير
64	3.7	تحديات الفاعلين في قطاع العسل
64	3.7.1	مرحلة الإنتاج
66	3.7.2	مرحلة التجارة والتصدير
68	3.7.3	مرحلة الدعم (الجمعيات)
70	3.7.4	مرحلة التيسير
72	3.8	تحليل مصفوفة احتياجات قطاع العسل
72	3.8.1	مرحلة الإنتاج
74	3.8.2	مرحلة التجارة والتصدير
76	3.8.3	مرحلة الدعم (الجمعيات)
78	3.8.4	مرحلة التيسير
80	3.9	احتياجات الفاعلين في قطاع العسل
83	4	مقترح احتياجات الفاعلين في قطاع العسل
83	4.1	مرحلة الإنتاج
86	4.2	مرحلة الدعم والتيسير "الجمعيات، التعاونيات، المنظمات، المؤسسات"
89	4.3	مرحلة التجارة والتصدير
93		قائمة المراجع
94		الملحقات

قائمة الجداول

24	جدول 1 إنتاجية العسل (بـ Kg) لكل نوع من أنواع الخلايا المستخدمة لتربية نحل العسل في محافظة حضرموت (خبيش 2021)
27	جدول 2 صادرات العسل اليمني، والدول المستورة للعسل اليمني (غرفة التجارة والصناعة-بوادي-حضرموت-والصحراء 2023)
31	جدول 3 مراحل تنفيذ دراسة سلسلة قيمة العسل 2024
33	جدول 4 خطة عمل وتنفيذ دراسة تحديد احتياجات الوصول الى الأسواق لمنتج العسل - محافظة حضرموت 2024
34	جدول 5 حجم عينة دراسة تحديد احتياجات الوصول الى الأسواق لمنتج العسل (بيانات أولية، 2024)
43	جدول 6 أبرز الإجراءات والطرق المتبعة في إنتاج العسل بمحافظة حضرموت
46	جدول 7 تحديات تسويق العسل لفاعلي مرحلة التجارة والدعم
48	جدول 8 تقييم المنشآت التجارية للعسل
48	جدول 9 طبيعة النشاط التجاري والخدمات التي تقدمها منشآت تجارة وتسويق العسل في مناطق الدراسة
49	جدول 10 أبرز الاختبارات التي تجريها منشآت تجارة العسل خلال عملية تسويق وتصدير العسل
49	جدول 11 أبرز معوقات تصدير العسل حسب إفادات من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير
50	جدول 12 معايير ومواصفات تصدير العسل الى الخارج حسب إفادات من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير
51	جدول 13 العبوات المستخدمة في حفظ وتخزين العسل في منشآت تجارة وتسويق العسل
52	جدول 14 امتلاك فاعلي مرحلة التجارة والتصدير لشهادات الجودة
52	جدول 15 احتياج فاعلي مرحلة التجارة والتصدير لشهادات الجودة
56	جدول 16 نقاط سوات، لقطاع الوصول الى الأسواق لمنتج العسل - محافظة حضرموت
57	جدول 17 أبرز نقاط سوات، لفاعلي مرحلة الإنتاج، في قطاع العسل - محافظة حضرموت
59	جدول 18 أبرز نقاط سوات لفاعلي مرحلة التجارة، في قطاع العسل - محافظة حضرموت
61	جدول 19 أبرز نقاط سوات لفاعلي مرحلة الدعم، في قطاع العسل - محافظة حضرموت
63	جدول 20 أبرز نقاط سوات، لفاعلي مرحلة التيسير، في العسل - محافظة حضرموت
65	جدول 21 أبرز تحديات فاعلي مرحلة الإنتاج، بقطاع إنتاج وتجارة العسل - محافظة حضرموت
67	جدول 22 أبرز تحديات فاعلي مرحلة التجارة والتصدير، بقطاع إنتاج وتجارة العسل - محافظة حضرموت
69	جدول 23 أبرز تحديات فاعلي مرحلة الدعم، بقطاع إنتاج وتجارة العسل - محافظة حضرموت
71	جدول 24 أبرز تحديات فاعلي مرحلة التيسير، بقطاع إنتاج وتجارة العسل - محافظة حضرموت
73	جدول 25 مصفوفة احتياجات القدرة والمهارة لمرحلة الإنتاج في قطاع العسل بمحافظة حضرموت
75	جدول 26 مصفوفة احتياجات القدرة والمهارة لمرحلة التجارة في قطاع العسل بمحافظة حضرموت
77	جدول 27 مصفوفة احتياجات القدرة والمهارة لمرحلة الدعم في قطاع العسل بمحافظة حضرموت
79	جدول 28 مصفوفة احتياجات القدرة والمهارة لمرحلة الدعم في قطاع العسل بمحافظة حضرموت
82	جدول 29 أبرز احتياجات الفاعلين في قطاع العسل - محافظة حضرموت

قائمة الصور

- صورة 1 أثناء مقابلة النحالين وجمع البيانات الميدانية..... 5
- صورة 2 أحد معامل تعبئة وتغليف العسل بوادي حضرموت..... 15
- صورة 3 واحد من معدات قطف واستخلاص العسل..... 21
- صورة 4 لاجد محلات بيع العسل بمحافظة حضرموت..... 30
- صورة 5 توضح فريق العمل أثناء جمع البيانات من الميدان..... 36
- صورة 6 توضح فترة اجتماعات وتدريب فريق معالجة والتحقق من البيانات..... 36
- صورة 7 توضح مرحلة المراجعة والمعالجة والتحقق من البيانات..... 38
- صورة 8 واحدة من شركات بيع وإنتاج مستلزمات انتاج العسل وتربية النحل..... 41
- صورة 9 توضح خطوات استلام وفحص العسل (المصدر: صفحة نقابة النحالين الاردنيين على منصة Facebook)..... 87

قائمة الأشكال

- شكل 1 إنتاجية اليمن من العسل خلال الفترة 2017 - 2021 (الاحصاء-الزراعي 2021)..... 22
- شكل 2 إنتاجية العسل في محافظات الجمهورية اليمنية خلال العام 2021 (الاحصاء-الزراعي 2021)..... 23
- شكل 3 ترتيب أنواع العسل اليمني حسب تفضيل المستهلكين (خنبش 2005)..... 24
- شكل 4 النسبة المئوية لتسويق العسل اليمني بالقنوات التسويقية..... 26
- شكل 5 صادرات اليمن من العسل (غرفة-التجارة-والصناعة-بوادي-حضرموت-والصحراء 2023)..... 27
- شكل 6 خريطة الجمهورية اليمنية، وموقع محافظة حضرموت المستهدفة في الدراسة..... 32
- شكل 7 نسبة ما يتم بيعه نقدا في السوق المحلية لفاعلي مرحلة التجارة والدعم..... 46
- شكل 8 نسبة ما يتم بيعه نقدا في السوق المحلية بفاعلي مرحلة التجارة والدعم..... 47
- شكل 9 ترتيب وجهات تصدير العسل حسب إفادات من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة التصدير..... 51
- شكل 10 تأثير استيراد منتج العسل على فاعلي مرحلة الإنتاج..... 53
- شكل 11 تأثير استيراد منتج العسل على فاعلي مرحلة التجارة والتصدير..... 54

الملخص التنفيذي



صورة 2 أحد معامل تعبئة وتغليف العسل بوادي حضرموت.

الملخص التنفيذي

أنجزت هذه الدراسة في إطار برنامج "جاهزية الوصول إلى الأسواق في القطاعات التجارية والاقتصادية الرئيسية (MARKETS)". وهو مبادرة مشتركة بين البنك الإسلامي للتنمية وصندوق التضامن الإسلامي للتنمية والبرنامج السعودي لتنمية وإعمار اليمن. ويتم تنفيذه من قبل وكالة تنمية المنشآت الصغيرة والأصغر. يهدف هذا المشروع إلى تحسين الوصول إلى الأسواق من خلال معالجة الفجوات الحالية في قطاعات التجارة المختارة، وهي البصل والعسل والبُن، عبر عدد من المكونات، وهي:

- تدخلات في سلسلة القيمة لتحسين الوصول إلى الأسواق.
- استشارات الأعمال وتطوير القدرات.
- تعزيز حلول التجارة الإلكترونية.

تهدف الدراسة إلى تشخيص الفجوات الموجودة في سلاسل القيمة للمحاصيل الزراعية في اليمن، ودراسة التحديات التي تواجه الفاعلين الرئيسيين في هذه القطاعات، بهدف تصميم الأنشطة والتدخلات التي تساهم في رفع قدرة الأسر المنتجة، وتعزيز الإنتاج، وتحسين الجودة، وإضافة القيمة، وتعزيز قدرة الفاعلين في القطاع للوصول إلى الأسواق المحلية والدولية من خلال تطبيق اشتراطات هذه الأسواق، بما يساهم في تعزيز سبل العيش المستدامة، وتوفير فرص العمل، وتحسين الدخل للأسر الأقل دخلًا.

اشتملت الدراسة على عدة أنشطة، وهي: الدراسة المكتبية (الدراسات السابقة والإحصائيات)، جمع البيانات الأولية من الميدان ومن الجهات المعنية بقطاع البصل، والفاعلين في القطاع، وكذلك تحليل البيانات وعرض أبرز نتائج الدراسة. وقبل البدء في تنفيذ الدراسة، عقدت ورشة تدريبية لفريق الدراسة الميداني والمكتبي، تم خلالها تحديد المهام التي سيتم من خلالها إعداد الدراسة

تعمّد فريق الدراسة دراسة مراحل الإنتاج، بدءًا من تربية النحل وإنتاج العسل، بهدف فهم حركة المنتج في القطاع بشكل أوضح، وكذلك فهم كافة الممارسات والمعالجات التي يتم إجراؤها والتي تؤثر في المنتج سواء سلبيًا أو إيجابيًا، والتي يمتد تأثيرها وصولًا إلى السوق النهائية، وتحديد أبرز التحديات التي تواجه الفاعلين وكيفية معالجتها. بعد ذلك، ركزت الدراسة على المعنيين بتجارة وتصدير العسل كونهم حلقة الوصل بين الداخل والخارج، ولم تغفل التكتلات والتعاونيات الزراعية والجهات ذات العلاقة في القطاع الزراعي وقطاع العسل بشكل خاص.

أشارت نتائج الدراسة إلى أن الفاعلين في مرحلة إنتاج العسل ينقسمون إلى ثلاث فئات: صغار مربّي النحل، مربّي النحل من الفئة المتوسطة، وكبار مربّي النحل. وينفذون مجموعة من الممارسات أو المعالجات لإنتاج العسل، وهي: العمل بتربية النحل بين المراعي الطبيعية والتنقل بينها حسب المواسم المختلفة، وإنتاج وفرز وتعبئة العسل، والعمل على تسويق العسل إلى السوق المحلية، أو بيعه لتجار العسل في الأسواق المحلية، أو لمصدري العسل إلى الخارج.

كما أظهرت نتائج الدراسة أن فاعلي مرحلة التجارة والتصدير ينقسمون إلى فئتين رئيسيتين: تجار العسل في الأسواق المحلية، ومصدري العسل إلى الخارج. وفي كل من الفئتين السابقتين، يمكن تقسيم فاعلي مرحلة التجارة والتصدير إلى فئة تجار التجزئة المجمعين، وتجار الجملة المجمعين.

أما في مرحلة الدعم والتيسير، فتتمثل أبرز فاعلي هذه المرحلة في جمعيات النحالين في محافظة حضرموت، ومكاتب الزراعة والثروة الحيوانية ووقاية النبات في المحافظة، وهيئة البحوث الزراعية، وفرع الغرفة التجارية في وادي حضرموت. وتتمثل أبرز أنشطتهم في قطاع العسل في تقديم المساعدة والدعم لمربي النحل. كما أن بعض جمعيات النحالين في محافظة حضرموت تلعب دور الوسيط بين مربّي النحل ومنتجي العسل، وتجار العسل في الأسواق المحلية والخارجية، لتسهيل عملية تسويق العسل

وقد تمثلت أبرز التحديات التي تواجه قطاع تربية النحل وإنتاج العسل في تدهور المراعي الطبيعية للنحل نتيجة الاحتطاب الجائر للأخشاب واستخدامها كوقود بديل عن الغاز المنزلي، ما تسبب في تراجع أعداد النحل وضعف إنتاج الخلايا. كما يبدو أن ظاهرة غش العسل وخلط أنواع العسل عالية الجودة مع أنواع أخرى مستوردة أو رديئة، تتسبب في انخفاض أسعار العسل وتقليل ثقة المستهلكين بالعسل المحلي. بالإضافة إلى تحديات أخرى متعلقة بالوضع الأمني، وأسعار المستقات النفطية، وتقلب أسعار الصرف، وارتفاع أسعار مدخلات الإنتاج، ونفوق النحل نتيجة المبيدات عالية السمية التي يستخدمها المزارعون على المحاصيل الزراعية. ومن أبرز التحديات أيضًا ضعف مهارات التعبئة والإنتاج لدى التجار، إذ لا يوجد لديهم علامات تجارية مسجلة، ولا يتم تعبئة العسل في عبوات مخصصة، ولا تُطبع عليها أي معلومات إنتاجية. كما لا تُجرى للعسل أي فحوصات مخبرية لقياس نسبة السكر وتمييز العسل الصافي من المخلوط أو المغشوش، ويُصدّر العسل اليمني كخام أولي وليس كمنتج نهائي. كما لا تتوفر لدى التجار والمصدرين أي شهادات معتمدة دوليًا لمنتجات العسل، مثل شهادة الجودة العالمية ISO 9001 أو ISO 22000 أو HACCP. وهذا يقلل من فرص وصول المنتج إلى الأسواق العالمية ويخفض من عائدات البيع وهامش الأرباح للتجار ولبقية الفاعلين في القطاع.

وقد تم وضع المقترحات بشكل تدريجي من مرحلة إنتاج العسل، ثم البناء التنظيمي للتكتلات والتعاونيات الزراعية، ثم بعد ذلك مرحلة التجارة والتصدير، كونها سلسلة مترابطة، وينبغي أن يتم معالجة التحديات من أساسها لضمان الاستدامة وتعزيز الجدوى الاقتصادية لكافة المعنيين في القطاع. وفيما يلي أبرز المقترحات وفق كل مرحلة من مراحل سلسلة القيمة.

في مرحلة الإنتاج "تربية النحل"، اقترح فريق الدراسة عددًا من التوصيات، منها: الإرشاد والتوعية والتدريب، دراسة الغطاء النباتي وفهم أساليب تغذية النحل، تحسين مدخلات إنتاج العسل، دعم تأطير النحالين في مجاميع إنتاجية، التشبيك بين الفاعلين في قطاع العسل لتلبية متطلبات السوق الخارجية، تسهيل التمويل الزراعي، تعزيز ممارسات جمع وتعبئة العسل، دعم برامج التحسين الوراثي لسلاسل النحل، دعم إعداد وإصدار أطللس المراعي والكتيبات الإرشادية والتوعوية، دعم مشاريع زراعة أشجار السدر وأشجار المراعي الأخرى، وتعزيز وتشجيع إنتاج وتسويق منتجات النحل الثانوية. وتأتي هذه التوصيات والمقترحات بمزيد من التفاصيل في فصل التوصيات والمقترحات من هذه الدراسة.

أما الجهات ذات العلاقة بالقطاع مثل الجمعيات والتعاونيات والجهات الحكومية، فقد اقترح فريق الدراسة بعض التوصيات أبرزها: دعم تكوين التكتلات التعاونية وتعزيز مفهوم العمل الجماعي، تنشيط ودعم دور هيئة الأبحاث الزراعية بوادي حضرموت، تمكين التكتلات التعاونية والجمعيات الزراعية لتسويق العسل، دعم التكتلات التعاونية والجمعيات الزراعية بالأصول الإنتاجية، دعم التكتلات الإنتاجية لتنفيذ مشاريع تحسين مراعي النحل والحفاظ على الغطاء النباتي، دعم الشراكة بين المانحين والتكتلات التعاونية، التخطيط الجيد لمواسم الإنتاج، تمثيل المنتجين أمام المصدرين في الاتفاقيات والزراعة التعاقدية وتوحيد أسعار البيع، تفعيل دور الجهات الحكومية المعنية بإصدار تصاريح التصدير وشهادات المنشأ، التدريب والتأهيل، دعم وتأهيل التكتلات والتعاونيات الزراعية والجهات الداعمة للحصول على شهادات الاعتماد الدولية، دعم الجهات الحكومية والتنفيذية لتفعيل قوانين حماية المراعي والبيئة الطبيعية، دعم الجهات الحكومية والتنفيذية لتفعيل قوانين تقييد المبيدات عالية السمية، دعم الجهات المعنية بالحكومة لتفعيل آلية حماية الإنتاج المحلي، وتفعيل المعارض والمهرجانات الدورية لتعزيز تسويق العسل البلدي. وكل هذه المقترحات مذكورة بالتفصيل في فصل المقترحات من هذه الدراسة.

بالإضافة إلى ما سبق، اقترح فريق الدراسة توصيات متعلقة بالتجار ومصدري العسل، وهي: الدعم الفني والتدريب والتأهيل، تقديم الدعم الفني للمصدرين في كيفية إجراء الدراسات السوقية وبناء العلامة التجارية، دعم تسهيل حصول التجار والمصدرين

على الوثائق والتصاريح اللازمة للتصدير. تعزيز الثقة بين المصدرين والتكتلات الإنتاجية وإنشاء الاتفاقيات الرسمية واتباع نهج الزراعة التعاقدية. دعم التجار والمصدرين بالأصول الإنتاجية المساعدة في تصدير العسل، تأطير المصدرين والتجار ضمن تكتلات نقابية أو اتحادية. دعم تجار ومصدري العسل بالأصول الإنتاجية. توفير المعلومات والتسهيلات اللازمة لمشاركة التجار والمصدرين في معارض العسل الدولية. وضع خطة لتشجيع التجار على تصدير العسل كمنتج نهائي وليس خامًا. وكل التوصيات السابقة مذكورة مع كثير من التفاصيل في فصل المقترحات.

إن نجاح سلسلة القيمة لمنتج معين لا يعتمد بشكل أساسي على أحد الفاعلين فيها، وإنما يعتمد على مدى تحقيق جميع الفاعلين في سلسلة القيمة لمنفعة عائدة عليهم تضمن لهم الاستمرار والجدوى الاقتصادية. ولذلك، فإن تحقيق أحد الفاعلين لفائدة كبيرة على حساب الفاعلين الآخرين قد يؤدي إلى توقف أو خلل في القطاع وتدهور الإنتاج. ومن هذا المنظور، عمل فريق الدراسة على تشخيص قطاع العسل في كافة مراحل التعامل مع منتج العسل للخروج برؤية واضحة تساعد على صياغة توصيات شاملة، والتي إن تم تطبيقها وفق خطة مدروسة، ستساعد في تحسين وتعزيز إنتاج العسل ومنتجاته الأخرى وزيادة الصادرات من العسل اليمني.

English summary

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.

This study aims to identify gaps in the value chains of agricultural crops in Yemen and to explore the challenges faced by key actors in these sectors. The goal is to design activities and interventions that enhance the capabilities of producing households, boost production, improve quality, add value, and empower sector actors to access both local and international markets by meeting market standards. This contributes to promoting sustainable livelihoods, providing employment opportunities, and improving income for low-income families.

The study included several activities: a desk study (previous research and statistics), primary data collection from the field, and from stakeholders in the onion sector, as well as data analysis and presentation of key findings. Before starting the study, a workshop was held for the field and desk research team to define the tasks needed to conduct the study.

The research team focused on studying the production stages starting from beekeeping and honey production to better understand the product's movement within the sector. This included understanding all practices and treatments involved, their positive or negative impacts, which extend to the final market. The study also identified key challenges and how they might be addressed. It then concentrated on those involved in the trade and export of honey as they are the link between domestic and international markets. Agricultural cooperatives, associations, and relevant bodies in the agricultural and honey sectors were also considered.

The study's findings indicate that actors in honey production can be divided into three categories: small-scale beekeepers, medium-scale beekeepers, and large-scale beekeepers. These groups undertake various practices such as moving bees between natural pastures according to different seasons, producing, sorting, and packaging honey, and marketing it locally or selling it to local honey traders or exporters.

For actors in trade and export, they are split into two main groups: local honey traders and honey exporters. Within these, actors can further be categorized into retail and wholesale traders.

In terms of support and facilitation, associations of beekeepers in Hadramout, the offices of Agriculture and Livestock, Plant Protection, the Agricultural Research Institute, and the local branch of the Chamber of Commerce in Wadi Hadramout are highlighted as key players. Their primary activities in the honey sector include providing assistance and support to beekeepers, with some associations acting as intermediaries between beekeepers, honey producers, and traders in local and foreign markets to facilitate honey marketing.

Major challenges facing the beekeeping and honey production sector include the degradation of natural

pastures due to excessive woodcutting for alternative fuel, leading to a decline in bee numbers and weakened hives. Honey adulteration, mixing high-quality local honey with lower-quality or imported varieties, reduces prices and consumer trust. Other challenges relate to security conditions, oil derivative prices, exchange rate fluctuations, rising production input costs, bee mortality due to the use of highly toxic pesticides by farmers, and the lack of packaging and branding skills among traders, who often export raw honey without proper packaging, labeling, or certification like ISO 9001, ISO 22000, or HACCP, limiting market access and profitability.

Recommendations were progressively formulated from the production stage to the organizational development of cooperatives, then trade and export, as these are interconnected stages. Challenges must be addressed at their root to ensure sustainability and economic viability for all involved. Recommendations include education, training, pasture studies, improving honey production inputs, supporting beekeeping groups, facilitating finance, enhancing honey collection and packaging practices, genetic improvement of bee breeds, and promoting secondary bee products .

For relevant bodies like associations, cooperatives, and government entities, recommendations include supporting cooperative formation, enhancing the role of the Agricultural Research Institute, empowering cooperatives for marketing, supporting production projects for pasture improvement, fostering partnerships, planning production seasons, representing producers in agreements, activating roles in export certifications, and promoting local honey through fairs and festivals.

For honey traders and exporters, technical support, market studies, branding, facilitating export documentation, fostering trust and contractual farming between producers and exporters, and encouraging the export of finished products rather than raw honey are advised.

Success in a value chain depends not on one actor but on all participants achieving mutual benefits that ensure continuity and economic viability. Thus, the study aimed to diagnose the honey sector comprehensively, offering a clear vision for holistic recommendations, which, if implemented strategically, would enhance honey production, its by-products, and increase Yemeni honey exports.

المقدمة



صورة 3 واحد من معدات قطف واستخلاص العسل.

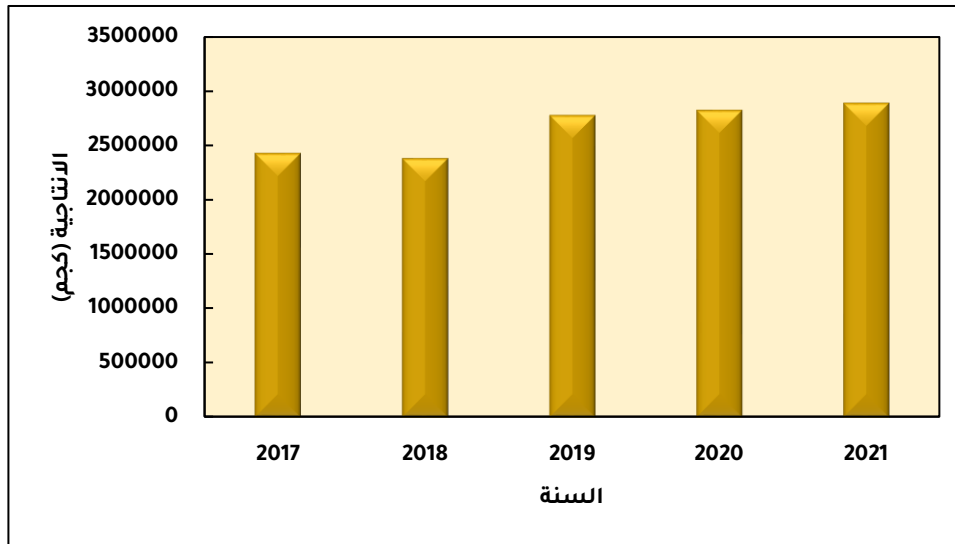
1. المقدمة

1.1 قطاع انتاج العسل في الجمهورية اليمنية

تشتهر اليمن ومنذ القدم بإنتاج العسل، ففي القرن العاشر قبل الميلاد، احتلت تجارة العسل المرتبة الرابعة في تركيبة النظام الاقتصادي للبلاد (Khanbash 2003). وتتميز اليمن بتنوع مناخها واختلاف تضاريسها، هذا بالإضافة الى تنوع وتعدد الانواع النباتية، حيث يصل عدد الأنواع النباتية في اليمن الى حوالي 3000 نوع، وهذا التنوع الحيوي في الغطاء النباتي، هو أبرز ما تتميز به مراعي النحل في العديد من مناطق تربية النحل وإنتاج العسل في الجمهورية اليمنية (خبش و المداني 2005).

ينتشر في اليمن أكثر من 1000 نوع من الأنواع النباتية التي يعتمد عليها النحل وبشكل أساسي في جمع الرحيق وحبوب اللقاح، والنسبة الأكبر من هذه الأنواع النباتية، حوالي 75%، هي عبارة عن نباتات برية (أشجار، شجيرات، اعشاب)، كما ان النسبة الأكبر من هذه الأنواع النباتية، حوالي 61%، يعتمد عليها النحل وبشكل أساسي في جمع الرحيق وحبوب اللقاح، في حين ان ما نسبته 22.4%، يعتمد عليها النحل في جمع حبوب اللقاح فقط، والنسبة المتبقية 16.4%، يعتمد عليها النحل في جمع الرحيق (خبش و المداني 2005).

ينتج اليمن أنواع متعددة من العسل، وتختلف هذه الأنواع باختلاف المناطق التي يتم فيها تربية نحل العسل، وكذلك باختلاف المراعي التي يعتمد عليها نحل العسل في الحصول على الرحيق وحبوب اللقاح. ومن أبرز أنواع العسل التي يتم انتاجها في الجمهورية اليمنية السدر، والسمر، والسلم، والظنا، والقصاص (خبش 2005). ووفقا لإحصائيات وزارة الزراعة والري للعام 2021، فقد بلغت الكميات المنتجة لمختلف أنواع العسل في اليمن حوالي 2.8 مليون كيلو جرام. يوضح الشكل 1، الكميات المنتجة من العسل، في الجمهورية اليمنية، خلال الفترة 2017 - 2021.



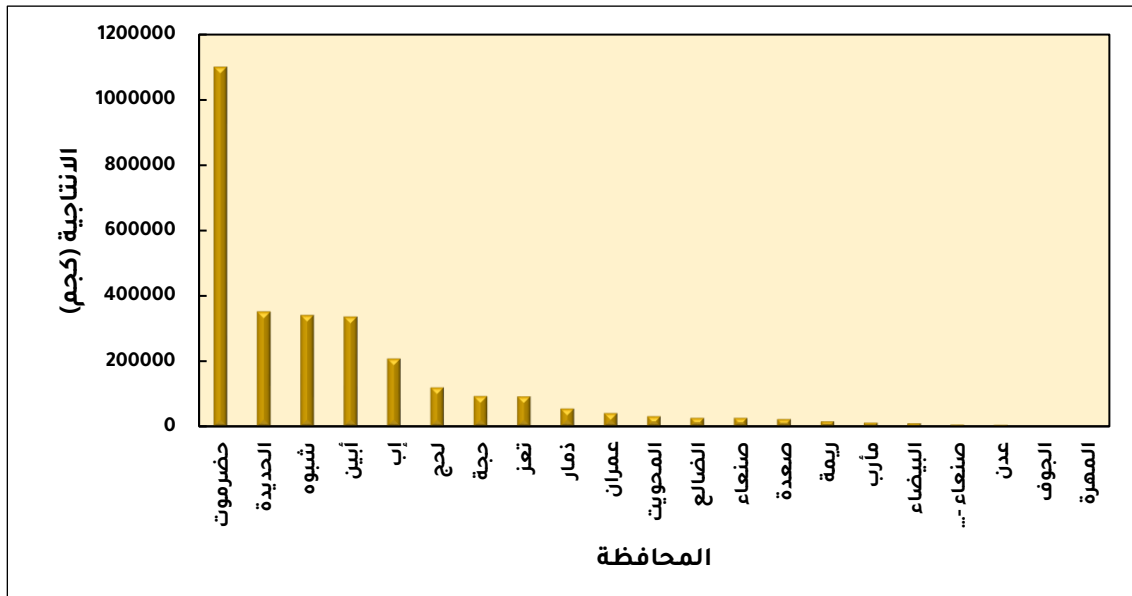
شكل 1 إنتاجية اليمن من العسل خلال الفترة 2017 - 2021 (الإحصاء-الزراعي 2021)

علاوة على الأهمية التي يشكلها قطاع تربية نحل العسل في خلق فرص عمل، وتحسين مستوى الدخل المادي للعديد من العاملين في هذا القطاع، الا ان الأهمية التي يشكلها قطاع تربية نحل العسل لا تقتصر فقط في انتاج العسل، فنحل العسل يلعب دورا محوريا في القطاع الزراعي. حيث يعد نحل العسل أحد أهم وسائل التلقيح الطبيعي للنباتات. وبفضل هذا التأثير الحيوي، يعزز نحل العسل الإنتاج الزراعي ويحسن جودة المحاصيل. كما يُعتبر العسل من أهم منتجات نحل العسل وله قيمة اقتصادية كبيرة، حيث يعمل النحل على جمع الرحيق من الزهور وتحويله إلى عسل عن طريق عملية التخمير والتجفيف الطبيعية في خلايا العسل. ويعتبر العسل مصدراً طبيعياً للسكريات والفيتامينات والمعادن والمضادات الحيوية، ويتم استخدامه في العديد من

المنتجات الغذائية والصناعات الأخرى، مما يؤدي إلى توليد إيرادات اقتصادية هامة. ويعمل نحل العسل أيضا على انتاج الشمع، والذي يستخدم في العديد من المجالات الصناعية، كما هو الحال في منتجات العناية الشخصية، مثل مستحضرات التجميل ومراهم الجلد ومنتجات الشعر. وهذه المنتجات تحظى بشعبية كبيرة وتساهم في تعزيز قطاع الصناعات الجمالية والعناية الشخصية. هذا بالإضافة الى الكثير من الاستخدامات العلاجية للعسل (خنبش 2021).

1.2. انتاج العسل في محافظة حضرموت

يلعب قطاع تربية النحل وإنتاج العسل دورا محوريا في الاقتصاد الوطني. فوفقا لـ (خنبش 2021)، فان عدد طوائف النحل قد تضاعف بمقدار 9.4 مره، مقارنة بالعام 1980، حيث بلغ عدد طوائف النحل حوالي 341657 في العام 2018. كما ان اجمالي انتاج العسل قد تضاعف بمقدار 8.4 مرة مقارنة بالعام 1980. يتم تربية النحل وإنتاج العسل في العديد من محافظات الجمهورية اليمنية، وتحتل محافظه حضرموت المرتبة الاولى بين كاهه محافظات الجمهورية اليمنية في تربية النحل وإنتاج العسل (الاحصاء-الزراعي 2021). تشير احصائيات وزارة الزراعة والري للعام 2021، ان اجمالي كمية العسل التي تنتجها محافظة حضرموت بلغت حوالي 1,099,852 كيلو جرام، ما نسبته 38% (شكل 2)، من اجمالي انتاج العسل في الجمهورية اليمنية (الاحصاء-الزراعي 2021). يوضح الشكل 2، الكميات المنتجة من العسل من مختلف محافظات الجمهورية اليمنية خلال العام 2021.



شكل 2 إنتاجية العسل في محافظات الجمهورية اليمنية خلال العام 2021 (الاحصاء-الزراعي 2021)

ومن خلال تتبع العوامل التي ساعدت في زيادة الكميات المنتجة من العسل في محافظه حضرموت، فان هذه الزيادة في الإنتاج يمكن ان تعزى للعديد من العوامل، والتي من أبرزها اهتمام أبناء محافظة حضرموت ببناء السدود والسواقي والحواجر الترابية لحجز مياه السيول والاستفادة منها في الزراعة، وصاحب ذلك ازدهار لتربية نحل العسل بطريقة غير مباشرة، تمثلت في المراعي النحلية، والتي تعد مصدرا لغذاء النحل وإنتاج العسل. وكذلك لما تتميز به محافظة حضرموت من ظاهرة تعاقب المرتفعات والسهول والوديان، وما نتج عن هذه الظاهرة من تعدد البيئات المناخية، وتباين في الغطاء النباتي، واختلاف مواعيد التزهير. هذا بالإضافة الى الخبرة الكبيرة لدى مربى النحل في محافظة حضرموت في مجال تربية النحل وإنتاج وتسويق العسل (خنبش 2021).

يتم إنتاج العسل في محافظة حضرموت باتباع العديد من الطرق والأساليب، التقليدية منها والحديثة. وترتبط أنماط انتاج العسل سواء كانت تقليدية او حديثة بأنواع الخلايا المستخدمة لتربية نحل العسل. بشكل عام، يتم تربية نحل العسل في محافظة حضرموت بنمطين اساسيين، وهما النمط التقليدي، وفيه يتم استخدام خلايا لتربية نحل العسل من الطين، او من جذوع الأشجار

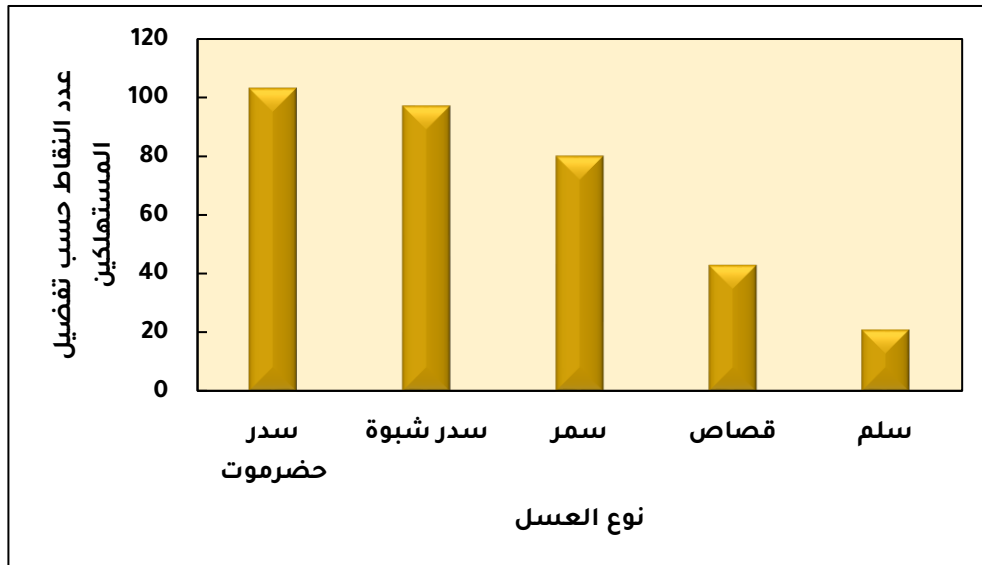
او من الصناديق الخشبية. اما النمط الثاني من أنماط تربية نحل العسل في محافظة حضرموت فهو نمط حديث، وفيه يتم تربية نحل العسل في خلايا لانجستروث، والتي أظهرت زيادة في الكميات المنتجة من العسل مقارنة بالطرق التقليدية (خبش 2021). من ناحية أخرى، فإن أنماط انتاج العسل في محافظه حضرموت تختلف بين الصغيرة والمتوسطة والكبيرة، تبعاً لأعداد الخلايا التي يتم تربيتها لكل مربى من مربى النحل (خبش 2021).

تنتج محافظه حضرموت العديد من أنواع العسل، ومن أبرز هذه الأنواع، عسل السُمر المستخرج من الأشجار الشوكية المنتشرة في حضرموت، وعسل الصال المعروف بطعمه اللاذع، وعسل سلام نسبة إلى أزهار الشجرة التي يمتصّ النحل رحيقها، وعسل المراعي وهو متوفّر في معظم أيام السنة، ويستخرجه مربى النحل من أشجار وأزهار متعددة، هذا بالإضافة الى انتاج العسل العضوي. ويعد عسل السدر من أكثر أنواع العسل التي يتم انتاجها في محافظة حضرموت، ويتمتع هذا النوع من العسل بشهرة تجارية واسعة، حيث يعد عسل السدر من اغلي أنواع العسل في العالم (خبش and المداني 2005). يوضح **الجدول 1**، الكميات المنتجة من العسل لكل نوع من أنواع الخلايا المستخدمة في تربية النحل، وكل نوع من أنواع العسل المنتجة في محافظة حضرموت.

جدول 1 إنتاجية العسل (بالكيلوجرام) لكل نوع من أنواع الخلايا المستخدمة لتربية نحل العسل في محافظة حضرموت (خبش 2021)

نوع العسل	الخلايا التقليدية		الخلايا الحديثة (لانجستروث)
	طينية	صناديق خشبية	
سدر	2.6	3	3.8
سمر	2.4	2	2.9
مراعي	4.6	4.7	5.9
متوسط الإنتاج السنوي	9.6	9.7	12.6

كما نتائج الدراسات، الى ان المستهلك اليمني يفضل أنواع العسل ذات المحتوى المنخفض من الرطوبة، واللزوجة العالية، هذا بالإضافة الى الرائحة والطعم المقبولين (خبش 2005). يوضح **الشكل 3**، ترتيب أنواع العسل اليمني، وخصوصاً تلك التي يتم انتاجها بمحافظة حضرموت حسب تفضيل المستهلكين.



شكل 3 ترتيب أنواع العسل اليمني حسب تفضيل المستهلكين (خبش 2005)

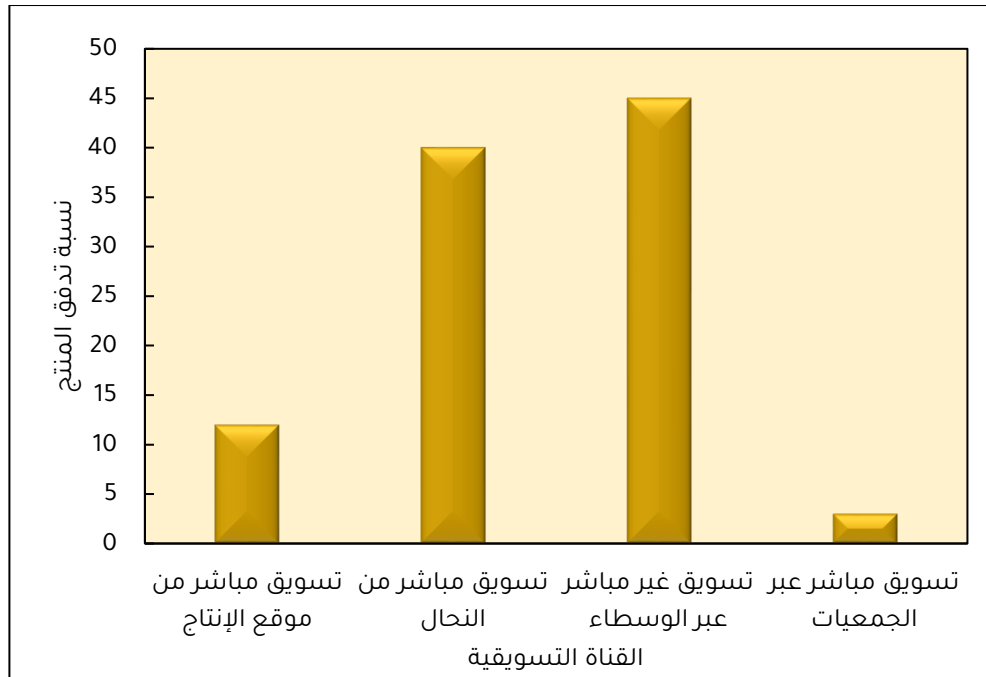
1.3. تسويق العسل في الجمهورية اليمنية

يتمتع منتج العسل بخصائص تسويقية قد لا تتوفر في كثير من المنتجات، حيث لا يحتاج العسل إلى تكاليف كبيرة لحفظ المنتج خلال فترة التخزين، وهذا يزيد إلى حد كبير من قدرة مربى النحل على تسويق انتاجهم من العسل خلال فترات زمنية طويلة. بشكل عام هنالك العديد من الاشتراطات الواجب توفرها لحفظ العسل خلال فترة التخزين، بهدف الحفاظ على جودة العسل قبل عملية التسويق، ومن أبرز هذه الاشتراطات، عدم تعرض العسل لأشعة الشمس المباشرة، أو درجات حرارة أعلى من 35 درجة مئوية، وأن يتم تخزين المنتج تحت ظروف اضاءة خافته (الهيئة العامة للغذاء والدواء المملكة العربية السعودية). بالإضافة إلى ذلك، فإن سلسلة قيمة العسل تمتاز بوجود العديد من الفاعلين في العملية التسويقية، كالوسطاء والوكلاء والتجار، وجميعهم يشكلون حلقة متصلة تسهل وتساعد في وصول المنتج إلى المستهلك. وعلى الرغم من ذلك، تتباين العوائد الربحية للفاعلين في حلقة تسويق العسل، حيث أن أعلى معدلات الربح تتجه إلى التجار مقارنةً ببقية الفاعلين والذين قد يحصلون على نفس العوائد التي يحصل عليها مربى النحل، في حين أن مربى النحل ينفقون مبالغ كبيرة خلال عملية الانتاج، وهذه تعد من أهم المعوقات التي تواجه مربى نحل العسل (قمره 2013، البيدي and احمد 2015)

يعد تسويق العسل من أبرز التحديات التي تواجه العديد من مربى النحل في الجمهورية اليمنية. ويصاحب هذا التحدي تكديس كميات كبيرة من العسل، خصوصاً خلال الفترات التي تشهد انخفاضاً في أسعار العسل في السوق. وعلى الرغم من ذلك، وبسبب الظروف المعيشية الصعبة التي يمر بها العديد من مربى النحل، يلجأ الكثير منهم إلى بيع إنتاجهم بأسعار منخفضة، وفقاً للشروط التي يحددها الوسطاء والوكلاء وكبار التجار. كما أن استمرار دخول العسل الخارجي إلى الأسواق اليمنية يؤثر سلباً على أسعار العسل في الأسواق المحلية، ويؤثر أيضاً على معدلات العرض والطلب.

بشكل عام، يتم تسويق العسل في الجمهورية اليمنية من خلال أربع قنوات تسويقية. أولى هذه القنوات هي القناة المباشرة، وهي القناة التي يقوم فيها مربى النحل ببيع العسل مباشرة للتجار، وعادة ما تتم هذه العملية في موسم الإنتاج، وأثناء موسم جمع العسل. أما في القناة الثانية لتسويق العسل، فهي مشابهة للقناة الأولى، من حيث قيام مربى النحل ببيع العسل مباشرة للتجار، غير أن هذه العملية لا تتم في مواقع الإنتاج، ولا أثناء موسم جمع العسل، بل يقوم فيها مربى النحل بنقل العسل إلى التجار في السوق. أما القناة الثالثة من قنوات تسويق العسل فهي قناة غير مباشرة، وفيها يتم نقل العسل من مواقع الإنتاج إلى السوق عبر الوسطاء، وهذه القناة هي القناة الأكبر لتدفق المنتج، أما في القناة الرابعة، فيتم تسويق العسل عبر جمعيات النحالين، وتعد هذه القناة الأقل تدفقاً لمنتج العسل في الأسواق اليمنية (خبش 2021). يوضح **الشكل 4**، النسبة المئوية لتدفق منتج العسل عبر القنوات المختلفة لتسويق العسل.

تستوعب الأسواق المحلية في الجمهورية اليمنية ما نسبته 85%، من إجمالي انتاج العسل، إلا أن هذه الأسواق يعاب عليها انخفاض الأسعار، وارتفاع معدلات المنافسة والعرض، هذا بالإضافة إلى منافسة الكميات المستوردة من الخارج. ولذلك تعد الأسواق الخارجية إحدى أهم الجهات التسويقية للعديد من منتجي وتجار العسل في الجمهورية اليمنية، في ظل غياب استراتيجيات تسويقية للعسل في الأسواق المحلية، واعتماد تسويق العسل في الأسواق المحلية، وبشكل شبه كلي على الوسطاء المحليين، والذين يعتبرون حلقة الوصل بين منتجي وتجار العسل.



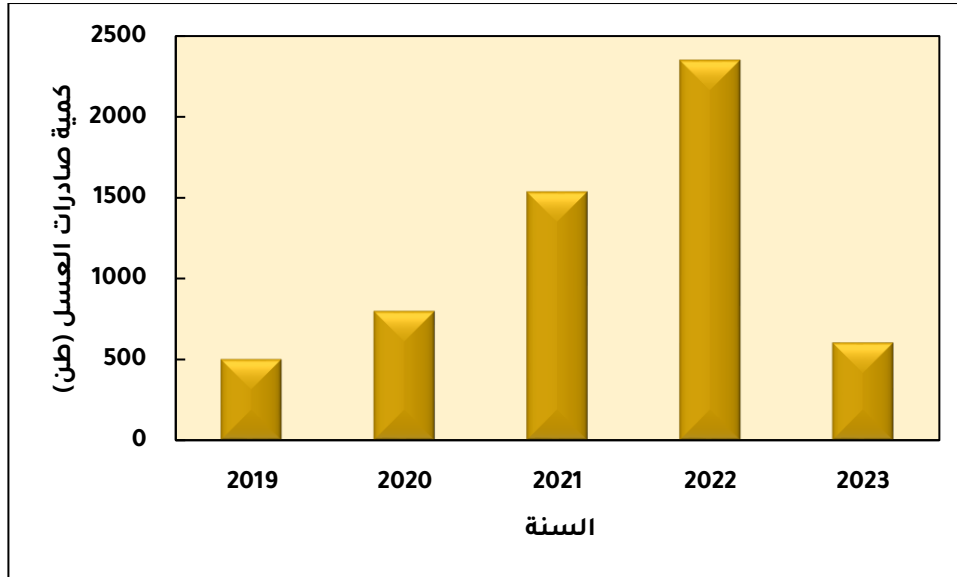
شكل 4 النسبة المئوية لتسويق العسل اليمني بالقنوات التسويقية

1.4. صادرات اليمن من العسل

أدى الاختلاف في الظروف المناخية والمناطق البيئية واتساع الغطاء النباتي في الجمهورية اليمنية إلى تنوع واسع في زراعة المحاصيل الزراعية في مختلف المناطق اليمنية وتوفرها بكميات تجارية، ومن أهم المنتجات التي تشتهر اليمن بإنتاجها العسل والقطن. وبالتالي فإن هذه المنتجات تتمتع بجودة عالية ومنافسة في أسعارها في الأسواق الخارجية وتمثل أسواق دول مجلس التعاون الخليجي، أهم الأسواق المستوعبة للصادرات الزراعية اليمنية وتوسعها مستقبلا، الأمر الذي عكس ضرورة الاهتمام بهذه الصادرات وتنميتها وذلك بتأهيل المصدرين وتزويدهم بالمعلومات التسويقية المتمثلة بكيفية الإنتاج وإعداد المنتج وفرزه وتجهيزه ثم تصديره وفقا للمواصفات المعمول بها عالميا وبالتالي زيادة القدرة التنافسية للمصدرين اليمنيين في الأسواق الخارجية (المركز الوطني للمعلومات، 2024).

يواجه العسل اليمني العديد من تحديات التصدير والتي من أبرزها عدم تطابق مواصفات كميات العسل التي يتم تصديرها مع المواصفات والمقاييس التي تتحددها الدول المستوردة للمنتج، وعلى وجه الخصوص المعايير المرتبطة بالتعبئة والتغليف والفرز والمكونات، وذلك نتيجة لعدم وجود مراكز يقع عليها عبء شراء العسل من مربى النحل، ثم تعبئته وتغليفه تغليفاً جيداً ليُصدّر بالمعايير المطلوبة.

وعلى الرغم من ذلك، تساهم صادرات اليمن من العسل في رفد الاقتصاد الوطني بالعملات الأجنبية، وتعد المملكة العربية السعودية، والامارات العربية المتحدة، أحد أهم الأسواق الخارجية للعسل اليمني. بالإضافة الى ذلك، فإن كميات أخرى من العسل اليمني يتم تصديرها الى دول شرق اسيا، مثل اندونيسيا وماليزيا، وكذلك دول القارة الأوروبية، كبريطانيا وألمانيا وفرنسا، وكذلك يتم تصدير العسل اليمني الى الولايات المتحدة الامريكية ولكن بكميات محدودة. ووفقا لغرفة الصناعة والتجارة بوادي حضرموت والصحراء، فإن صادرات العسل ازدادت خلال الفترة 2019 - 2022، وسجلت أعلى قيمة لصادرات العسل خلال العام 2022، حيث بلغت كمية الصادرات حوالي 2347.2 طن، وانخفضت العسل خلال العام 2023 لتصل الى حوالي 537 طن، وذلك نتيجة للقيود التي فرضت على صادرات العسل والتي كانت احدى اهم دوافع تنفيذ هذه الدراسة.



شكل 5 صادرات اليمن من العسل (غرفة التجارة والصناعة-بوادي-حضر موت-والصحراء 2023)

كما يوضح **الجدول 2**، وجهات صادرات العسل اليمني، وفقاً لإحصائيات العام 2023 (غرفة التجارة والصناعة-بوادي-حضر موت-والصحراء 2023).

جدول 2 صادرات العسل اليمني، والدول المستورة للعسل اليمني (غرفة التجارة والصناعة-بوادي-حضر موت-والصحراء 2023)

الدولة	الامارات	السعودية	ماليزيا	سنغافورا	الكويت	سلطنة عمان	قطر	استراليا	لندن	كندا	العراق	الصين	الأردن	تنزانيا	لبنان
كمية الصادرات (طن)	418.6	78.3	68.8	18.62	10.18	6.7	1.62	0.45	0.33	0.3	0.25	0.224	0.2	0.18	0.1

1.5. مفاهيم في الدراسة

أدى الاهتمام بموضوع خفض التكلفة في الآونة الأخيرة إلى استحداث الأساليب الملائمة لتحقيق هذا الهدف، وذلك تحت ضغط المنافسة سعيًا لتحقيق التميز. وفي هذا السياق، برز أسلوب تحليل سلاسل القيمة كأحد الأساليب الفعالة لخفض التكلفة. لهذا الأسلوب من مزايا تتمثل في التمييز بين الأنشطة التي تضيف قيمة وتلك التي لا تضيف قيمة. وبهذا التمييز، يصبح بالإمكان تحديد أماكن الخل لمعالجتها، وأماكن التميز لتعزيزها (عمر، 2010). ويعد فهم سلسلة القيمة للسلع أمرًا مهمًا 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. 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 بدون توجه تجاري (UNDP, 2016).

1.5.1. مفاهيم في سلسلة القيمة

1.5.1.1. تعريف سلسلة القيمة

في عام 1985، عرف بورتر (Porter) مفهوم سلسلة القيمة (VC) بأنها مجموعة من الأنشطة والإجراءات المرتبطة مع بعضها البعض والضرورية لتحويل الموارد الأولية (المدخلات) إلى منتجات أو خدمات (المخرجات)، والتي تمر بدورها بمراحل إنتاج مختلفة لإكساب المنتج قيمة مضافة حتى يصل 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 هذا المنتج من المرحلة الأولية للمدخلات ومن خلال مراحل مختلفة من الإنتاج حتى العرض، وصولاً إلى وجهتها النهائية في السوق (The UNIDO Approach, 2009). ويذهب (Stabell & Fjeldstad, 1998) إلى أبعد من ذلك لاقتراح أن تحليل سلسلة القيمة يجب أن يتطور إلى تحليل مكونات القيمة. وقد عرفوا سلسلة القيمة على أنها نهج لتحليل الميزة التنافسية على مستوى المنشأة، استنادًا إلى نظرية ثلاثة من تقنيات إنشاء القيمة والمنطق المرتبط بها، 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، في حين يركز متجر القيمة على حل مشاكل العملاء، وتقوم شبكة القيمة على ربط العملاء.

وبالتالي، فإن الجهات الفاعلة في سلسلة القيمة، والمسؤولة عن نقل المواد و/أو المعلومات و/أو الخدمات، تشترك في الاهتمام بالمنتج النهائي، لأن التغييرات في السوق النهائية تؤثر على جميع المشاركين في السلسلة. ويمكن فهم سلسلة القيمة أيضًا على أنها العلاقة التي تُبنى بين مختلف اللاعبين في السلسلة بهدف إضافة القيمة ومشاركة المخاطر المرتبطة بكل مرحلة من مراحل تدفق المنتج، بدءًا من مرحلة الإنتاج وحتى استهلاكه النهائي. وبشكل عام، تشمل سلسلة القيمة موردي المدخلات، والمنتجين، والتجار، والموزعين، والمجهزين، والمستهلكين النهائيين. يعمل الشركاء داخل سلسلة القيمة معًا لتحديد الأهداف الأفضل لهم، 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 مرحلته الأولى في السلسلة (المنتج) مرورًا بمراحلته الأخرى في سلسلة الإنتاج وصولاً إلى المستهلك النهائي. حيث تعتبر سلسلة القيمة أداة تحليلية يتم من خلالها ربط كافة الخطوات والأنشطة مع بعضها، مثل مستلزمات الإنتاج (Inputs)، والإنتاج (Production)، والمعالجة (Processing)، والتوزيع (Distribution). يتم تحليل كل خطوة بالتوازي مع الخطوة السابقة واللاحقة لها. كما تعمل سلسلة القيمة على تعزيز نقاط القوة، ومعالجة نقاط الضعف المحتملة، وتفايدي التهديدات، واستغلال الفرص الممكنة، وذلك من خلال اعتمادها على أداة تحليل سوات (SWOT Analysis)، وبذلك يمكن المساهمة في ضمان استمرار واستدامة الأعمال أو المشاريع مع القدرة على التأقلم مع الظروف الاقتصادية الراهنة.

ومما سبق، تعتبر سلسلة القيمة منهجية عمل لتحليل نقاط القوة والضعف والتنافسية على مستوى المنشأة وعلى مستوى

الإنتاج، ويجب تقسيم سلسلة القيمة إلى مكوناتها الإستراتيجية 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 ومتراصة وظيفيا ومنطقيا وتوفير منتجات او 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 تلبي احتياجات المستهلك.
- التميز بين الأنشطة المضافة للقيمة وتعزيزها وبين الأنشطة غير المضافة 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 او اللاعب في السلسلة من خلال تنوع المنتجات وزيادة جودتها وخفض تكلفتها.
- يساعد في تخفيض تكلفة العمليات.
- يساعد في تحديد الفرص لتطوير الأعمال.
- يساعد في تحديد مؤشرات الاداء لأنظمة المعلومات الادارية في المنظمة.
- يساعد في تحسين اتخاذ القرارات.

والجدير بالذكر أنه يمكن الحد من الفقر من خلال الإنتاج عبر تنمية سلاسل القيمة، حيث يسهم ذلك في زيادة أسعار المنتجين وفاعلي السلسلة، وإنشاء منظمات قوية وشاملة للمنتجين (مثل التعاونيات)، والوصول بشكل فعال إلى النساء وأشد الفئات فقراً، وخفض الأسعار على المستهلكين من خلال تحسين كفاءة هذه السلاسل.

منهجية الدراسة



صورة 4 لاجد محلات بيع العسل بمحافظة حضرموت

2. منهجية الدراسة

2.1. النهج العام للدراسة

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

المرحلة الأولى التنسيق الاولي في مديريات محافظة حضرموت، مع السلطة المحلية، ورؤساء الجمعيات التعاونية في القطاع الزراعي في محافظة حضرموت.

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 تربية النحل وإنتاج العسل

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 تحديات واحتياجات القطاع.

المرحلة السادسة كتابة التقرير ومشاركته مع المعنيين، تفاصيل مراحل تنفيذ الدراسة موضحة في **الجدول 3**.

جدول 3 مراحل تنفيذ دراسة سلسلة قيمة العسل 2024

المرحلة	النشاط	المخرجات
التنسيق الاولي في المناطق المستهدفة	- تحديد مناطق الدراسة والحصر الاولي للفاعلين في القطاع. - رصد وتسجيل كشوفات للعينات المستهدفة. - مقابلات مع الجهات المعنية من أجل بدء تنفيذ الدراسة	- التنسيق مع السلطات المحلية ورؤساء و مندوبين الجمعيات. - زيارات ميدانية إلى الأسواق المحلية - اجتماعات مع فريق العمل ومختصي الدراسة - كشوفات بأسماء العينة المستهدفة
جمع المصادر والدراسات السابقة	- المراجعة المكتبية للدراسات السابقة. - جمع التقارير والبيانات الإحصائية لقطاع العسل. - إعداد هيكل تقرير الدراسة واستمارة جمع البيانات.	- التقارير والإحصائيات المتوفرة. - المراجع والدراسات السابقة. - هيكل التقرير النهائي. - استبيان جمع البيانات الورقي والالكتروني.
تجهيز احتياجات الدراسة وجمع البيانات الأولية	- اختيار وتقييم فريق العمل (مختص + مجعبي 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 بالمسح والدراسة وغيرها من الأوراق والمستندات الضرورية). - تدريب فريق العمل وتوزيع العينة والمهام. - النزول الميداني ومقابلة المستهدفين لجمع البيانات.	- الحقيبة الإلكترونية. - استمارة جمع البيانات الورقية والالكترونية. - 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	- التحقق من البيانات. - مراجعة البيانات - معالجة البيانات	بيانات المسح الميداني بعد مراجعتها والتحقق منها ومعالجتها
استعراض وتحليل النتائج	- استعراض أهم بيانات الدراسة. - تحليل البيانات احصائيا. - تحليل سوات وبستل. - تحليل المدخلات والمخرجات والمعالجات. - تحليل تحديات القطاع.	- العرض الإحصائي للبيانات. - نتائج تحليل سوات وبستل وتحليل تحديات القطاع - نتائج تحليل المدخلات والمخرجات والمعالجات - نتائج تحليل تحديات القطاع. - استنتاجات وتوصيات الدراسة
كتابة التقرير والنشر	- كتابة النسخة الأولية من تقرير الدراسة - إعادة صياغة التقرير وتصميم الرسومات البيانية والأشكال. - كتابة النسخة النهائية للدراسة. - توزيع ومشاركة التقرير مع المعنيين.	- مسودة التقرير. - تقرير نهائي.

2.2. نطاق الدراسة

2.2.1. تنفيذ الدراسة

مرت الدراسة بعدة مراحل، بدءًا من الدراسات المكتبية والبحثية، وانتهاءً بكتابة التقرير النهائي ومشاركته مع المعنيين. تم تنفيذ الدراسة خلال فترة ستة أشهر، ابتداءً من يناير وحتى يونيو من العام 2024، وفقًا للخطة الزمنية الموضحة في **جدول 4**، التي تبين المدة الزمنية اللازمة لتنفيذ كل مرحلة من مراحل الدراسة، وذلك حسب طبيعة النشاط الذي تم تنفيذه 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 عددًا من المديريات في محافظة حضرموت، الواقعة في جنوب اليمن، وهي من المناطق التي تشتهر بانتشار تربية النحل وتعد من أبرز الأماكن في إنتاج وتجارة العسل على مستوى اليمن. تشهد هذه المنطقة ازدهارًا ملحوظًا في هذا القطاع، مما يجعلها منبعًا رئيسيًا للعسل الذي يُصدّر إلى العديد من الأسواق المحلية والدولية. وتعدّ تربية النحل في حضرموت جزءًا من التراث الزراعي المحلي، إذ يلعب العسل دورًا مهمًا في الاقتصاد المحلي ويعتبر مصدرًا هامًا لدخل العديد من الأسر.



شكل 6 خريطة الجمهورية اليمنية، وموقع محافظة حضرموت المستهدفة في الدراسة

2.2.3. فريق العمل

تشكّل فريق العمل المختص بتنفيذ الدراسة من عشرة أعضاء، تم تقسيمهم وفق هيكل عمل منظم يهدف إلى ضمان سير العمل بشكل دقيق ومنهجي. يمكن الرجوع إلى صفحة "فريق العمل" في بداية الدراسة للحصول على تفاصيل أكثر حول التوزيع والتنظيم. تم تصميم هذا الهيكل لضمان ترتيب العمل وتسلسل آلية جمع البيانات بشكل منهجي ودقيق، وذلك بهدف تقديم دراسة خالية من الأخطاء ومبنية على محتوى علمي منطقي. يتكون 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 تربية النحل وإنتاج العسل
- عدد 1 مختص جمع البيانات الميدانية
- عدد 1 مختص تحليل البيانات.
- عدد 1 استشاري للتحقق ومعالجة البيانات ومراجعتها،
- عدد 3 مراجعين ومحرر ومصمم.

جدول 4 خطة عمل وتنفيذ دراسة تحديد احتياجات الوصول الى الأسواق لمنتج العسل - محافظة حضرموت 2024

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

البنود ذات خط في الأسفل توضح اهمية النشاط في الدراسة

2.2.4. عينة الدراسة

اشتملت عينة الدراسة على ثلاث حلقات أساسية في سلسلة قيمة العسل بمحافظة حضرموت، والعاملة في مجال تربية النحل وتجارة العسل. حيث استهدفت الدراسة بشكل أساسي مربّي نحل العسل في محافظة حضرموت، وتجار العسل بجميع فئاتهم، بالإضافة إلى الجمعيات الزراعية العاملة في مجال تقديم الدعم للعاملين في القطاع الزراعي بشكل عام، وقطاع العسل بشكل خاص. يوضح **الجدول 5** تفاصيل عينة الدراسة على مستوى كل من مرحلة تربية النحل، وتسويق وتجارة العسل، ومرحلة الجمعيات العاملة في مجال دعم قطاع إنتاج وتسويق وتجارة العسل. ومع انطلاق أنشطة الدراسة، بدأ الفريق 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 الدراسة والماسح الميداني، لمقابلة الفاعلين في قطاع العسل، بدءًا بمربي النحل بمحافظة حضرموت، ثم تجار العسل بمختلف فئاتهم، وانتهاءً بفاعلي سلسلة قيمة العسل في الجمعيات الزراعية العاملة في المنطقة. حيث احتوت أسئلة المقابلة على العديد من التفاصيل المتعلقة بالتكاليف والمواد المستخدمة من قبل كل فاعل في القطاع، والمعالجات والأنشطة التي يتم تنفيذها، ومخرجات هذه الأنشطة. كما تم التطرق إلى التحديات التي تواجه كل فاعل، مع التوصيات المقترحة من قبلهم ومن قبل المختصين.

جدول 5 حجم عينة دراسة تحديد احتياجات الوصول إلى الأسواق لمنتج العسل (بيانات أولية، 2024).

النسبة	العدد	تصنيف اللاعب
16%	8	منتجين
55%	28	تجار ومصدرين
16%	8	داعم
13%	7	ميسر/سلطة
100%	51	الإجمالي العام

2.3. جمع البيانات والتحقق منها

2.3.1. الدراسات السابقة وإعداد القوالب

"تم جمع المراجع والدراسات السابقة في قطاع تربية النحل وإنتاج العسل في الجمهورية اليمنية، حيث اشتملت البيانات التي تم جمعها على الكميات المنتجة من العسل خلال الفترة 2017-2021. 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 (مربي النحل) وتجار بمختلف فئاتهم، وكذلك مقابلة الجمعيات التعاونية وزيارة مواقعها إن وجدت."

2.3.2. ورش التدريب

تم عقد عدة اجتماعات مع مستشاري الدراسة، ومختص جمع البيانات الميدانية، وكافة الفريق العامل في الدراسة. وخلال الاجتماعات، قام مسؤولو الدراسة بتعريف الحاضرين بأهمية المشروع وأهداف الدراسة، ومناقشة الاستمارات ومشاركة آرائهم بهدف تطوير استمارة جمع البيانات الميدانية، بما يتناسب مع قطاع إنتاج وتجارة العسل، ويخدم فاعلي مراحل الإنتاج والتجارة والدعم. حيث تم تجهيز فريق عمل ترتبط خبراته بالقطاع المستهدف، وتم التواصل مع مختصين واستشاريين

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 لتسهيل عملية جمع البيانات وزيادة مستوى الدقة. كما تم إعداد نماذج تتبع للزيارات الميدانية ومستوى الإنجاز للفرق الميدانية. ونموذج 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 لتسهيل عمل الفريق.

2.3.3. جمع البيانات

انطلق فريق المسح الميداني لمقابلة الفاعلين في قطاع الوصول إلى الأسواق لمنتج العسل مع بداية شهر مارس 2024، واستمرت عملية المسح الميداني لمدة 20 يوم عمل ميداني. وخلال هذه المدة، تم مقابلة الفاعلين في جميع حلقات الإنتاج والتجارة والدعم، وإرسال البيانات مباشرة إلى قاعدة بيانات الوكالة المجهزة مسبقاً لاستقبال البيانات عبر خادم Survey CTO Collect، والبدء مباشرة بمراجعتها والتحقق منها وتعديل أي أخطاء واردة من الميدان.

بحسب خطة الدراسة، تم وضع منهجية واضحة لفريق العمل لعملية جمع البيانات من الميدان، حيث تم توزيع كشف العينة للفريق بحيث يتم استهداف كافة الفاعلين المحددين في دراسة تحديد الاحتياجات للوصول إلى الأسواق. وشملت الدراسة عدة جوانب، منها التقنية والمالية وموقع الإنتاج وبيئة العمل، والتحديات والمعوقات التي تواجه فاعلي القطاع. وعند استكمال جمع البيانات، قام قائد الفريق بالتحقق من اكتمال الاستمارات للتأكد من استيفاء كافة بيانات الاستمارة ليتم إرسالها إلى خادم جمع البيانات.

كما قام قائد الفريق بمراجعة تقارير فريق المسح الميداني، والتأكد من مستوى الإنجاز ومواكبته لخطة جمع البيانات الميدانية. هذا بالإضافة إلى متابعتها المتواصلة لفريق العمل من خلال مجموعة التواصل الاجتماعي (واتساب) للوقوف على كل المستجدات التي تواجه الفريق، وحل تحدياتهم فور حدوثها، وتعميم أي ملاحظات بين الفريق، وأيضاً تلقي أي تعليمات طارئة من قبل فريق البحث والتطوير لتعميمها بين الفريق.



صورة 5 توضح فريق العمل أثناء جمع البيانات من الميدان

2.3.4. التحقق من البيانات

بعد إتمام عملية جمع البيانات، تم تعيين مجموعة من المختصين لمراجعتها بهدف التحقق من صحتها ودقتها. تم اختيار هؤلاء المختصين بعناية وتدريبهم على أساليب استقبال البيانات بشكل منهجي ودقيق. بالإضافة إلى ذلك، تم تزويدهم بالأدوات اللازمة لمتابعة البيانات بشكل مستمر، وذلك لضمان عدم تكرارها وتلافي الأخطاء التي قد يرتكبها الماسحون الميدانيون أثناء جمع المعلومات. شملت عملية التدريب أيضًا كيفية التعامل مع الحالات غير المعتادة في البيانات والتأكد من تطابقها مع المعايير المطلوبة. هدف هذه الخطوات كان تعزيز جودة البيانات وتحقيق أعلى مستوى من الدقة والموثوقية، لضمان أن تكون النتائج النهائية قابلة للاعتماد في اتخاذ القرارات المناسبة.



صورة 6 توضح فترة اجتماعات وتدريب فريق معالجة والتحقق من البيانات

بعد استكمال عملية جمع البيانات، تم التحقق من صحتها عبر المختصين، حيث تم التواصل هاتفياً مع عينة من المستهدفين للتحقق من دقة البيانات ومصادقيتها، وضمان مطابقتها مع ما تم جمعه ميدانياً. كما تم استكمال البيانات الناقصة وتصحيح البيانات غير المنطقية بالتنسيق مع قادة الفرق الميدانية والماسحين الميدانيين.

أثناء عملية جمع البيانات، تم التحقق من صحتها بالتوازي مع جمعها، حيث قام مختصو المراجعة بالاتصال الهاتفي بعينات عشوائية من الاستثمارات الواردة إلى قاعدة البيانات. تم التحقق من بعض الأسئلة المهمة ومطابقتها مع الإجابات الواردة في الاستثمارات، كما تم معالجة البيانات فور وصولها واستكمال أي بيانات مفقودة بالتنسيق مع قادة الفرق الميدانية والماسحين الميدانيين.

بعد المعالجة والتحقق من البيانات، تم عقد اجتماع مع مختصي الدراسة لمناقشة آلية تحليل البيانات وكيفية تنسيق العمل بين فريق المتابعة والتقييم والمراجعين ومختصي الدراسة. هدف الاجتماع إلى كتابة المقالات في قالب التقرير لضمان ترابط المعلومات وتناسقها في التقرير النهائي للدراسة.

تم تحليل البيانات باستخدام برنامج Google Sheets، حيث تم إجراء التحليل الفني والإحصائي باستخدام أساليب رياضية وإحصائية متعددة مثل المتوسطات الحسابية، والمدى، وأعلى وأدنى القيم، والنسب المئوية، بالإضافة إلى مقاييس إحصائية أخرى.

شملت الدراسة في تحليلاتها عدة جوانب، من بينها تحليل الاحتياجات والتحديات، ورسم خارطة الفاعلين في قطاع العسل باستخدام نموذج التحليل الرباعي (SWOT)، مع استعراض أهم التحديات وكيفية معالجتها، بالإضافة إلى تسليط الضوء على نقاط القوة والفرص وكيفية الاستفادة منها. كما تم اقتراح توصيات لتطوير القطاع وتحسين أدائه في المستقبل.

2.4. معالجة وتحليل البيانات

بعد الانتهاء من رفع البيانات إلى قاعدة البيانات الخاصة بالوكالة، والتي تم تجهيزها مسبقاً لاستقبال البيانات عبر خوادم Survey CTO Collect، تم تنفيذ عملية التحقق من صحة البيانات المدخلة لضمان دقتها واكتمالها. عقب إتمام عملية التحقق بنجاح، تم الانتقال إلى مرحلة المعالجة وتحليل البيانات باستخدام الأدوات المتخصصة لذلك. تهدف هذه العملية إلى استخلاص المعلومات الحيوية وتحويلها إلى نتائج قابلة للتفسير، مما يساهم في تحقيق الأهداف المرجوة من جمع البيانات. وقد تضمن التحليل استخراج الأنماط والاتجاهات التي تساعد في اتخاذ القرارات المبنية على أساس علمي دقيق.

2.4.1. معالجة وتنظيف البيانات

"تم تدريب فريق مختص من الكوادر البشرية لمراجعة البيانات ومعالجتها والتحقق منها، حيث شمل التدريب تعريفهم بالآلية المتبعة في العمل وفهم مفهوم قطاع العسل وأهدافه بشكل دقيق. كما تم تدريب مختصي المعالجة على كيفية استقبال البيانات الواردة من الميدان والتحقق منها ومراجعتها بشكل مستمر لضمان جودتها ودقتها. يتم التركيز على منع تكرار البيانات أو وجود أي عوائق قد تؤثر على صحة المعلومات، إضافة إلى معالجة أي بيانات غير صحيحة قد يتم إرسالها من فريق جمع البيانات الميدانية.

تم ربط فريق المراجعة مع اللوحة التفاعلية (Dashboard) التي تتيح متابعة تدفق البيانات في الوقت الفعلي. ومن خلال هذه اللوحة، يتم تحديد مستوى الإنجاز الذي يحققه فريق المسح الميداني، بالإضافة إلى متابعة أي تحديات قد تواجه الفريق أثناء جمع البيانات. كما تساهم اللوحة التفاعلية في توجيه الفريق للتركيز على النقاط التي تمثل احتياجات القطاع الأكثر إلحاحاً، مما يضمن تحقيق أعلى مستويات الدقة والفعالية في جمع وتحليل البيانات."



صورة 7 توضح مرحلة المراجعة والمعالجة والتحقق من البيانات.

2.4.2. تحليل البيانات

تم تحليل البيانات الكمية والنوعية بطرق منهجية وعلمية للوصول إلى المؤشرات المالية والاقتصادية الخاصة باحتياجات الوصول إلى الأسواق. ومن أهم المؤشرات المدروسة في التقرير تحليل مصفوفة الاحتياجات وتحليل SWOT لفاعلية مرحلة الإنتاج والتسويق. يمكن تصنيف البيانات الميدانية لقطاع احتياجات الوصول إلى الأسواق لمنتج العسل إلى جزئين رئيسيين: مؤشرات نوعية (وصفية) ومؤشرات كمية (عددية). كما يلي: صور توضح مرحلة المراجعة والمعالجة والتحقق من البيانات.

البيانات الوصفية / النوعية

تشكل البيانات الوصفية الجزء الأصعب في التحليل بسبب احتياجها إلى عملية توحيد وترميز. حيث تكون هذه البيانات عبارة عن إجابات نصية مفتوحة أو محددة تصف وضغاً معيناً للمستجيب، مثل الأسئلة المتعلقة بالحالة الاجتماعية أو التحديات التي تواجه المستجيب أو وسائل النقل. جميع هذه الإجابات تكون نصوياً وليست أرقاماً أو قيماً عددية. وقد تم توحيد وترميز هذه البيانات بهدف تحليلها، وأهم هذه التحليلات: تحليل سوات، وتحليل باستيل، وتحليل الاحتياجات.

البيانات الكمية

هناك العديد من المؤشرات التي تم الاستناد إليها من أجل تحديد الاحتياجات في قطاع العسل، وهي القيم العددية أو الرقمية المتحصل عليها من عملية المسح، مثل التكاليف وعدد المنتجات والأسعار وغيرها من البيانات الرقمية التي يتم التعامل معها باستخدام بعض الأساليب الرياضية والإحصائية للمتغيرات، تبعاً لاحتياج التحليل، مثل المجموع، المتوسطات الحسابية، المدى، أعلى قيمة، أصغر قيمة، والنسب المئوية.

2.5. كتابة التقرير والنشر

2.5.1. كتابة التقرير

قام فريق الدراسة ببناء مخطط تفصيلي لما سيتضمنه التقرير في بداية التخطيط للدراسة. وعلى ضوء ذلك، تم إعداد هيكل للتقرير يتضمن عناوين الفصول والعناوين الفرعية في كل فصل، بالإضافة إلى الجداول والرسوم البيانية والملحقات. وقد ساعد ذلك الفريق في إعداد المسودة الأولية للتقرير لعرض أبرز المخرجات والنتائج الأولية لفريق العمل، وإبداء الملاحظات لتطوير التقرير. كما قام الفريق بمراجعة المسودة الأولية للتقرير، وإعادة صياغتها وكتابتها وتصميم الرسومات البيانية والأشكال والجداول بمهنية عالية، لتخرج النسخة النهائية من التقرير ويتم مشاركتها مع الجهات المعنية والجهة الداعمة والتمويل لتنفيذ الدراسة.

2.5.2. نشر التقرير

بعد إعداد التقرير النهائي وطباعته، تم مشاركته مع الجهات المعنية وأصحاب المصلحة، وكذلك فاعلي مراحل إنتاج وتجارة العسل، بالإضافة إلى الجهات المانحة المرتبطة بقطاع العسل، والجهات الرسمية وغيرها. إن استعراض النتائج وعرض المخرجات والنتائج والتوصيات سيساهم في تطوير القطاع بشكل مستدام، ويتضمن التقرير عرضاً مفصلاً للفجوات التي يمكن معالجتها والكفاءات التي يمكن تعزيزها لدى أصحاب المصلحة في قطاع العسل. كما يشمل التقرير مقترحات قد تساهم في تحسين ورفع كفاءة فاعلي مراحل الإنتاج والتسويق، بما يساعد في زيادة الإنتاج المحلي والصادرات وتقليل النفقات التشغيلية،

مما سيسهم بشكل كبير في دعم اقتصاد البلاد وتوفير فرص عمل جديدة في قطاع إنتاج وتجارة العسل.

يساعد التقرير أيضًا الجهات المعنية والداعمة في اتخاذ القرارات وتصميم مشاريع مناسبة بناءً على احتياجات أصحاب المصلحة في القطاع. ودعمهم لتعزيز وتنمية كفاءة فاعلي القطاع. ويمكن تحميل التقرير باللغتين العربية والإنجليزية عبر موقع الوكالة، والترويج له عبر منصات التواصل الاجتماعي، لإتاحة الفرصة لجميع الجهات والأفراد المهتمين للاطلاع عليه.

2.6. عرض النتائج

تم عرض ومناقشة نتائج الدراسة على مستوى كل من مربّي نحل العسل في محافظة حضرموت، وتجار العسل في المحافظة بمختلف فئاتهم، والجمعيات الزراعية في المحافظة. اشتملت النتائج التي عرضت في الدراسة على لمحة عن منطقة الدراسة، وأبرز الإحصائيات والأرقام المتعلقة بالمنتج محل الدراسة، بالإضافة إلى التعريف بالفاعلين الذين استهدفتم الدراسة. كما تم تحليل سوات وفقًا لوظائف الفاعلين المستهدفين، واحتياجاتهم بهدف تحسين وصول منتج العسل إلى الأسواق، مع عرض أهم التوصيات الواجب تقديمها على مستوى كل فاعل من الفاعلين الذين استهدفتم الدراسة.

نتائج الدراسة



صورة 8 واحدة من شركات بيع وإنتاج مستلزمات انتاج العسل وتربية النحل

3. نتائج الدراسة

3.1. الفاعلين في قطاع العسل

استهدفت الدراسة ثلاث مراحل أساسية من مراحل سلسلة قيمة العسل، حيث يؤثر الفاعلون في هذه المراحل بشكل مباشر على وصول منتج العسل إلى الأسواق. كما أن العمليات والأدوار التي يؤديها كل فاعل من هؤلاء الفاعلين تحدد بشكل كبير جودة وسعر المنتج في السوق. بشكل عام، يمكن القول إن الدراسة استهدفت كل من منتجي العسل من النحالين، والفاعلين في مرحلة التجارة والتصدير، بالإضافة إلى جمعيات النحالين العاملة في مجال إنتاج وتجارة وتسويق العسل.

3.1.1. مرحلة الإنتاج

النحالين هم الفاعلين في هذه المرحلة، وبحسب عدد خلايا النحل لكل نحال من منتجي العسل، فإن فاعلي مرحلة الإنتاج ينقسمون إلى أربع فئات رئيسية، وهي:

- **فئة منتجي العسل المبتدئين:** وهم النحالون الذين عدد خلايا النحل التي يمتلكونها أقل من 20 خلية.
- **فئة صغار منتجي العسل:** وهم النحالون الذين تكون اعداد خلايا النحل التي يملكونها ما بين 20 الى 100 خلية.
- **فئة منتجي العسل المتوسطة:** وهم النحالون الذين تتراوح اعداد خلايا النحل لكل نحال بين 100 الى 500 خلية.
- **فئة كبار منتجي العسل:** وهم النحالون الذين تزيد حيازتهم لأعداد خلايا النحل عن 500 خلية.

من خلال نتائج الدراسة، فإن من أبرز أنشطة فاعلي مرحلة الإنتاج هي تربية النحل، وتنفيذ جميع عمليات خدمة إنتاج العسل. وعلى وجه الخصوص، تشمل هذه العمليات البحث عن المراعي والتغذية، ومكافحة الآفات وأمراض النحل، بالإضافة إلى عمليات الفرز والتصفية وبيع العسل سواء لوكلاء تجارة العسل أو لجمعيات النحالين. بالإضافة إلى ذلك، يقوم بعض منتجي العسل بتسويق منتجاتهم إلى الأسواق المحلية.

كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من فاعلي مرحلة الإنتاج هم من الذكور، ويرجع ذلك إلى طبيعة الأعمال التي تتطلبها مرحلة الإنتاج. وفي المقابل، يشارك العديد من أفراد أسر النحالين في بعض العمليات، خصوصاً في عمليات التربية والفرز والفحص والتغذية، وكذلك في تعبئة العسل بعد الفرز لتجهيزه للبيع في الأسواق المحلية.

يوضح **الجدول 6** أبرز الإجراءات والطرق التي يتبعها فاعلو مرحلة الإنتاج في محافظة حضرموت لإنتاج العسل. من خلال الجدول، يتبين أن جميع مربي النحل في محافظة حضرموت يتبعون الطرق الحديثة في إنتاج العسل. وفقاً لنتائج الدراسة، أشار 44% من فاعلي مرحلة الإنتاج إلى أن السبب في ذلك يعود، وبدرجة أساسية، إلى سهولة فحص خلايا العسل الحديثة. بالإضافة إلى ذلك، توجد أسباب أخرى مثل سهولة التنقل بخلايا النحل (31%)، وزيادة إنتاج العسل باستخدام خلايا النحل الحديثة (13%)، وسهولة القيام بعمليات تغذية نحل العسل (6%)، فضلاً عن زيادة الفترة العمرية لمستعمرات النحل التي يتم تربيتها باستخدام خلايا نحل حديثة (6%).

تشير نتائج الدراسة (**جدول 6**) إلى أن مربي النحل في محافظة حضرموت يولون أهمية كبيرة للاشتراطات الصحية خلال عملية الإنتاج، وخاصةً عمليات النظافة والتعقيم. وفقاً لنتائج الدراسة، أشار 29% من فاعلي مرحلة الإنتاج إلى أن ارتداء الملابس النظيفة يعد من أبرز الاشتراطات الصحية خلال عمليات جني العسل والتعامل مع النحل. بالإضافة إلى ذلك، توجد اشتراطات أخرى مثل تنظيف المكان (25%)، وتنظيف الأدوات المستخدمة في جني العسل بالماء والصابون (25%)، وارتداء كمادات الوجه، وكفوف الأيدي، وأغطية الرأس (14%)، فضلاً عن قص الأظافر وعسل الأيدي خلال عملية جني العسل (7%).

وتعد العبوات المصنوعة من الفولاذ وكذلك العبوات البلاستيكية من أكثر مواد التعبئة استخدامًا خلال عملية جني العسل. بعد عملية الجني، يعمل العديد من مربي النحل على نقل العسل إلى مواقع التخزين. وخلال عملية النقل، يولي مربي النحل أهمية كبيرة للعديد من الاشتراطات لضمان عدم تعرض العسل للتلوث. وفقًا لنتائج الدراسة، أشار 67% من فاعلي مرحلة الإنتاج إلى أن حفظ العسل من التعرض للأتربة يعد من أهم الإجراءات الواجب مراعاتها خلال عملية نقل العسل من مواقع الجني إلى أماكن التخزين، بالإضافة إلى عدم تعرض العسل لأشعة الشمس المباشرة (33%).

وفي مواقع التخزين، أشار 88% من فاعلي مرحلة الإنتاج إلى أن مواقع تخزين العسل يجب أن تضمن عدم تعرض العسل لأشعة الشمس. كما أشار 12% إلى أن أماكن تخزين العسل يجب أن تكون مغلقة بشكل جيد بحيث لا يدخل الغبار والأتربة من البيئة الخارجية، مع ضمان عدم تعرض العسل لأشعة الشمس المباشرة.

أشارت نتائج الدراسة أيضًا إلى الخبرة الكبيرة لمربي النحل في محافظة حضرموت ومعرفتهم الواسعة بسلاسل النحل التي يتم تربيتها في المحافظة. وفقًا لنتائج الدراسة، أشار 55% من فاعلي مرحلة الإنتاج إلى أنهم يقومون بتربية السلالة الحورية، مع وجود سلالات أخرى لنحل العسل، مثل السلالة المحلية بنسبة 36%، والسلالة التهامية بنسبة 9%. كما يعمل مربي النحل في محافظة حضرموت على تغيير ملكات النحل في فترات زمنية محددة، بما يضمن استمرارية الإنتاج وتطور عدد المستعمرات النحلية.

من ناحية أخرى، يعتمد مربي النحل في محافظة حضرموت على التغذية السكرية بشكل أساسي في نظام تربية مستعمرات النحل. كما يولي مربي النحل في المحافظة أهمية كبيرة لوقاية مستعمرات النحل من الآفات والأمراض. وتركز عمليات إنتاج العسل في المحافظة ولدى العديد من المربين على إنتاج عسل أحادي المصدر، الذي يعتمد بشكل أساسي على تغذية النحل على نبات السدر. كما أشار العديد من مربي النحل إلى أن مناطق تربية نحل العسل في المحافظة تتسم بانخفاض مستويات التلوث، حيث يعد هذا المعيار من أبرز وأهم معايير تربية النحل وإنتاج عسل خالي من الملوثات البيئية. وذلك نظرًا لاعتماد مربي النحل في محافظة حضرموت على إنتاج العسل دون استخدام أي نوع من المبيدات التي قد تؤثر على نحل العسل وجودة العسل.

جدول 6 أبرز الإجراءات والطرق المتبعة في إنتاج العسل بمحافظه حضرموت

إجراءات عملية إنتاج العسل	التجار المحليين	النظافة والتعقيم	حديثه	سدر مراعي	عسل احادي المصدر	لا يوجد	نعم
طريقة تربية نحل العسل			100%				
الاجراءات الصحية التي تقوم باتباعها عند تعبئة وتغليف العسل		100%					
لمن تفضل بيع العسل الذي تقوم بإنتاجه	100%						
وجود معرفة بنوع سلالات النحل التي تقوم بتربيتها							100%
القيام بتغيير ملكات النحل المسنة كل سنتين مع بداية موسم الربيع							100%
القيام باتباع نظام التغذية التحفيزية بالمحاليل السكرية لخلايا النحل التي تقوم بتربيتها							100%
القيام باتباع اساليب الوقاية من الآفات والامراض لخلايا النحل التي تقوم بتربيتها							100%
نوع العسل الذي تقوم بإنتاجه					100%		
اسم النبات المستخدم لإنتاج عسل احادي المصدر				100%			
مستوى الملوثات في الموقع الذي تقوم بتربية النحل فيه						100%	
مستوى استخدامك للمبيدات عند إنتاج العسل						100%	

3.1.2. مرحلة التجارة والمعالجة والتصدير

تشتمل مرحلة التجارة والمعالجة والتصدير على أربع مكونات رئيسية، وهي: مكون التجميع، مكون المعالجة، مكون البيع، ومكون التصدير. وتشمل هذه المكونات الأربعة العديد من الفاعلين. بشكل عام، تتضمن مرحلة التجميع أربعة فاعلين أساسيين وهم:

- **تجار التجزئة المجمعين:** هم التجار الذين يتخصصون في جمع العسل من النحالين ومن جمعيات النحالين التي تعمل في مجال تربية النحل وإنتاج العسل. يقومون بتجميع العسل من مصادر متعددة ثم بيعها للمستهلكين بشكل مباشر أو توزيعها على محلات المواد الغذائية. هؤلاء التجار يعتبرون حلقة وصل بين المنتج النهائي والمستهلك، حيث يوفرهم للزبائن العسل في عبوات صغيرة جاهزة للاستهلاك.
 - **تجار الجملة المجمعين:** هؤلاء التجار يقومون بتجميع العسل من النحالين ومن جمعيات النحالين المتخصصة في إنتاج العسل، ثم يقومون ببيعه بكميات كبيرة لتجار الجملة الآخرين أو لتوريده إلى محلات بيع المواد الغذائية. يتيح هذا النظام لتجار الجملة الحصول على كميات كبيرة من العسل التي يمكنهم توزيعها في الأسواق المختلفة أو توريدها إلى محلات التجزئة.
 - **معامل معالجة وتجهيز العسل:** هناك العديد من المعامل التي تتخصص في معالجة العسل وتحضيره للبيع. تشمل عمليات المعالجة التي تقوم بها هذه المعامل نزع الرطوبة من العسل، تصفيته من الشوائب، وتعبئته في عبوات صغيرة تناسب مع احتياجات المستهلك. كما تقوم هذه المعامل بتغليف العسل وتخزينه بطريقة تحفظ جودته. يتم شراء العسل في هذه المعامل إما مباشرة من المنتجين أو من خلال تجار التجزئة أو تجار الجملة الذين يتمتعون بعلاقات تجارية مع النحالين.
 - **تجار التصدير:** يقوم بعض تجار الجملة المجمعين بجمع العسل من مصادر متنوعة مثل تجار التجزئة، تجار الجملة الآخرين، وأحياناً من النحالين وجمعياتهم المتخصصة. بعد جمع العسل، تقوم هذه الشركات بإجراء عمليات التعبئة والتغليف في معاملها الخاصة. وفي مرحلة لاحقة، يتم تصدير العسل بأنواعه المختلفة، مثل العسل الصافي والعسل المعد للاستهلاك المحلي والدولي. تجارة التصدير هذه تساعد في ترويج العسل في الأسواق الخارجية، مما يساهم في توسيع نطاق تسويق المنتج وزيادة الطلب عليه في الأسواق العالمية.
- تشير نتائج الدراسة إلى أن 57% من فاعلي مرحلة التجارة يعملون في مجال بيع وشراء العسل في السوق المحلية. بالإضافة إلى ذلك، هناك أنشطة أخرى مرتبطة بتجارة العسل، مثل تصدير العسل، الذي يشارك فيه 18% من فاعلي مرحلة التجارة. ويعمل البعض الآخر في مجالين معاً، حيث يزاوون بين بيع وشراء العسل في الأسواق المحلية وكذلك تصدير العسل إلى الأسواق الخارجية، مما يشكل 18% من فاعلي التجارة. من جهة أخرى، أفادت الدراسة بأن 4% من فاعلي مرحلة التجارة يعملون في مجال الصناعات الغذائية، بينما يعمل 4% آخرون في مجال تصفية وتعبئة وتغليف العسل.
- من ناحية أخرى، أظهرت نتائج المسح الميداني أن 96% من منشآت مرحلة التجارة هي منشآت تجارية تقوم بعملية بيع وتداول العسل. في المقابل، شكلت المنشآت الإنتاجية والصناعية والخدمية 6% من مجموع المنشآت التي تم مسحها في هذه المرحلة، مما يدل على تنوع الأنشطة التجارية المرتبطة بالعسل، سواء كانت تجارية أو صناعية أو خدمية.

3.1.3. مرحلة الدعم (جمعيات النحالين)

تُعتبر جمعيات النحالين من أبرز المؤسسات التي تساهم بشكل كبير في تنمية القطاعات الاقتصادية المرتبطة بالعسل. تلعب هذه الجمعيات دورًا حيويًا في تحقيق التنمية النحلية والاقتصادية، حيث تقوم بعدة مهام أساسية، أبرزها تمثيل مربّي النحل وتجار العسل، وتنظيم العمل في القطاع، بالإضافة إلى إقامة المعارض والترويج لزراعة السدر والمراعي النحلية وإنتاج العسل. كما تساهم في تسهيل إجراءات تصدير العسل إلى الأسواق المحلية والدولية، مما يساهم في تعزيز الاقتصاد المحلي والعالمي من خلال هذا المنتج.

بشكل عام، يمكن القول إن من أبرز أنشطة فاعلي مرحلة الدعم في قطاع العسل هي حل تحديات النحالين، وتقديم الاستشارات الفنية لهم، فضلًا عن المساعدة في تسويق العسل سواء في الأسواق المحلية أو الخارجية. بالإضافة إلى ذلك، تعمل الجمعيات على ربط فاعلي مرحلة الإنتاج بفاعلي مرحلة الإمداد والمدخلات، مما يساهم في تسهيل حصول النحالين على مدخلات الإنتاج اللازمة، ويعزز القدرة التنافسية للقطاع. كما تقوم الجمعيات بتدريب كوادرها الإدارية ومربي النحل والتجار في الجوانب المتعلقة بالعملية الإنتاجية والتسويقية للعسل، مما يساهم في رفع مستوى الخبرة والكفاءة. إلى جانب ذلك، تمارس بعض الجمعيات التعاونية الأنشطة التجارية للعسل، مما يعزز فرص الربح ويزيد من فعالية عمليات التجارة.

أظهرت نتائج الدراسة أن العديد من النحالين وتجار العسل في المناطق المستهدفة ينتمون إلى جمعيات النحالين العاملة في مجال إنتاج وتسويق العسل، مما يبرز الدور المحوري للجمعيات في وصول المنتجات إلى الأسواق. كما أظهرت الدراسة أن الجمعيات العاملة في مجال النحل وإنتاج العسل تتراوح أعداد الكوادر الإدارية فيها بين 1 إلى 7 أعضاء، ما يعكس الحجم المتواضع لعدد الأعضاء في بعض الجمعيات. إضافة إلى ذلك، لوحظ وجود الكوادر النسوية المنتسبة للجمعيات النحلية، التي تساهم بشكل فعال في مجال تجارة العسل، مما يساهم في تعزيز التنوع والمشاركة المجتمعية في هذا القطاع.

3.2. تسويق العسل

تُعد عملية تسويق العسل من أهم العمليات في سلسلة الوصول إلى الأسواق لمنتج العسل، حيث تشكل هذه المرحلة حلقة الوصل الأساسية بين مرحلة الإنتاج ومرحلة الاستهلاك. تشمل عملية تسويق العسل في المناطق التي استهدفتها الدراسة فاعلين أساسيين، هما فاعلو مرحلة التجارة بفئاتهم المختلفة، وفاعلو مرحلة الدعم.

تشير نتائج الدراسة إلى أن 89% من فاعلي مرحلة التجارة والدعم الذين شملتهم الدراسة يقومون بتسويق منتج العسل في السوق المحلية وكذلك في السوق الخارجية. بينما يقوم 7% من هؤلاء الفاعلين بتسويق العسل في السوق المحلية فقط، في حين أن 4% فقط يقتصر تسويقهم على السوق الخارجية. بشكل عام، يمكن القول أن النسبة الأكبر من محصول العسل يتم تسويقها في السوق المحلية، ويرجع ذلك إلى العديد من الأسباب التي يذكرها فاعلو مرحلة التجارة والدعم. ومن أبرز هذه الأسباب، وفقًا لإفاداتهم، ارتفاع تكاليف الإنتاج، وصعوبات سلاسل الإمداد، وتعقيدات عملية التصدير، إضافة إلى صعوبات عمليات النقل والتخزين. هذه العوامل تؤدي إلى تفضيل تسويق العسل داخل السوق المحلية بدلاً من تصديره إلى الأسواق الخارجية.

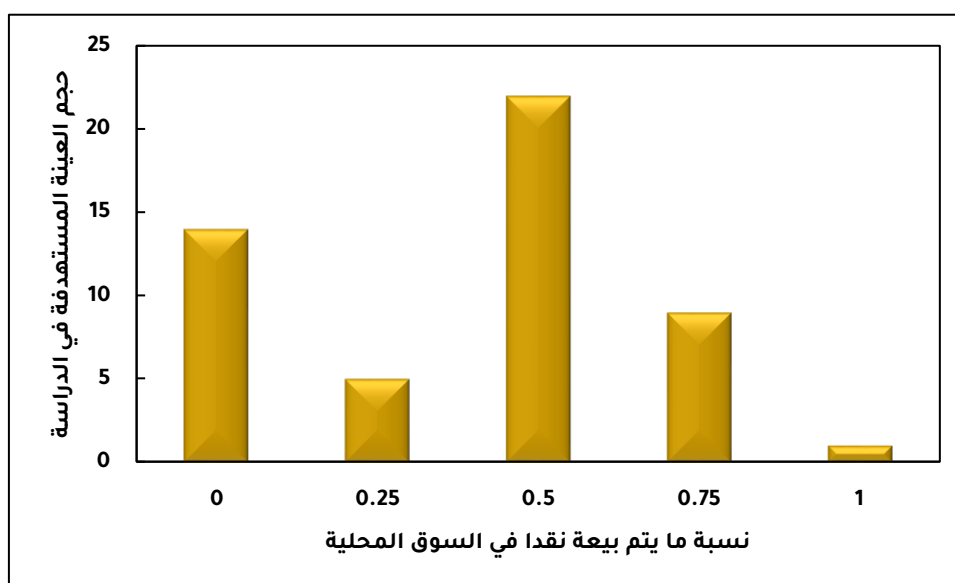
جدول 7 تحديات تسويق العسل لفاعلي مرحلة التجارة والدعم

اللاعب	أبرز تحديات تسويق منتج العسل	عدد النقاط
تجار ومصدرين	صعوبات في سلاسل الامداد وصعوبات في عمليات النقل والتخزين	21
	ضعف كفاءة التشغيل وتعقيدات الإجراءات والأنظمة في عمليات التصدير	3
	تدني وضعف كفاءة التشغيل وتدني مستوى التقنيات المستخدمة في جني العسل	2
	ضعف في التسويق	1
	صعوبات في سلاسل الامداد ومتطلبات التصدير	1
الإجمالي لمرحلة التجارة والتصدير		28
داعم	ضعف كفاءة العمل لدى كوادر وأعضاء الجمعيات	5
	ضعف كفاءة التشغيل وتقنيات الحصاد والإنتاج	1
	الإجمالي لمرحلة الدعم	6

من ناحية أخرى، أشارت نتائج الدراسة، استنادًا إلى إفادات فاعلي مرحلة التجارة والدعم، إلى أن طبيعة التعامل النقدي في تسويق العسل تعتمد بشكل أساسي على نمطين رئيسيين للدفع، وهما الدفع المباشر (النقدي) والدفع الآجل.

يوضح كل من **الشكل 7** و**الشكل 8** كميات العسل المباعة نقدًا في السوق المحلية والسوق الخارجية من إجمالي كمية العسل المباعة. وفقًا للنتائج، أفاد 2% من المشاركين في الدراسة بأنهم يقومون ببيع كامل كمية العسل نقدًا، بينما ذكر 2% آخرون أن كافة مبيعاتهم تتم بالدفع الآجل. في المقابل، أشار 96% من فاعلي مرحلة التجارة والدعم إلى أن التعامل في السوق يعتمد على مزيج من الدفع النقدي المباشر والدفع الآجل، وذلك وفقًا لطبيعة السوق وحجم كميات العسل المنتجة.

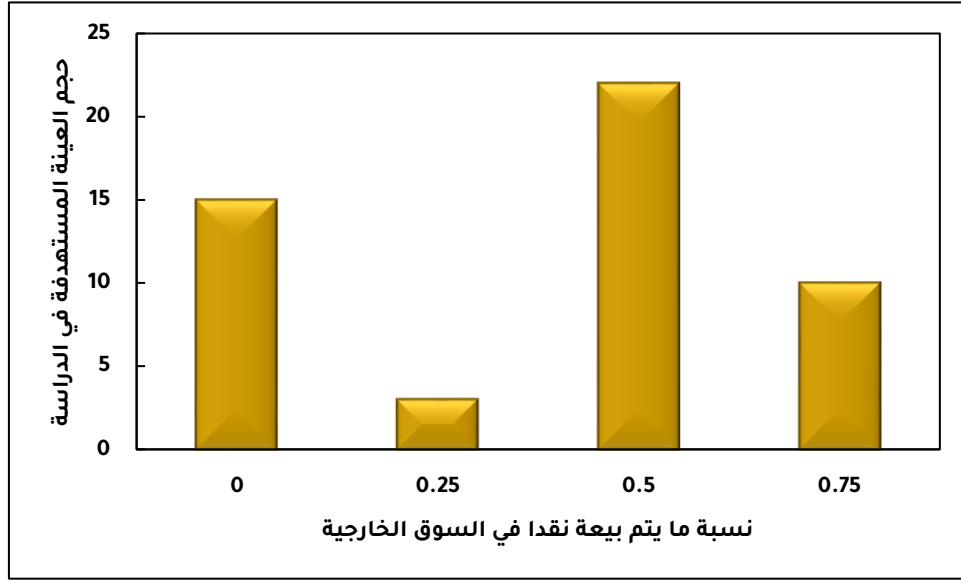
في هذا السياق، يوضح **الشكل 7** كميات العسل التي يتم بيعها نقدًا في السوق المحلية. وتشير البيانات المستخلصة إلى أن النسبة الأكبر من فاعلي مرحلة التجارة والدعم (43%) يقومون ببيع نصف كميات العسل نقدًا، بينما يتم بيع النصف الآخر بالآجل. من ناحية أخرى، أظهرت النتائج أن النسبة المتبقية من الفاعلين يبيعون العسل نقدًا بنسب متفاوتة تقل عن 50% من إجمالي كميات العسل المسوقة في السوق المحلية.



شكل 7 نسبة ما يتم بيعه نقدا في السوق المحلية لفاعلي مرحلة التجارة والدعم

وبالاستناد إلى **الشكل 8**، الذي يوضح كميات العسل المباعة نقدًا في الأسواق الخارجية، تُظهر النتائج أن النسبة الأكبر من فاعلي مرحلة التجارة والدعم (44%) يقومون ببيع نصف كميات العسل نقدًا في السوق الخارجية، بينما يتم بيع النصف الآخر بالآجل.

من ناحية أخرى، فإن النسبة المتبقية من فاعلي مرحلة التجارة والدعم يبيعون العسل نقدًا في الأسواق الخارجية بنسب متفاوتة، إلا أن جميعها تقل عن 50% من إجمالي الكميات المباعة. تعكس هذه النتائج اعتماد التجار على خيار الدفع الآجل في الأسواق الخارجية، وهو ما قد يكون ناتجًا عن شروط التعاقد مع المستوردين، أو طبيعة السوق الخارجية، أو الحاجة إلى تسهيلات مالية تتيح استمرارية تدفق المنتج للأسواق الدولية.



شكل 8 نسبة ما يتم بيعه نقدا في السوق الخارجية من فاعلي مرحلة التجارة والدعم

3.2.1. تقييم وطبيعة نشاط منشآت تجارة وتسويق العسل

تتحدد جودة العسل بدرجة كبيرة من خلال عمليات المعالجة التي يتم إجراؤها من قبل فاعلي مرحلة الإنتاج والتجارة. وتعتمد هذه العملية على توفر مجموعة من المتطلبات والتجهيزات والمعدات اللازمة لتجهيز العسل بصورته النهائية ليكون جاهزًا للاستهلاك، سواء في السوق المحلية أو السوق الخارجية.

يوضح **الجدول 8** تقييم منشآت تجارة العسل من حيث توفر وحدات الاختبار، شهادات الاعتماد، اختبارات الجودة، العلامات التجارية للمنتج، بالإضافة إلى المواصفات التصنيعية التي تحدد معايير إنتاج العسل.

تشير البيانات الواردة في الجدول إلى أن النسبة الأكبر من فاعلي مرحلة الإنتاج والتجارة لا يمتلكون وحدات اختبار لمنتج العسل، كما أنهم يفتقرون إلى شهادات الاعتماد الرسمية، ولا يتم تسجيل المنتج في منشآتهم أو إدراج المواصفات الغذائية والبيانات الإنتاجية على عبوات المنتج وفقًا لمتطلبات هيئة المواصفات والمقاييس.

من ناحية أخرى، أفاد المشاركون في الدراسة من فاعلي مرحلة التجارة بأن هناك حاجة ملحة إلى توفير تجهيزات اختبار منتج العسل ضمن منشآتهم الإنتاجية، كما أبدى العديد منهم رغبة واضحة في الحصول على سجل تجاري، باعتباره خطوة أساسية لتسهيل عمليات تصدير العسل إلى الأسواق الخارجية، وتعزيز ثقة المستهلكين والمستوردين بجودة المنتج.

جدول 8 تقييم المنشآت التجارية للعسل

معايير تقييم منشآت تجارة ومعالجة العسل	لا	لم يجيب	نعم	الإجمالي
هل تحتوي المنشأة على وحدة اختبار المنتج؟	96.4%		3.6%	100%
هل يمتلك المختبر الخاص بالمنشأة شهادة اعتماد؟		96.4%	3.6%	100%
هل ترغب في الحصول على اعتماد للمختبر في منشأتك؟		96.4%	3.6%	100%
هل تقوم بإجراء اختبار تقييم الجودة للمنتجات التي تصدرها؟	39.3%		69.3%	100%
هل يوجد برند أو اسم تجاري مسجل على المنتج؟	50%		50%	100%
هل يوجد مواصفات غذائية للمنتج على العبوة؟	78.6%		21.4%	100%
هل تمتلك سجل تجاري للتصدير؟	46.4%		53.6%	100%
هل ترغب في الحصول على سجل تجاري للتصدير؟	50%	46.4%	3.6%	100%
هل يوجد تاريخ للتعبئة والانتهاء على العبوة؟	85.7%		14.3%	100%

بشكل عام، تُساهم العديد من منشآت تجارة العسل في المناطق المستهدفة بالدراسة (جدول 9) في أنشطة شراء العسل، وتسويقه، وتصديره، حيث تُعد هذه العمليات الركيزة الأساسية لعملها.

إضافةً إلى ذلك، تعمل بعض المنشآت على إجراء عمليات المعالجة المختلفة للعسل، والتي تشمل نزع الرطوبة، والتصفية، والتعبئة وفقاً لرغبات المستهلكين ومتطلبات السوق. كما تتخصص منشآت أخرى في عمليات التغليف والتعبئة بمختلف الأحجام والمواصفات التي تتناسب مع احتياجات السوق المحلية والخارجية.

علاوة على ذلك، هناك منشآت تُركز على خدمات التسويق والشحن الخارجي، مما يساهم في توسيع نطاق تصدير العسل وتعزيز وصوله إلى الأسواق الدولية، مما يعكس التنوع في الأنشطة التجارية داخل هذا القطاع.

جدول 9 طبيعة النشاط التجاري والخدمات التي تقدمها منشآت تجارة وتسويق العسل في مناطق الدراسة

طبيعة النشاط الذي تقوم به المنشأة بالتحديد	النسبة المئوية ممن شملتهم الدراسة
بيع وشراء العسل	57%
تصدير العسل	18%
بيع وشراء وتصدير العسل	18%
صناعات غذائية	4%
تصفية وتعبئة وتغليف العسل	3%
الإجمالي العام	100%

من ناحية أخرى، تقوم العديد من منشآت تجارة العسل بإجراء اختبارات متعددة لضمان جودة المنتج قبل طرحه في الأسواق أو تصديره. ويُعد اختبار فحص التذوق أحد أهم وأبرز الاختبارات المستخدمة في تقييم جودة العسل، حيث يعتبر الطريقة الأكثر شيوعاً لتحديد خصائصه الحسية ومدى تقبله من قبل المستهلكين (جدول 10).

بالإضافة إلى ذلك، يتم إجراء اختبارات أخرى أكثر تفصيلاً ودقة، خاصة للعسل المُعد للتصدير، وتشمل:

- الفحص المخبري لتحديد المواصفات الفيزيائية والكيميائية للعسل.

- اختبار محتوى الرطوبة، الذي يُساعد في تحديد مدى نقاء العسل وثباته التخزيني.
- اختبار نسبة السكريات، والذي يُستخدم لتقييم جودة العسل وتركيبته الطبيعية.
- اختبار الهيدروكسيد فورفورال، وهو مؤشر على مدى تعرض العسل للحرارة أو التخزين غير المناسب.

تعكس هذه الاختبارات حرص منشآت تجارة العسل على ضمان الامتثال للمعايير المطلوبة سواء في السوق المحلية أو العالمية، مما يعزز سمعة المنتج وقدرته التنافسية في الأسواق الدولية.

جدول 10 أبرز الاختبارات التي تجريها منشآت تجارة العسل خلال عملية تسويق وتصدير العسل

النسبة المئوية لمن شملتهم الدراسة	نوع الاختبار
67%	الفحص الحسي بالتذوق
31%	الفحص المختبري + فحص التذوق
2%	السكريات+ الرطوبة+ الهيدروكسيد فورفورال
100%	الإجمالي العام

3.2.2. معايير ووجهات تصدير العسل

أوضحت نتائج الدراسة أن 8% من المشاركين لا يقومون بتصدير العسل إلى الأسواق الخارجية، بل يقتصر نشاطهم على تجارة وتسويق العسل داخل السوق المحلية. في المقابل، أظهرت النتائج أن 92% من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير يمارسون نشاط التصدير إلى الأسواق الخارجية، بالإضافة إلى بيع وشراء العسل في السوق المحلية، مما يعكس الدور المحوري لهؤلاء الفاعلين في تعزيز انتشار المنتج على المستويين المحلي والدولي.

في هذا السياق، يستعرض **الجدول 11** أبرز التحديات التي تواجه الفاعلين في مرحلة التصدير أثناء عملية تصدير العسل إلى الخارج، والتي قد تشمل التعقيدات التنظيمية والإجرائية، ارتفاع تكاليف الشحن، متطلبات الجودة والمعايير الدولية، وتقلبات الطلب في الأسواق المستهدفة.

جدول 11 أبرز معوقات تصدير العسل حسب إفادات من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير

نعم	لا	اجمالي العينة المستهدفة	أبرز معوقات عملية التصدير
15	9	24	إجراءات الشحن والتصدير وارتفاع تكاليفهما- الصعوبات التي تواجه البضائع في المنافذ - استخراج تراخيص التصدير - صعوبة التحويلات المالية وعدم وفاء العملاء بسداد الديون - تعقيد إجراءات التصدير والفحص - تحديات النقل وتأخر البضاعة في الطريق - التصدير عبر وسطاء لعدم القدرة على فتح حسابات في بنوك خارجية - إغلاق الطرق البرية والبحرية والجوية - صعوبة في استلام الحوالات الخارجية، عدم ملائمة وثائق التصدير مع متطلبات الدول وبالأخص الشهادة الصحية وشهادة الحلال، عدم توفر كود الكتروني رجعي للمنتجات المعدة للتصدير، عدم توفر علامة تسويقية لمنتج العسل للحماية من الغش

كما يوضح **الجدول 12** أبرز المعايير التي يجب توفرها في منتج العسل عند تصديره إلى الأسواق الخارجية. ومن خلال تحليل البيانات الواردة في الجدول، يتضح أن هناك مجموعة من المتطلبات الأساسية التي يجب الالتزام بها لضمان قبول العسل في الأسواق الدولية. أهم هذه المعايير تشمل:

- **جودة العسل:** يجب أن يكون تقييم جودة العسل متوافقاً أو أعلى من المعايير الأساسية المعتمدة في البلد

المستورد، وذلك لضمان مطابقتها لمتطلبات السلامة والجودة الغذائية.

- **التغليف والتعبئة:** ينبغي أن يتم تغليف العسل وفقاً للمواصفات والاشتراطات المحددة من قبل هيئات المقييس المحلية والدولية، بما يشمل نوع العبوات، المواد المستخدمة، والطريقة المثلى للحفظ، لضمان سلامة المنتج أثناء النقل والتخزين.
- **التوثيق والشهادات الرسمية:** يجب أن يرافق منتج العسل جميع الوثائق الرسمية والشهادات التي تخوّله العبور عبر المنافذ الجمركية، مثل شهادات التحليل المخبري، شهادات المنشأ، والتصاريح الصحية، مما يسهل عملية دخوله إلى الأسواق المستهدفة.
- **اعتماد الجهات المستوردة:** من الضروري أن تكون الجهة المستوردة للعسل جهة رسمية معتمدة في بلد الوجهة، لضمان الامتثال للأنظمة التجارية والتصديرية في تلك الدولة.

تُعد هذه المعايير أساسية لضمان نجاح عمليات تصدير العسل، حيث تسهم في تعزيز ثقة الأسواق الخارجية بالمنتج وتسهيل عملية دخوله إلى الأسواق الدولية دون عقبات تنظيمية أو فنية.

جدول 12 معايير ومواصفات تصدير العسل الى الخارج حسب إفادات من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير

النسبة المئوية لإجابات من شملتهم الدراسة	المعيار
37%	ان يكون تقييم جودة العسل اعلى او متطابقة للمعايير الأساسية للبلد المصدر اليه
30%	وان يتم تغليف العسل حسب المواصفات والاشتراطات بحسب هيئة التقييس المحلية والخارجية للمنتجات
30%	ان يرافق المنتج الوثائق الرسمية والشهادات المخولة للمنتج بالعبور في المنافذ الجمركية (شهادة منشأ، شهادة جودة (شهادة التحليل)، شهادة تصدير، شهادة صحية)
3%	بالإضافة الى جهات رسمية معتمدة للاستيراد في بلد الدخول.

فيما يتعلق بالعبوات المستخدمة لتعبئة العسل أثناء عمليات التصدير، أشارت نتائج الدراسة إلى أن 50% من المشاركين يفضلون استخدام عبوات الفولاذ (الاستيل)، وذلك لما توفره من مزايا عملية واقتصادية مقارنة بالعبوات الزجاجية (جدول 13). أبرز الأسباب التي تجعل عبوات الفولاذ خياراً مفضلاً تشمل:

- التكلفة الأقل: حيث تُعد هذه العبوات أكثر اقتصادية من حيث سعر التصنيع والتوريد.
- قدرتها العالية على تحمل الصدمات والضغط: مما يجعلها أكثر مقاومة للكسر أو التلف أثناء عمليات النقل والتخزين.
- عدم تعرضها للتلف بسهولة: على عكس العبوات الزجاجية، التي قد تتأثر بظروف الشحن والتخزين القاسية، فإن الفولاذ يضمن حماية أفضل للمنتج.

هذه العوامل تساهم في تقليل الفاقد أثناء النقل، وضمان وصول العسل إلى الأسواق الخارجية بجودة عالية ودون تكبد خسائر نتيجة تلف العبوات.

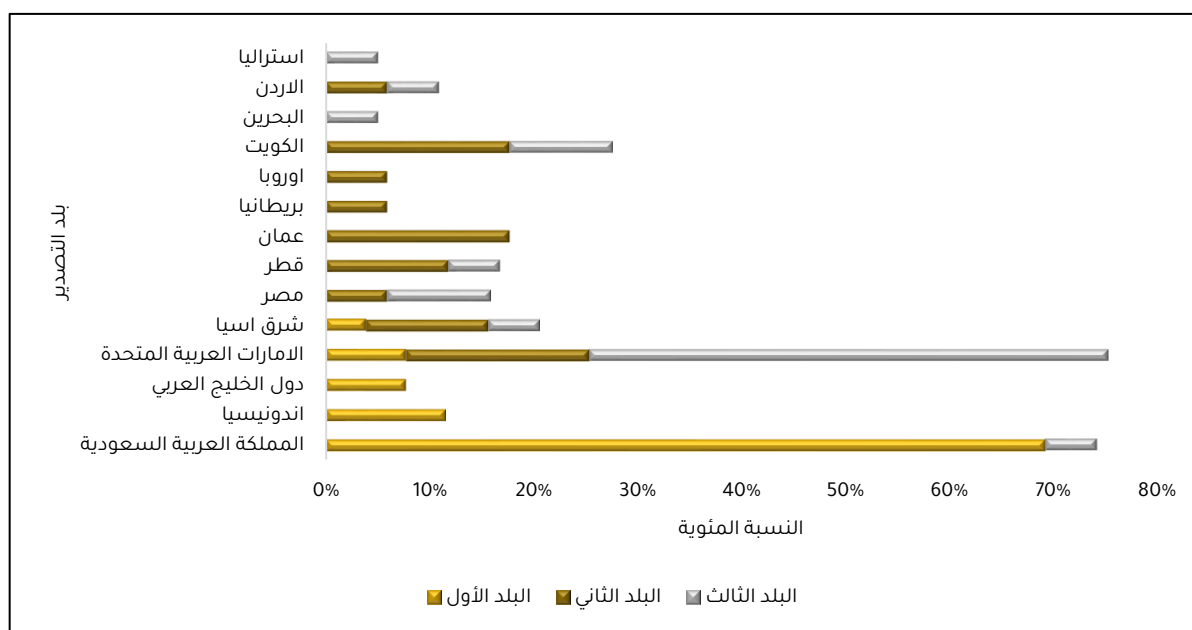
جدول 13 العبوات المستخدمة في حفظ وتخزين العسل في منشآت تجارة وتسويق العسل

النسبة المئوية ممن شملتهم الدراسة	ما نوع العبوة المستخدمة للتصدير؟
50%	عبوات استيل
50%	عبوات بلاستيكية
100%	الإجمالي العام

يوضح **الشكل 9** أبرز ثلاث بلدان أو وجهات رئيسية لتصدير العسل اليمني. ومن خلال الشكل، يتبين بوضوح أن المملكة العربية السعودية تعد واحدة من أهم الوجهات التي يتم تصدير العسل إليها. حيث أشار ما نسبته 69% من المشاركين في الدراسة من فاعلي مرحلة التصدير إلى أن المملكة العربية السعودية تشكل الوجهة الأولى لغالبية مصدري العسل اليمني. كما تستحوذ المملكة على نسبة 30% من إجمالي صادرات العسل اليمني.

بالإضافة إلى ذلك، أشار ما نسبته 50% من فاعلي مرحلة التصدير، الذين شملتهم الدراسة، إلى أن دولة الإمارات العربية المتحدة تعد الوجهة الثانية لتصدير العسل اليمني. حيث تشكل صادرات العسل إلى الإمارات 24% من إجمالي الصادرات.

ويعكس هذا التوزيع القوي للإنتاج والتصدير وجود علاقة تجارية وثيقة بين اليمن وهذه البلدان، مما يشير إلى أهمية هذه الأسواق بالنسبة للصناعة المحلية للعسل.



شكل 9 ترتيب وجهات تصدير العسل حسب إفادات من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة التصدير

3.3. احتياجات فاعلي مرحلة التجارة والتصدير لشهادات جودة وتسويق المنتج

يوضح **الجدول 14** النسبة المئوية لوجود شهادات الجودة المختلفة لدى فاعلي مرحلة التجارة والتصدير في قطاع العسل. ومن خلال الجدول، يتبين أن النسبة الأكبر من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير لا يمتلكون العديد من الشهادات التي تعد أساسية في عملية تسويق العسل وتصديره، مثل شهادة التصنيع الجيد (GMP)، وشهادة منشأ المنتج، بالإضافة إلى شهادة إنتاج العسل 449 وشهادة جودة العسل (GS02197)، وكذلك الشهادة الصحية للمنتج المُصدر.

ويلاحظ أيضًا أن فاعلي التجارة والتصدير يفتقرون إلى شهادات أخرى مهمة مثل شهادة نظام إدارة الجودة (ISO 9001) وشهادة نظام سلامة الغذاء (ISO 22000). جميع هذه الشهادات تُعتبر ضرورية لضمان جودة المنتج وموثوقيته، كما أنها ترتبط ارتباطًا مباشرًا بعمليات تسويق وتجارة العسل، خصوصًا في الأسواق الخارجية. إن وجود هذه الشهادات يمكن أن يعزز بشكل كبير من قابلية وصول العسل اليمني إلى الأسواق العالمية. حيث أن هذه الشهادات تعد من المعايير الأساسية التي تبحث عنها الأسواق المتقدمة والمستهلكون الدوليون في المنتجات الغذائية.

جدول 14 امتلاك فاعلي مرحلة التجارة والتصدير لشهادات الجودة

شهادات الجودة	املك	لا املك	لم يجيب	الإجمالي العام
شهادة التصنيع الجيد GMP	%4	%96		%100
شهادة الزراعة الجيدة GAP	%7	%93		%100
شهادة المنشأ للمنتج	%36	%64		%100
شهادة إنتاج العسل 449		%100		%100
شهادة تعقيم حاويات المنتجات Hygeine	%7	%93		%100
شهادة جودة العسل GSO2197	%11	%89		%100
شهادة حماية البيئة Iso14001		%100		%100
شهادة خلو المنتج من الأمراض والآفات الزراعية	%7	%93		%100
شهادة صحية للمنتج الذي تقوم بتصديره	%11	%89		%100
شهادة نظام إدارة الجودة Iso9001	%4	%96		%100
شهادة نظام الصحة المهنية Iso45001		%100		%100
شهادة نظام سلامة الغذاء Iso22000		%100		%100
الإجمالي العام	%7	%93		%100

لذا، تبرز الحاجة بشكل كبير إلى حصول فاعلي مرحلة التجارة والتصدير على الشهادات التي تساهم في تسهيل وصول المنتج إلى الأسواق الخارجية. وبناءً على ذلك، أشارت نتائج الدراسة (الجدول 15) إلى أن أبرز الشهادات التي يرغب فاعلو التجارة والتصدير في الحصول عليها، مرتبة حسب الأهمية، تشمل شهادة نظام سلامة الغذاء بنسبة 100%، تليها شهادات التصنيع الجيد، ثم شهادة حماية البيئة، وأخيرًا شهادة نظام إدارة الجودة (ISO 9001) بنسبة 96%.

إن حصول فاعلي التجارة والتصدير على هذه الشهادات يعد أمرًا بالغ الأهمية لتعزيز سمعة وجودة العسل اليمني في الأسواق العالمية. فمن خلال هذه الشهادات، يمكن ضمان تلبية المعايير الدولية، مما يساهم في فتح أسواق جديدة وزيادة فرص التصدير.

جدول 15 احتياج فاعلي مرحلة التجارة والتصدير لشهادات الجودة

شهادات الجودة	ارغب	لم يجيب	لا ارغب	الإجمالي العام
شهادة التصنيع الجيد GMP	%96	%4		%100
شهادة الزراعة الجيدة GAP	%89	%7	%4	%100
شهادة المنشأ للمنتج	%64	%36		%100
شهادة إنتاج العسل 449		%100		%100
شهادة تعقيم حاويات المنتجات Hygeine	%89	%7	%4	%100
شهادة جودة العسل GSO2197		%100		%100
شهادة حماية البيئة Iso14001	%96		%4	%100
شهادة خلو المنتج من الأمراض والآفات الزراعية	%89	%7	%4	%100
شهادة صحية للمنتج الذي تقوم بتصديره	%86	%11	%3	%100

شهادة نظام إدارة الجودة Iso9001	%96	%4	%100
شهادة نظام الصحة المهنية Iso45001	%25	%75	%100
شهادة نظام سلامة الغذاء Iso22000	%100		%100
الإجمالي العام	%69	%23	%8

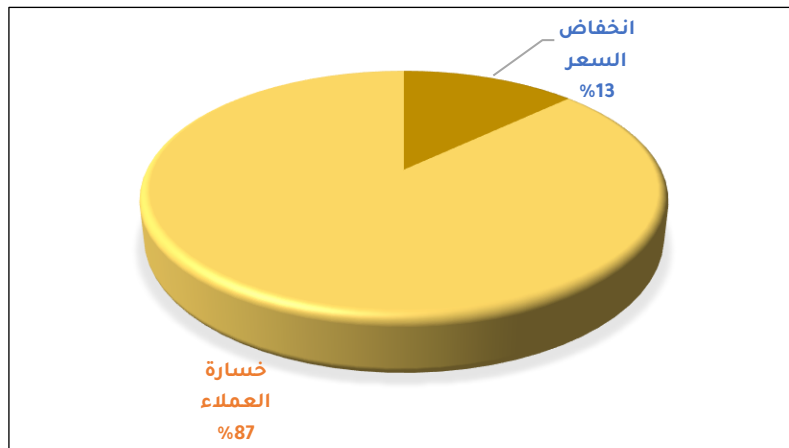
3.4. تأثير الاستيراد على منتج العسل في الأسواق المحلية

يعد استيراد العسل من الخارج، وكذلك دخول كميات من العسل إلى الأسواق المحلية، من أبرز التحديات والتهديدات التي تواجه قطاع إنتاج وتسويق وتجارة العسل في الجمهورية اليمنية. يؤثر دخول العسل المستورد إلى الأسواق المحلية بشكل سلبي على الكميات المنتجة محليًا، ويزيد من استخدامه في عملية الخلط والغش بالعسل اليمني، مما يؤدي إلى نتائج سلبية على جودة العسل المحلي وعلى قيمته التسويقية.

تترتب على هذه الظاهرة العديد من التبعات السلبية، منها تدهور سمعة العسل اليمني لدى المستهلكين، حيث يصعب التفريق بين العسل الأصلي والمغشوش. كما أن هذا التنافس غير العادل مع العسل المستورد يؤثر على قدرة المنتجين المحليين في التوسع وزيادة الإنتاج. وبالإضافة إلى ذلك، يؤثر ذلك على الأسعار، حيث يضغط العسل المستورد على الأسعار المحلية، مما يقلل من ربحية المزارعين والمصدرين اليمنيين.

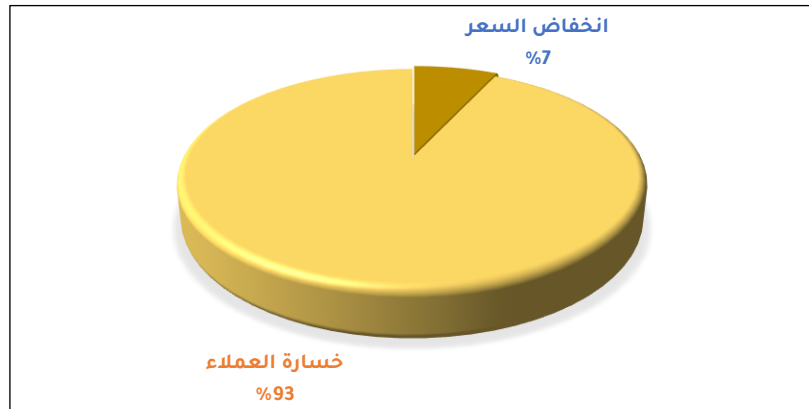
فيما يلي، سيتم استعراض أهم الآثار السلبية لاستيراد العسل من الخارج، وفقًا لآراء فاعلي الوصول إلى الأسواق، الذين تم استهدافهم في الدراسة.

3.4.1. مرحلة الإنتاج



شكل 10 تأثير استيراد منتج العسل على فاعلي مرحلة الإنتاج

3.4.2. مرحلة التجارة والتصدير



شكل 11 تأثير استيراد منتج العسل على فاعلي مرحلة التجارة والتصدير

3.5. تحليل سوات لقطاع إنتاج العسل

يوضح **الجدول 16** تحليل سوات لقطاع إنتاج العسل في محافظة حضرموت. إذ يلخص الجدول أبرز نقاط القوة والفرص، وأبرز نقاط الضعف والتهديدات وفقاً لإفادات من شملتهم الدراسة في كل من مرحلة الإنتاج، والتجارة، والتصدير، ومرحلة الدعم والتيسير. من خلال الجدول يتبين أن أبرز نقاط القوة تتمثل في خبرة فاعلي مرحلة الإنتاج في عمليات تربية النحل وإنتاج العسل (43%)، وتوفر رأس المال اللازم لعملية تجارة وتسويق العسل، ومهارة وقدرة فاعلي مرحلة التجارة والتصدير في معرفة أنواع العسل وتحديد مستوى جودة الأنواع المختلفة من العسل (75%)، بالإضافة إلى الخبرة الكبيرة لدى كوادر فاعلي مرحلة الدعم في مجال العمل التعاوني ومقدرتهم على التشبيك بين فاعلي مرحلة الإمداد والمدخلات وفاعلي مرحلة الإنتاج من جهة، وكذلك التشبيك بين فاعلي مرحلة الإنتاج وفاعلي مرحلة التجارة والتصدير من جهة أخرى، وعلاقتهم الواسعة مع كافة فاعلي قطاع العسل في المحافظة (100%). وكذلك وجود الكوادر المؤهلة والقادرة على التعامل مع منتجات العسل المنتجة في محافظة حضرموت من النواحي التقنية والتصنيعية، كما أشار إلى ذلك فاعلو مرحلة التيسير (100%).

بجانب نقاط القوة التي يتمتع بها قطاع العسل بمحافظة حضرموت، تبرز العديد من الفرص في هذا القطاع الحيوي الهام، تمثلت أهمها في التنوع المناخي في المحافظة، بما يساعد في إنتاج العديد من أنواع العسل، كما أشار إلى ذلك فاعلو مرحلة الإنتاج (87%)، وزيادة معدلات الطلب على العسل الحضرمي، مما يساعد إلى حد كبير في التوسع في عملية تربية النحل وإنتاج العسل، وبالتالي زيادة الحركة والنشاط التجاري في قطاع العسل، وثقة العملاء بمنتجات العسل في محافظة حضرموت، كما أشار إلى ذلك فاعلو مرحلة التجارة والتصدير (24%). كما أن تنوع الغطاء النباتي في محافظة حضرموت يساعد وبشكل كبير في زيادة الكميات المنتجة من العسل في المحافظة، وكذلك تعدد أنواع العسل المنتجة، بما يسمح بتوفير منتجات عسل تتناسب مع القدرة الشرائية للمستهلكين، كما أشار إلى ذلك فاعلو مرحلة الدعم (50%). هذا بالإضافة إلى وجود معارض وأسواق دولية في الدول المجاورة، بما يساعد في تعدد قنوات تسويق العسل اليمني إلى هذه الأسواق، كما أشار إلى ذلك فاعلو مرحلة التيسير (33%).

وعلى الرغم من تعدد نقاط القوة والفرص التي يتمتع بها قطاع العسل بمحافظة حضرموت، إلا أن هذا القطاع يعاني من العديد من نقاط الضعف. فوفقاً لتحليل سوات، فإن أبرز نقاط الضعف ارتبطت بضعف رأس المال العامل في مرحلة الإنتاج، وعدم قدرة العديد من فاعلي مرحلة الإنتاج على تربية أعداد كبيرة من خلايا النحل (100%)، وعدم امتلاك فاعلي مرحلة التجارة والتصدير لشهادات الجودة، وشهادات الاعتماد الدولي للمنتج، وكذلك شهادات حماية الصحة النباتية (22%) (تاجر)، مما يحد من قدرة فاعلي مرحلة التجارة والتصدير على الوصول إلى الأسواق الخارجية. هذا بالإضافة إلى ضعف رأس المال العامل في مرحلة الدعم، مما يحد من قدرة فاعلي مرحلة الدعم على تقديم كافة الخدمات المساعدة في وصول منتج العسل إلى الأسواق المحلية والخارجية، وكذلك قدرتهم في عمليات التشبيك والتواصل مع كافة فاعلي قطاع العسل (20%). بالإضافة إلى نقاط الضعف المرتبطة بعدم قدرة فاعلي مرحلة التيسير على تدريب وتأهيل فاعلي قطاع العسل بشكل عام، وفاعلي مراحل الإنتاج والتجارة والدعم بشكل خاص، في الجوانب الفنية والإدارية المرتبطة بإنتاج وتجارة وتصدير العسل (29%).

وبجانب نقاط الضعف التي يعاني منها قطاع إنتاج وتجارة العسل في محافظة حضرموت، يواجه هذا القطاع الحيوي الهام العديد من التهديدات، تمثلت أبرزها في ارتفاع أسعار المشتقات النفطية، وما يترتب على ذلك من زيادة في تكاليف الإنتاج، وعدم قدرة فاعلي مرحلة الإنتاج على نقل خلايا النحل بين المراعي في المحافظة (31%). وانتشار ظاهرة الغش في العسل، وما يترتب على ذلك من تدني جودة وسمعة العسل اليمني، وانخفاض مستوى إقبال المستهلكين على شراء العسل اليمني، كما أشار إلى ذلك فاعلو مرحلة التجارة والتصدير. هذا بالإضافة إلى تهديدات مرحلة الدعم والمرتبطة بعدم استقرار سعر صرف العملة

المحلية، وما يترتب على ذلك من ارتفاع تكاليف مدخلات الإنتاج، وعدم قدرة فاعلي مرحلة الإنتاج على توفير كافة متطلبات ومستلزمات تربية النحل وإنتاج العسل، وبالتالي انخفاض الكميات المنتجة من العسل في المحافظة (18%)، وكذلك تهديدات فاعلي مرحلة التيسير والمرتبطة بتدهور الأوضاع الأمنية، وإغلاق المنافذ، وما يترتب على ذلك من تهديد لفاعلي مرحلة الإنتاج وقدرتهم على التنقل بين مراعي النحل في المحافظة، وكذلك ما يترتب على فاعلي مرحلة التجارة وعدم قدرتهم على الوصول إلى الأسواق الخارجية (30%).

جدول 16 نقاط سوات، لقطاع الوصول الى الأسواق لمنتج العسل - محافظة حضرموت

عوامل داخلية (متحكم بها)			
عوامل سلبية	نقاط الضعف (W) • ضعف غياب جانب التدريب والتأهيل الإداري والفني للجمعيات والتجار والمنتجين (29%) (ميسر). • ضعف الميزانيات التشغيلية ورأس المال للجمعيات النحلية (20%) (داعم). • ضعف رأس المال (100%) (منتج) (داعم). • الافتقار الى الحصول على شهادات الجودة واعتماد دولية أو شهادات حماية الصحة النباتية (22%) (تاجر).	نقاط القوة (S) • نمتلك خبرة قديمة في العمل (43%) (منتج) • امتلاك رأس المال والمعرفة بأنواع العسل (75%) (تاجر). • الخبرة الطويلة للجمعية (100%) (داعم). • لجمعية قريبة من النحالين ونمتلك مقر وكادر مؤهل (100%). (تيسير).	عوامل ايجابية
	التهديدات (T) • ارتفاع اسعار المشتقات النفطية (31%) (منتج) • ظاهرة غش العسل (18%) (تاجر) • عدم استقرار العملة وارتفاع سعر الصرف (18%) (مورد). • عدم استقرار العملة المحلية (18%) (داعم). • ضعف الاوضاع الامنية والتحكم بالمنافذ (30%) (ميسر).	الفرض (O) • التنوع المناخي قي اليمن (87%) (منتج). • السمعة الطيبة للعسل اليمني وقوة الطلب عليه مع ثقة العملاء في جودة عملنا (24%) (تاجر). • تنوع المراعي والتوجه لاستزراع واكثار أشجار السدر (50%) (دعم). • وجود اسواق ومعارض دولية في البلدان المجاورة (33%) (ميسر).	
عوامل خارجية (غير متحكم بها)			

3.6. تحليل سوات لقطاع العسل وفق مراحل الإنتاج

3.6.1. مرحلة الإنتاج

يبين **الجدول 17** تحليل سوات لأبرز نقاط القوة والضعف، وأبرز الفرص والتهديدات للنحالين في قطاع العسل بمحافظة حضرموت. من خلال الجدول يتضح أن أبرز نقاط القوة لفاعلي مرحلة الإنتاج ارتبطت بالخبرة الكبيرة في مجال تربية النحل وإنتاج العسل، وخبرة فاعلي مرحلة الإنتاج بالأنواع المختلفة من العسل، وقدرة فاعلي مرحلة الإنتاج على إدارة مشاريع تربية النحل وإنتاج العسل. تشير النتائج إلى أن أعلى نسبة تكرارية لنقاط القوة (43%) ارتبطت بخبرة مربي النحل في المحافظة في مجال تربية النحل وكافة العمليات المرتبطة بإنتاج العسل، في حين أن أقل نسبة تكرارية لنقاط القوة (14%) ارتبطت بخبرة ومهارة مربي النحل في إدارة مشاريع تربية النحل وإنتاج العسل، خصوصًا تلك المرتبطة بالجوانب الفنية والتقنية.

أشارت نتائج تحليل سوات أيضًا إلى وجود العديد من الفرص في مرحلة الإنتاج، تمثلت أهمها في التنوع المناخي في المحافظة، بما يسمح بتوسع مشاريع تربية النحل وإنتاج العسل، وكذلك تعدد أنواع العسل التي يتم إنتاجها في المحافظة، هذا بالإضافة إلى زيادة معدلات الطلب على العسل الحضرمي. تشير النتائج إلى أن أعلى نسبة تكرارية (88%) ارتبطت بالتنوع المناخي في محافظة حضرموت، في حين أن أقل نسبة تكرارية (12%) ارتبطت بمعدلات الطلب على العسل الحضرمي.

من ناحية أخرى، تشير نتائج تحليل سوات إلى أن أبرز نقاط الضعف التي يعاني منها فاعلو مرحلة الإنتاج ارتبطت بضعف رأس المال العامل في مرحلة الإنتاج. حيث أشار من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة الإنتاج إلى عدم القدرة على زيادة عدد خلايا النحل، وكذلك عدم القدرة على التنقل بين مراعي النحل بسبب ارتفاع تكاليف النقل، بالإضافة إلى ارتفاع تكاليف مدخلات الإنتاج وعدم قدرة فاعلي مرحلة الإنتاج على توفير كافة تلك المتطلبات.

بجانب نقاط الضعف التي يعاني منها الفاعلون في مرحلة الإنتاج، فإنهم يواجهون العديد من التهديدات. تمثلت أبرز هذه التهديدات في ارتفاع أسعار المشتقات النفطية، وصعوبة التنقل بين المراعي والأسواق في المحافظات اليمنية، وتعرض أعداد من خلايا النحل للنفوق نتيجة للأمراض والآفات التي تصيب النحل، وتدهور الأوضاع الأمنية في العديد من المناطق التي يرتادها مربو النحل، وعشوائية العمل في مجال تربية النحل وإنتاج العسل نتيجة للمنافسة الشديدة بين النحالين، وعدم وجود أطر منظمة لعمل النحالين. هذا بالإضافة إلى التهديدات المرتبطة بالتغيرات المناخية وتأثيراتها السلبية على مراعي النحل، وكذلك ارتفاع تكاليف مدخلات تربية النحل وإنتاج العسل. تشير نتائج تحليل سوات إلى أن أعلى نسبة تكرارية (31%) ارتبطت بارتفاع أسعار المشتقات النفطية، في حين أن أقل نسبة تكرارية (8%) ارتبطت بارتفاع تكاليف مدخلات تربية النحل وإنتاج العسل.

جدول 17 أبرز نقاط سوات، لفاعلي مرحلة الإنتاج، في قطاع العسل - محافظة حضرموت

نقاط القوة	النسبة التكرارية	الفرص	النسبة التكرارية	نقاط الضعف	النسبة التكرارية	التهديدات	النسبة التكرارية
خبرة قديمة في العمل	43%	التنوع المناخي في اليمن	88%	ضعف رأس المال	100%	ارتفاع أسعار المشتقات النفطية	31%
المعرفة الجيدة بالعسل وأنواعه	43%	قوة الطلب على العسل الحضرمي	12%			صعوبة التنقل بين الأسواق في المحافظات	15%
خبرة في إدارة المشاريع	14%					ارتفاع أجور النقل	15%
						الامراض والآفات التي تصيب النحل	8%
						ضعف الأوضاع الأمنية والتحكم بالمنافذ	8%
						تزامم النحالين على المراعي	8%
						التغيرات المناخية	8%
						ارتفاع تكاليف الإنتاج	7%

3.6.2. مرحلة التجارة والتصدير

يبين **الجدول 18** تحليل سوات لأبرز نقاط القوة والضعف، وأبرز الفرص والتهديدات، لفاعلي مرحلة التجارة والتصدير في قطاع إنتاج وتسويق العسل بمحافظة حضرموت. من خلال الجدول يتضح أن أبرز نقاط القوة لفاعلي مرحلة التجارة والتصدير ارتبطت بتوافر رأس المال العامل في مرحلة التجارة والتصدير، وكذلك خبرة فاعلي مرحلة التجارة والتصدير في الأنواع المختلفة من العسل، وكذلك في العمليات المرتبطة بتسويق وتجارة العسل. هذا بالإضافة إلى خلق فاعلي مرحلة التجارة والتصدير لشراكات عمل مع فاعلي مرحلة الإنتاج، بما يساعد في تسهيل وتعدد قنوات تسويق العسل في المحافظة. تشير نتائج الدراسة إلى أن أعلى نسبة تكرارية لنقاط القوة (57%) ارتبطت بتوافر رأس المال العامل في مرحلة التجارة والتصدير، في حين ارتبطت أقل نسبة تكرارية لنقاط القوة (14%) بمهارة فاعلي مرحلة التجارة والتصدير في تحديد جودة الأنواع المختلفة من العسل المتوفرة في السوق.

أشارت نتائج تحليل سوات أيضًا إلى وجود العديد من الفرص في مرحلة التجارة والتصدير، تمثلت أهمها في ثقة العملاء بمنتجات العسل الحضرمية، وزيادة معدلات الطلب على الكميات المنتجة من العسل في المحافظة سواء في الأسواق المحلية أو الأسواق الخارجية، وزيادة نسبة المبيعات وكذلك الأرباح التي يحققها فاعلو مرحلة التجارة والتصدير خلال عمليات تسويق العسل إلى الأسواق الخارجية، ووجود العملاء والأسواق التي يمكن التعامل معها في تجارة وتسويق العسل. هذا بالإضافة إلى تنوع الغطاء النباتي في المحافظة وما يرتبط بذلك من تعدد أصناف وأنواع وجودة العسل المنتج في المحافظة. تشير النتائج إلى أن أعلى نسبة تكرارية للفرص (24%) ارتبطت بثقة العملاء في منتج العسل الحضرمي، في حين أن أقل نسبة تكرارية (8%) ارتبطت بتعدد أسواق وقنوات تسويق العسل في المحافظة.

من ناحية أخرى، تشير نتائج تحليل سوات إلى وجود العديد من نقاط الضعف التي يعاني منها فاعلو مرحلة التجارة والتصدير. ارتبطت أبرز نقاط الضعف في عدم امتلاك شهادات إنتاج وتجارة وتصدير العسل، وعدم القدرة على تطوير العمل في قطاع العسل، وعلى وجه الخصوص عدم القدرة على توفير معدات الإنتاج الحديثة، وتدني مستوى معرفة فاعلي مرحلة التجارة والتصدير بالمعايير والمواصفات المطلوبة لتجارة وتصدير العسل، وضعف مستوى التواصل والتنسيق بين فاعلي مرحلة الإنتاج والتجارة. هذا بالإضافة إلى عدم كفاية رأس المال العامل في مرحلة التجارة بما يساعد في تطوير حلقة التجارة والتصدير في قطاع العسل. تشير نتائج تحليل سوات إلى أن أعلى نسبة تكرارية لنقاط الضعف (22%) ارتبطت بعدم امتلاك فاعلي مرحلة التجارة والتصدير لشهادات إنتاج وتجارة وتصدير العسل، في حين أن أقل نسبة تكرارية لنقاط الضعف (4%) ارتبطت بعدم كفاية رأس المال العامل في مرحلة التجارة والتصدير.

بجانب نقاط الضعف التي يعاني منها فاعلو مرحلة التجارة والتصدير، يواجهون العديد من التهديدات. تمثلت أبرز هذه التهديدات في انتشار ظاهرة الغش في العسل، وقيام العديد من فاعلي مرحلة التجارة في خلط أنواع من العسل الجيد بأخرى رديئة الجودة، وكذلك عدم استقرار سعر صرف العملة المحلية، وما يترتب على ذلك من ارتفاع تكاليف مدخلات مرحلة التجارة والتصدير، وصعوبات الوصول إلى الأسواق الخارجية نتيجة لإغلاق المنافذ، وتعقيدات الحصول على تراخيص العمل والتصدير، وانخفاض الكميات المنتجة من عسل السدر الحضرمي نتيجة للتغيرات المناخية والتدخلات البشرية. هذا بالإضافة إلى عشوائية العمل في مجال تصدير العسل، وعدم تطبيق القوانين المنظمة لتصدير العسل إلى الخارج. تشير نتائج تحليل سوات إلى أن أعلى نسبة تكرارية لنقاط التهديد (18%) ارتبطت بانتشار ظاهرة الغش في العسل، في حين أن أقل نسبة تكرارية لنقاط التهديد ارتبطت بعدم تطبيق القوانين المنظمة لتصدير العسل.

جدول 18 أبرز نقاط سوات لفاعلي مرحلة التجارة، في قطاع العسل - محافظة حضرموت

النسبة التكرارية	التحديات	النسبة التكرارية	نقاط الضعف	النسبة التكرارية	الفرص	النسبة التكرارية	نقاط القوة	مرحلة التجارة
18%	انتشار العسل المغشوش	22%	عدم الحصول على شهادات اعتماد دولية أو شهادات حماية الصحة النباتية	24%	قوة ثقة العملاء في جودة عملنا	57%	امتلاك رأس المال لتيسير العمل	
15%	عدم استقرار العملة المحلية	22%	ضعف رأس المال للتطوير	24%	قوة الطلب على العسل الحضرمي	15%	نمتلك خبرة قديمة في العمل	
12%	الصعوبات في منافذ التصدير	11%	ضعف عدم وجود الآلات التعليب والتغليف	18%	الربح الاوفر ناتج عن تصدير العسل الى الأسواق الخارجية	14%	خلق شراكة مع النحالين	
8%	تعقيد إجراءات استخراج تصاريح العمل وإجراءات التصدير	11%	عدم امتلاك شهادات المنشأ والتصدير	6%	وجود العملاء	14%	المعرفة الجيدة بالعسل وأنواعه	
7%	كمية عسل السدر ذو الجودة العالية محدودة	7%	عدم الالتزام بمعايير واشتراطات الجودة	6%	وجود اسواقا دولية			
5%	اغلاق المنافذ	4%	فجوة في التواصل بين المنتج والمستهلك	6%	مجال التصدير مفتوح			
3%	لا يوجد دعم او مساهمة من الجهات الداعمة لأنشطتنا الإنتاجية	4%	غياب جانب التدريب والتأهيل الإداري والفني للمزارعين والمنتجين	6%	كثرة أشجار السدر			
3%	عدم الحصول على التسهيلات المناسبة من قبل السلطة المحلية لتنفيذ أنشطتنا	4%	ضعف عدم وجود تأمين على البضائع	6%	فتح أسواق جديدة في الخارج			
3%	ضعف الأوضاع الأمنية والتحكم بالمنافذ	4%	طول مرحلة تجهيز وإنشاء المشروع	4%	السمعة التاريخية والعريقة للعسل اليمني			
3%	ارتفاع أسعار المشتقات النفطية	4%	ضعف السيولة المالية وصعوبة استمرارية العمل بسبب تقديم خدمات الانتاج للعملاء بالآجل					
2%	نفتقر الى امكانات التواصل وعمل شراكة مع شركاء في الخارج	4%	ضعف التسويق الالكتروني					
2%	عدم ضبط قوانين عملية التصدير	3%	الآلات قديمة وتحتاج إلى تجديد					

3.6.3. مرحلة الدعم

يبين **الجدول 19** تحليل سوات لأبرز نقاط القوة والضعف، وأبرز الفرص والتهديدات، لفاعلي مرحلة الدعم في قطاع إنتاج وتسويق العسل بمحافظة حضرموت. من خلال الجدول يتضح أن أبرز نقاط القوة لفاعلي مرحلة الدعم ارتبطت بالخبرة الكبيرة في مجال العمل التعاوني وقدرة فاعلي مرحلة الدعم على التشبيك بين فاعلي مرحلة الإمداد والمدخلات وفاعلي مرحلة الإنتاج من جهة، وكذلك التشبيك بين فاعلي مرحلة الإنتاج وفاعلي مرحلة التجارة والتصدير من جهة أخرى. هذا بالإضافة إلى العلاقات الواسعة للكوادر العاملة في مرحلة الدعم مع كافة الفاعلين والمؤثرين في قطاع إنتاج وتجارة وتصدير العسل.

أشارت نتائج تحليل سوات أيضًا إلى وجود العديد من الفرص في مرحلة الدعم، تمثلت أهمها في التوجه لزيادة أعداد أشجار السدر في المحافظة من خلال التوسع في زراعة أشجار السدر، بما يساعد في زيادة الكميات المنتجة من عسل السدر، لما يتسم به هذا النوع من العسل من جودة عالية، وزيادة إقبال المستهلكين على شراء هذا النوع من العسل سواء في الأسواق المحلية أو الأسواق الخارجية. وكذلك وجود العملاء وقنوات الوصول إلى الأسواق الخارجية، بما يساعد في تحسين الحركة التجارية في قطاع العسل. هذا بالإضافة إلى القيمة التنافسية العالية لمنتجات العسل الحضرمي في الأسواق المحلية والخارجية. تشير النتائج إلى أن أعلى نسبة تكرارية للفرص (57%) ارتبطت بالتوسع في زراعة أشجار السدر في المحافظة، في حين أن أقل نسبة تكرارية (25%) ارتبطت بسمعة العسل الحضرمي نتيجة لتفشي ظاهرة الغش.

من ناحية أخرى، تشير نتائج تحليل سوات إلى وجود العديد من نقاط الضعف التي يعاني منها فاعلو مرحلة الدعم. ارتبطت أبرز نقاط الضعف في ضعف رأس المال والميزانية التشغيلية العاملة في مرحلة الدعم، نتيجة لعدم التزام العديد من منتسبي جمعيات النحالين بدفع رسوم الانتساب للجمعية. كما ارتبطت نقاط الضعف بتدني مستوى المهارات الإدارية لكوادر مرحلة الدعم، بما يتواءم مع التوجهات الحديثة في مهارات الإدارة والتواصل، وغياب التنسيق بين فاعلي مرحلة الدعم وفاعلي مرحلة التيسير في الجوانب المشتركة التي تخدم كافة فاعلي القطاع. كذلك، تدني مستوى الدور الذي تلعبه كوادر مرحلة الدعم، خصوصًا تلك المرتبطة بتدريب وتأهيل فاعلي مرحلة الإنتاج والتجارة. هذا بالإضافة إلى عمل كوادر جمعيات النحالين بدون أي علامة تجارية مميزة. تشير نتائج تحليل سوات إلى أن أعلى نسبة تكرارية لنقاط الضعف (20%) ارتبطت بضعف رأس المال والميزانية التشغيلية العاملة في مرحلة الدعم، وارتبطت أقل نسبة تكرارية لنقاط الضعف (7%) بالالتزام أعضاء جمعيات النحالين بدفع رسوم الانتساب والاشتراك في الجمعية.

بجانب نقاط الضعف التي يعاني منها فاعلو مرحلة الدعم، يواجه فاعلو مرحلة الدعم العديد من التهديدات. تمثلت أبرز هذه التهديدات في التغير المستمر في سعر صرف العملة المحلية، وما يترتب على ذلك من ارتفاع تكاليف مدخلات الإنتاج، سواء لفاعلي مرحلة الإنتاج أو لفاعلي مرحلة التجارة والتصدير. وكذلك انخفاض أعداد أشجار السدر في المحافظة نتيجة للتدخلات البشرية، والمتمثلة في الاحتطاب، وتدني مستوى الاهتمام الحكومي بمربي النحل على الرغم من كونهم أهم حلقة في سلسلة إنتاج العسل. كما ارتبطت التهديدات بتدني مستوى الاهتمام الحكومي بالقطاعات الأخرى الفاعلة في مجال العسل مثل التجار والمصدرين وجمعيات النحالين، وتعقيدات الحصول على تراخيص العمل والتصدير، وغياب اللوائح المنظمة لعمل النحالين. ما يترتب على ذلك من تنافس وتراحم النحالين على المراعي، وتدهور سمعة العسل الحضرمي نتيجة لانتشار ظاهرة الغش، وعشوائية العمل في مجال تسويق وتصدير العسل. هذا بالإضافة إلى ارتفاع تكاليف فحوصات العسل للتصدير إلى الخارج. تشير النتائج إلى أن أعلى نسبة تكرارية (18%) ارتبطت بالتغير المستمر في سعر صرف العملة المحلية، وارتبطت أقل نسبة تكرارية (9%) بتكاليف فحوصات عينات العسل.

جدول 19 أبرز نقاط سوات لفاعلي مرحلة الدعم، في قطاع العسل - محافظة حضرموت

النسبة التكرارية	التحديات	النسبة التكرارية	نقاط الضعف	النسبة التكرارية	الفرص	النسبة التكرارية	نقاط القوة	مرحلة الدعم
%18	عدم استقرار العملة المحلية	%20	ضعف رأس المال	%50	التوجه لاستزراع واكثار أشجار السدر	%100	العراقة والخبرة الطويلة للجمعية	
%18	ضعف الاهتمام باستزراع اشجار السدر والمراعي النحلية الاخرى	%20	ضعف الميزانية التشغيلية	%25	وجود اسواقا دولية			
%10	عدم اهتمام السلطة المحلية بمنتجات العسل	%13	ضعف المهارات الإدارية والمالية في إدارة العمل	%25	السمعة التاريخية والعريقة للعسل اليمني			
%9	عدم الحصول على التسهيلات المناسبة من قبل السلطة المحلية لتنفيذ أنشطتنا	%13	انعدام التنسيق بين الجمعية والدولة					
%9	تعقيد إجراءات استخراج تصاريح العمل وإجراءات التصدير	%13	الكادر العامل غير مؤهل					
%9	تزامم النحالين على المراعي	%7	ضعف غياب جانب التدريب والتأهيل الإداري والفني للمزارعين والمنتجين					
%9	انتشار العسل المغشوش	%7	غياب العلامة التجارية الخاصة بالجمعية					
%9	الاستيراد والتصدير يتم بشكل عشوائي	%7	عدم الالتزام بدفع اشتراكات الجمعية من قبل الأعضاء					
%9	ارتفاع تكاليف الفحص المخبري							

3.6.4. مرحلة التيسير

يبين **الجدول 20** تحليل سوات لأبرز نقاط القوة والضعف، وأبرز الفرص والتهديدات، لفاعلي مرحلة التيسير في قطاع إنتاج وتسويق العسل بمحافظة حضرموت. من خلال الجدول يتضح أن أبرز نقاط القوة لفاعلي مرحلة التيسير ارتبطت بوجود الجمعيات التعاونية العاملة في مجال العسل، وعمل هذه الجمعيات بالقرب من مربى النحل في المحافظة، وتمتع كواد جمعيات النحالين في المحافظة بالخبرة الكبيرة في مجال تربية النحل وإنتاج العسل، وهذا يساعد إلى حد كبير في تقديم الدعم للنحالين في كافة مراحل إنتاج وتسويق المنتج.

أشارت نتائج تحليل سوات أيضًا إلى وجود العديد من الفرص في مرحلة التيسير، تمثلت أهمها في تواجد قنوات التسويق الخارجية للعسل الحضرمي، بما يساعد في ضمان استمرارية عمل هذا القطاع من خلال ارتفاع أسعار مبيعات العسل في الأسواق الخارجية. وكذلك كثرة أشجار السدر في المحافظة، والتي تعد من أبرز مراعي أجود أنواع العسل. هذا بالإضافة إلى الاهتمام الحكومي بهذا القطاع الحيوي الهام من خلال دعم مربى النحل ومنتجاتي العسل. تشير النتائج إلى أن أعلى نسبة تكرارية للفرص (33%) ارتبطت بتواجد قنوات التسويق والوصول إلى الأسواق الخارجية، في حين أن أقل نسبة تكرارية (33%) ارتبطت بالتوجه الحكومي لدعم مربى النحل ومنتجاتي العسل.

من ناحية أخرى، تشير نتائج تحليل سوات إلى وجود العديد من نقاط الضعف التي يعاني منها فاعلو مرحلة التيسير. ارتبطت أبرز نقاط الضعف في غياب دور فاعلي مرحلة التيسير في تدريب وتأهيل مربى النحل، وعدم امتلاك مؤسسات التيسير في المحافظة لشهادات الاعتماد والجودة لمنتج العسل، وافتقارها للتجهيزات والمختبرات المساعدة في إجراء اختبارات المواصفات الدولية للعسل. كما ارتبطت نقاط الضعف بعدم توافر المواد التشغيلية والمحاليل لتشغيل ما هو متوفر من أجهزة الفحص، وتدني مستوى الاهتمام بجودة العسل خصوصًا بالجوانب المرتبطة بالتعبئة والتغليف، وعدم قدرة فاعلي مرحلة التيسير على توفير كافة متطلبات وتجهيزات الاعتماد الحديثة نتيجة لضعف الميزانية التشغيلية العاملة في مرحلة التيسير، وضعف مستوى التنسيق بين جمعيات النحالين والجهات الحكومية المرتبطة بإنتاج وتسويق العسل. تشير نتائج تحليل سوات إلى أن أعلى نسبة تكرارية لنقاط الضعف (30%) ارتبطت بغياب دور فاعلي مرحلة التيسير في تدريب وتأهيل مربى النحل في المحافظة، وارتبطت أقل نسبة تكرارية لنقاط الضعف (7%) بمستوى التنسيق بين فاعلي مرحلة التيسير وفاعلي مرحلة الدعم في الجوانب المشتركة التي تخدم كافة فاعلي قطاع إنتاج وتسويق العسل.

بجانب نقاط الضعف التي يعاني منها فاعلو مرحلة التيسير، يواجه فاعلو مرحلة التيسير العديد من التهديدات. تمثلت أبرز هذه التهديدات في تدهور الأوضاع الأمنية، وإغلاق المنافذ، وما يترتب على ذلك من انخفاض الكميات المنتجة من العسل، وكذلك عدم القدرة على الوصول إلى الأسواق الخارجية. وكذلك غياب دور الجهات الحكومية والداعمة، والتغير المستمر في سعر صرف العملة المحلية، وما يترتب على ذلك من ارتفاع تكاليف مدخلات الإنتاج لفاعلي مرحلة الإنتاج والتجارة، وتعقيدات شروط الدول المستوردة للعسل الحضرمي، وعدم تخصيص مواقع معينة لتجارة العسل، وتباعد مواقع عرض وتسويق المنتج. هذا بالإضافة إلى ارتفاع تكاليف فحوصات عينات العسل المخصصة للتصدير. تشير النتائج إلى أن أعلى نسبة تكرارية (30%) ارتبطت بتدهور الأوضاع الأمنية وإغلاق المنافذ، وارتبطت أقل نسبة تكرارية (10%) بتكاليف فحوصات عينات العسل.

جدول 20 أبرز نقاط سوات، لفاعلي مرحلة التيسير، في العسل - محافظة حضرموت

النسبة التكرارية	التحديات	النسبة التكرارية	نقاط الضعف	النسبة التكرارية	الفرص	النسبة التكرارية	نقاط القوة	مرحلة التيسير
30%	ضعف الأوضاع الأمنية والتحكم بالمنافذ	30%	غياب جانب التدريب والتأهيل الإداري والفني للمزارعين والمنتجين	34%	وجود اسواق دولية	100%	الجمعية قريبة من النحالين ونمتلك مقر وكادر مؤهل	
10%	لا يوجد دعم او مساهمة من الجهات الداعمة لأنشطتنا الإنتاجية	14%	عدم الحصول على شهادات اعتماد دولية أو شهادات حماية الصحة النباتية	33%	كثرة أشجار السدر			
10%	عدم اهتمام السلطة المحلية بمنتجي العسل	14%	الافتقار الى وجود المختبرات الموثوقة والمعتمدة من قبل الجهات الحكومية والدولية	33%	توجه الدولة والمجتمع نحو دعم مربي النحل ومنتجي العسل			
10%	عدم استقرار العملة المحلية	7%	نقص المواد الكيميائية بالمختبر					
10%	تعقيد قوانين وتشريعات الاستيراد بعض الدول المستوردة	7%	قلة الاهتمام من قبل الجمعيات والمنتجين بجودة العسل والتعبئة والتغليف					
10%	تباعد الاسواق	7%	عدم الالتزام بمعايير واشتراطات الجودة					
10%	ارتفاع تكاليف الفحص المخبري	7%	ضعف الميزانية التشغيلية					
10%	احتطاب المراعي	7%	تدني مرتبات العاملين					
		7%	انعدام التنسيق بين الجمعية والدولة					

3.7. تحديات الفاعلين في قطاع العسل

3.7.1. مرحلة الإنتاج

يوضح **الجدول 21** أبرز التحديات التي تواجه فاعلي مرحلة الإنتاج في قطاع العسل بمحافظة حضرموت. من خلال الجدول يتضح أن أبرز التحديات التي تواجه فاعلي مرحلة الإنتاج هي صعوبة التنقل بين مرابي النحل، نتيجة لارتفاع أسعار المشتقات النفطية اللازمة لتشغيل وسائل النقل، وعدم استقرار الوضع الأمني في المناطق المختلفة لمرابي النحل، وكذلك النزاعات التي تنشأ بين النحالين والمزارعين في مرابي النحل، وما يترتب على ذلك من انخفاض الكميات المنتجة من العسل، وصعوبة عملية تربية النحل، وانخفاض عدد خلايا النحل.

أشار فاعلو مرحلة الإنتاج أيضًا إلى أن أبرز تحدياتهم تتعلق بتعرض أعداد كبيرة من خلايا النحل للنفوق، نتيجة لأمراض وآفات النحل، واستخدام المزارعين لمبيدات زراعية قاتلة للنحل، ومحدودية مرابي النحل مقارنة بالعدد الكبير للنحالين وخلايا النحل، وما يترتب على ذلك من تناقص عدد خلايا النحل، وانخفاض إنتاجية العسل، وعدم جدوى مشاريع تربية النحل وإنتاج العسل. بالإضافة إلى ذلك، أشار فاعلو مرحلة الإنتاج إلى أن أبرز مشكلاتهم ترتبط بالنزاعات المستمرة بين النحالين، نتيجة لتواجد النحالين في أراضي المزارعين وبالقرب من التجمعات السكنية في المناطق الريفية، واعتقاد بعض النحالين في القرى والتجمعات السكنية الريفية - وهو اعتقاد سائد - بوجود تأثير سلبي على النحل عند وجود نحل لنحال آخر، وما يترتب على ذلك من عدم استقرار بيئة العمل، وعدم القدرة على الاهتمام بتربية نحل العسل بشكل جيد، وانخفاض إنتاجية العسل.

أخيرًا، أشار فاعلو مرحلة الإنتاج إلى أن الاحتطاب الجائر للمرابي، وعدم الاهتمام بتجديد المرابي من خلال التوسع في زراعة الأشجار، يعد من أبرز تحديات إنتاج العسل. ويرى من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة الإنتاج أن الدور الذي تلعبه الجهات الحكومية والأهلية، وخاصة جمعيات النحالين، في دعم مربي النحل بمشتقات نفطية بأسعار مدعومة، وتسهيل تنقل مربي النحل بين مرابي النحل في مختلف المناطق في البلاد، سيسهم إلى حد كبير في الحد من الآثار السلبية لتحديات ارتفاع تكاليف المشتقات النفطية اللازمة لتشغيل وسائل نقل خلايا النحل، وصعوبات التنقل بين مرابي النحل المختلفة في البلاد. كما سيسهم الدور الذي تلعبه الجهات الحكومية، وخاصة وزارة الزراعة، والجهات الأهلية، وخاصة جمعيات النحالين، في تفعيل الدور الإرشادي والتشريعي والرقابي على استخدام المبيدات الزراعية في الحد من الآثار السلبية لتحديات نفوق خلايا النحل نتيجة لاستخدام المزارعين لمبيدات قاتلة للنحل، وكذلك نتيجة لأمراض وآفات النحل.

كما سيسهم الدور الذي تلعبه الجهات الحكومية، وخاصة السلطات المحلية، والجهات الأهلية، وخاصة جمعيات النحالين، في حل النزاعات التي تنشأ بين النحالين وسكان المناطق الريفية في الحد من الآثار السلبية لتحديات عدم استقرار بيئة العمل، وما يترتب على ذلك من انخفاض الكميات المنتجة من العسل، وعدم القدرة على تربية نحل العسل بشكل جيد.

كما سيسهم الدور الذي تلعبه الجهات الحكومية والداعمة، سواء كانت محلية أو دولية، في سن قوانين تجرم الاحتطاب الجائر للمرابي، وتوعية المجتمعات المحلية بأهمية الغطاء النباتي، وتشجيع النحالين والمجتمعات المحلية على الاهتمام بزراعة الأشجار، في الحد من الآثار السلبية لتحديات انخفاض الكميات المنتجة من العسل نتيجة لانخفاض المرابي.

جدول 21 أبرز تحديات فاعلي مرحلة الإنتاج، بقطاع انتاج وتجارة العسل - محافظة حضرموت

مراحل السلسلة	ترتيب وفق الأهمية	وصف المعوقات/ التحديات	تصنيف SWOT	تصنيف (PESTLE)	الاسباب الرئيسية للمعوق/ المشكلة	أهم عقبات/ تأثير المعوق / المشكلة	الحلول المقترحة للتدخل (وفق أصحاب المصلحة)	المسؤول على تنفيذ الحلول
الإنتاج Production	1	صعوبات التنقل لمربي النحل(النحالين) بين مناطق انتشار المراعي	مالي	اقتصادي	ارتفاع أسعار المشتقات النفطية - الوضع الغير المستقر في البلاد - النزاعات بين النحالين والمزارعين	صعوبات كبيرة في عملية تربية وتكاثر النحل - انخفاض إنتاجية العسل وتناقص عدد النحل	تخفيض اسعار المشتقات النفطية - عمل التسهيلات المناسبة من قبل الدولة لمربي النحل بتوفير المتطلبات اللازمة لعملية التربية والتنقل بين مناطق الرعي في انحاء البلاد	الدولة/جمعيات النحالين
	2	نفوق النحل وتناقص عدد خلايا النحل	فني	اقتصادي/بيئي	الأمراض والآفات التي تصيب النحل - استخدام انواع من المبيدات القاتلة للنحل - تناقص عدد المراعي والمساحات النحلية مقارنة بعدد النحل	تناقص عدد خلايا النحل وضعفها امام الأمراض والآفات التي تصيب النحل - انخفاض إنتاج النحل من العسل - انعدام إنتاج مشاريع تربية النحل وإنتاج العسل وضعف الاقبال على هذا النوع من المشاريع الزراعية المهمة	وزارة الزراعة - تفعيل الدور الارشادي والتشريعي لوزارة الزراعة - اجراءات الضبط الصارمة لمن يخالف تلك الارشادات والتشريعات - التزام المزارعين بتوجيهات وارشادات الدولة المرتبطة بالتعامل مع آلية رش المبيدات الزراعية التي تنطوي على مخاطر محتملة تجاه النحل	وزارة الزراعة - مجتمع المزارعين - جمعيات المزارعين والنحالين
	3	النزاعات بين النحالين والمزارعين	اداري	قانوني/ اجتماعي	تواجد النحالين في أراضي المزارعين وبالقرب من القرى والتجمعات السكنية الريفية - الاعتقاد السائد بوجود تأثير سلبي على النحل المحلي نتيجة تواجد النحل الوافد بالقرب من النحل الخاص بهم	صعوبة تواجد مربي النحل (النحالين) في مناطق المراعي - تصبح بيئة العمل مقلقة وغير مستقرة، مما يؤثر سلباً على التربية المناسبة للنحل وأنتاجه من العسل	تفعيل دور الجمعيات والمجتمع بما يملكه من أعراف وتقاليد وممارسات في حل مثل هذه القضايا والاشكاليات - ضبط هذه العلاقة بتشريعات وقوانين منظمة لها	السلطة المحلية - جمعيات النحالين - المجتمع الريفي
	4	ضعف وانقراض المراعي	اداري	اقتصادي/بيئي	التحطيب الجائر لمراعي العسل - ضعف التجديد للمراعي المتقادمة والمتضررة	ضعف الاستزراع للمراعي - ضعف الرصد لكميات المراعي المناسب لأحجام الكثافة النحلية	منع الاحتطاب حتى توفر البديل - توعية المنتجين بالمساهمة بالاستزراع - تفعيل دور الجهات الحكومية للاهتمام بزراعة المراعي - توجيه المنظمات الداعمة لأهمية توفير المراعي النحلية للمساهمة في زيادة وتحسين الإنتاج للعسل	المنتجين - الدولة - الجهات الداعمة

3.7.2. مرحلة التجارة والتصدير

يوضح **الجدول 22** أبرز التحديات التي تواجه الفاعلين في مرحلة التجارة والتصدير في قطاع العسل بمحافظة حضرموت. من خلال الجدول يتضح أن أبرز تحديات فاعلي مرحلة التجارة والتصدير هي ارتفاع أسعار المدخلات، وانخفاض أسعار المبيعات في السوق المحلية، نتيجة للتغير المستمر في سعر صرف العملة المحلية، وضعف مستوى الدور الحكومي في الجوانب الاقتصادية والتنظيمية، وكذلك انتشار ظاهرة الغش، وانتشار العسل المغشوش في الأسواق المحلية، نتيجة لتدني مستوى الرقابة على منتجات العسل في الأسواق المحلية، وعدم تطبيق مبدأ الرقابة والمحاسبة، وما يترتب على ذلك من تدني مستوى ثقة المستهلك بمنتجات العسل، سواء في الأسواق المحلية أو الأسواق الخارجية، وتدني مستوى المبيعات. هذا بالإضافة إلى الإجراءات المعقدة في الحصول على تراخيص تصدير العسل للخارج، وتراخيص فتح محلات بيع وتجارة العسل، نتيجة لإغلاق المنافذ البرية، وتوقف الشحن الجوي، وارتفاع الرسوم الجمركية لتصدير منتجات العسل، وما يترتب على ذلك من تكبد كميات كبيرة من العسل في منافذ التصدير، وانخفاض مستوى مبيعات العسل، وتدني المستوى المعيشي ومستوى الدخل لمربي النحل، وحرمان الدولة وجميع العاملين في قطاع إنتاج وتجارة العسل من المردود المالي الذي يحققه هذا القطاع.

ويرى من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة التجارة والتصدير أن الدور الذي تلعبه الجهات الحكومية، والمتمثل في منع بيع وتداول منتجات العسل المغشوشة، وتفعيل مبدأ الرقابة والمحاسبة، وتشغيل مختبرات فحص جودة العسل، وتسهيل إجراءات الحصول على التراخيص اللازمة لتصدير العسل إلى الأسواق الخارجية، والعمل على استقرار سعر صرف العملة المحلية، سيسهم في الحد من الآثار السلبية لتحديات تدني مستوى مبيعات العسل في الأسواق المحلية والخارجية نتيجة لارتفاع تكاليف الإنتاج، وتدني مستوى ثقة المستهلك بمنتجات العسل المحلية، وعدم القدرة على تصدير العسل إلى الأسواق الخارجية.

جدول 22 أبرز تحديات فاعلي مرحلة التجارة والتصدير، بقطاع انتاج وتجارة العسل - محافظة حضرموت

مراحل سلسلة	ترتيب وفق الأهمية	وصف لمعوقات/التحديات	تصنيف SWOT	تصنيف (PESTLE)	الاسباب الرئيسية للمعوق/ المشكلة	أهم عقبات/ تأثير المعوق / المشكلة	الحلول المقترحة للتدخل (وفق أصحاب المصلحة)	المسؤول على تنفيذ الحلول
التجارة والتصدير، المعالجة Trade, Processing, and Export	1	عدم استقرار العملة المحلية	اداري	سياسي/اقتصادي	ضعف دور الدولة في الجانب الاقتصادي والتنظيمي واجراءات الضبط والمساءلة في التعامل مع العملة وضمان استقرار الصرف	تراجع سمعة العسل اليمن - اهتزاز ثقة المستهلك بالعسل اليمني في الأسواق المحلية والخارجية - تقلب الأسعار وعدم استقراره - ارتفاع الأسعار وتصبح الأسواق المحلية ضعيفة وغير آمنة للاستثمار والنشاط التجاري	منع بيع وتسويق العسل المغشوش بشكل صارم - تطبيق الإجراءات القانونية والعقابية على من يمارس او يتعامل او يتاجر بالعسل المغشوش	الدولة ممثلة بالجمارك والسلطات الأمنية في المنافذ - زارة الصناعة والتجارة والهيئة العامة للمواصفات والمقاييس في المنافذ والأسواق
	2	ظاهرة غش العسل وانتشار العسل المغشوش في الأسواق	اداري	اقتصادي/قانوني	ضعف الرقابة على الأسواق - صعوبات في عمليات فحص العسل - ضعف الوازع الديني والأخلاقي - ضعف في تطبيق الإجراءات القانونية والعقابية على من يمارس او يتعامل او يتاجر بالعسل المغشوش	تراجع سمعة العسل اليمن - اهتزاز ثقة المستهلك بالعسل اليمني في الأسواق المحلية والخارجية	منع بيع وتسويق العسل المغشوش بشكل صارم - تشغيل وتفعيل مختبرات الجمعية - الرقابة المستمرة على المختبرات وضمان سلامة وصحة الفحوصات التي تجريها - تطبيق الإجراءات القانونية والعقابية على من يمارس او يتعامل او يتاجر بالعسل المغشوش	الدولة ممثلة بالجمارك والسلطات الأمنية في المنافذ - وزارة الصناعة والتجارة والهيئة العامة للمواصفات والمقاييس في المنافذ والأسواق
	3	صعوبة اجراءات التصدير	اداري	قانوني	الإجراءات المعقدة للحصول على التراخيص التجارية وتراخيص المنشآت - الإغلاق الكامل والجزئي بشكل متكرر للمنافذ مع صعوبة الإجراءات فيها - منع الشحن الجوي وتقييد حركة الطيران - ارتفاع الرسوم الجمركية على منتجات التصدير	صعوبة وصول المنتج (العسل) الى الأسواق الخارجية - تأخر وتكدس العسل في منافذ التصدير - انخفاض نسبة المبيعات للعسل اليمني - حرمان المنتجين والدولة من الحصول على العملة الصعبة وتحسين مستوى دخل المنتجين المحليين	تسهيل الإجراءات الإدارية والقانونية للمشاريع والمنشآت المحلية وسهولة وصول منتجاتها الى الأسواق الخارجية بتيسير الإجراءات الكفيلة بذلك - التزام الجمعية بالتعاون والتنسيق مع غرف التجارة والصناعة ومنافذ التصدير	جمعيات النحالين مع الدولة والغرف التجارية

3.7.3. مرحلة الدعم (الجمعيات)

يوضح **الجدول 23** أبرز التحديات التي تواجه فاعلي مرحلة الدعم في قطاع العسل بمحافظة حضرموت. من خلال الجدول يتضح أن أبرز تحديات فاعلي مرحلة الدعم هي ضعف الميزانية التشغيلية لجمعيات النحالين، نتيجة لعدم التزام منتسبي الجمعيات بدفع رسوم الاشتراكات السنوية، وتدني مستوى الدعم الحكومي المقدم لجمعيات النحالين، وما يترتب على ذلك من توقف أعمال فاعلي مرحلة الدعم، وتدني مستوى الدور الإداري والفني لفاعلي مرحلة الدعم، وعلى وجه الخصوص دور فاعلي مرحلة الدعم في تسويق العسل في الأسواق المحلية والخارجية، وفقاً للمواصفات والمقاييس المطلوبة.

أشار فاعلو مرحلة الدعم أيضاً إلى أن أبرز مشكلاتهم ترتبط بعدم القدرة على تلبية مواصفات ومعايير تصدير العسل للخارج، نتيجة لتدني مستوى التدريب والتأهيل في هذا المجال، وما يترتب على ذلك من صعوبات في تصدير العسل، وصعوبات في عمليات الترويج والتسويق. هذا بالإضافة إلى الافتقار للإمكانات والتجهيزات الضرورية لفحص العسل، نتيجة لقلة عدد المختبرات المتخصصة في فحص العسل، ومحدودية الإمكانيات المتوفرة في جمعيات النحالين، وعدم امتلاك جمعيات النحالين لمختبر خاص بفحص وتحليل العسل، وما يترتب على ذلك من فقدان جمعيات النحالين لدورها المتمثل في ضبط جودة منتجات العسل، وصعوبة الحصول على شهادات المنشأ والتصدير.

ويرى من شملتهم الدراسة من فاعلي مرحلة الدعم أن الدور الذي تلعبه الجهات الحكومية والداعمة، سواء كانت محلية أو دولية، والمتمثل في رفع مستوى وعي مربي النحل بأهمية العمل التعاوني والدور الذي تلعبه جمعيات النحالين في تحسين كفاءة الإنتاج وتعزيز عملية تسويق المنتج، سيسهم في الحد من الآثار السلبية لتحديات ضعف الميزانية التشغيلية لفاعلي مرحلة الدعم، نتيجة لعدم دفع مربي النحل لرسوم الاشتراكات السنوية، وضعف مستوى الدعم الحكومي المقدم لفاعلي مرحلة الدعم.

وسيسهم الدور الذي تلعبه الجهات الحكومية والداعمة، سواء كانت محلية أو دولية، والمتمثل في تقديم الدعم المالي لإنشاء وتجهيز مختبر لفحص وتحليل العسل، وتدريب كوادر مرحلة الدعم في الجوانب الفنية المتعلقة بتحليل وفحص العسل، والأساليب الحديثة في عمليات التسويق، وعلى وجه الخصوص التسويق الإلكتروني للعسل، في الحد من الآثار السلبية لتحديات عدم القدرة على تلبية المواصفات والمعايير المطلوبة لتصدير العسل للخارج، وما يترتب على ذلك من انخفاض معدلات الطلب على العسل اليمني، وصعوبات التسويق والترويج.

وسيسهم الدور الذي تلعبه الجهات الحكومية والداعمة، سواء كانت محلية أو دولية، والمتمثل في تقديم الدعم المالي لجمعيات النحالين التي تمتلك مختبرات لفحص وتحليل العسل، لتفعيل وتشغيل مختبراتها الخاصة، ودعم جمعيات النحالين التي لا تمتلك مختبرات تحليل بالعدد والأجهزة المستخدمة في فحص وتحليل العسل، في الحد من الآثار السلبية لتحديات عدم القدرة على إجراء تحاليل لقياس جودة العسل.

جدول 23 أبرز تحديات فاعلي مرحلة الدعم، بقطاع انتاج وتجارة العسل - محافظة حضرموت

مراحل سلسلة	ترتيب وفق الاهمية	وصف لمعوقات/ التحديات	تصنيف SWOT	تصنيف (PESTLE)	الاسباب الرئيسية للمعوق/ المشكلة	أهم عقبات/ تأثير المعوق / المشكلة	الحلول المقترحة للتدخل (وفق أصحاب المصلحة)	المسؤول على تنفيذ الحلول
الجهات الداعمة Supporters	1	ضعف الميزانية التشغيلية للجمعية	مالية	اقتصادية	عدم التزام أعضاء الجمعية بدفع الاشتراكات المستحقة للجمعية - ضعف الدعم الحكومي والجهات الداعمة المحلية والدولية	عدم قدرة الجمعية على استمرارية عملها - ضعف دور الجمعية في أداء دورها الفني والإداري في انتاج وتسويق العسل في الأسواق المحلية والخارجية وفقا للمعايير والمواصفات المطلوبة	رفع مستوى الوعي عند المنتجين - وتفعيل دور الإرشاد الزراعي بأهمية العمل الجماعي وأهمية دور الجمعية في كفاءة الإنتاج والتسويق	الدولة - الجهات الداعمة للشباب الباحثين عن العمل
	2	نفتقر إلى القدرة على تلبية مواصفات المنتج الدولي ومعايير المنتج الدولي	إدارية	اقتصادية	ضعف التدريب والتأهيل	انخفاض الطلب على الصادرات وصعوبة في عمليات التسويق	تقديم الدعم المالي لبناء وتجهيز مختبر مناسب بمعايير ومواصفات مقبولة - تأهيل وتدريب الكوادر العاملة في مجالات العمل الفني والإداري وأنظمة وأساليب التسويق	الدولة - الجهات الداعمة للشباب الباحثين عن العمل - الجمعيات
	3	صعوبات عمليات فحص العسل	مالية	اقتصادية	قلة عدد المختبرات الخاصة بفحص العسل ومحدودية إمكانيات تلك المختبرات - عدم تشغيل وتفعيل مختبرات الجمعية - عدم امتلاك الجمعية مختبر خاص بفحص وتحليل العسل	تفقد الجمعية دورها في ضبط جودة منتجاتها - صعوبة الحصول على شهادات المنشأ والتصدير	دعم الجمعية في تفعيل مختبرها الخاص - دعم الجمعيات التي لا تملك مختبر في انشاء مختبرها الخاص بالمعايير المطلوبة - التأهيل الفني والعلمي للكوادر الفنية العاملة في المختبر	الدولة - الجهات الداعمة للشباب الباحثين عن العمل - الجمعيات

3.7.4. مرحلة التيسير

يوضح **الجدول 24** أبرز التحديات التي تواجه فاعلي مرحلة التيسير في قطاع العسل بمحافظة حضرموت. من خلال الجدول، يتضح أن أبرز المشكلات التي يعاني منها فاعلو مرحلة التيسير تتمثل في كثرة منتجات العسل الأجنبية في السوق المحلية، والتي تدخل إلى الأسواق نتيجة لضعف تدابير الرصد والمراقبة في المنافذ والمناطق التجارية. معظم هذه المنتجات لا تخضع للمواصفات الصحية أو الجودة، كما أنها تُعد غير آمنة، مما يشكل تهديدًا على صحة المستهلك ويؤثر سلبًا على المنتج المحلي، ويؤدي إلى انخفاض الطلب عليه.

علاوة على ذلك، يعاني القطاع من الاستخدام العشوائي للمبيدات الزراعية، نتيجة لتدني مستوى الإرشاد من وزارة الزراعة، وضعف دور الرقابة والمحاسبة من قبل الجهات الرسمية. ويترتب على هذه الممارسات آثار بيئية سلبية، تتمثل في نفوق أعداد كبيرة من خلايا النحل بسبب تأثيرات المبيدات السامة.

من جهة أخرى، تسهم الظروف الأمنية غير المستقرة في تعقيد الوضع، حيث يعجز فاعلو مرحلة التيسير عن أداء دورهم بكفاءة، بسبب غياب الحماية الكافية التي ينبغي أن توفرها الجهات الأمنية.

في هذا السياق، يرى المشاركون في الدراسة من فاعلي مرحلة التيسير أن دور الجهات الحكومية، مثل تفعيل الرقابة والمحاسبة، وسحب المنتجات المهربة من الأسواق المحلية، أمر بالغ الأهمية. كما أن تعزيز الدور الإرشادي لوزارة الزراعة في مجال توعية المزارعين حول استخدام المبيدات الزراعية وتوجيههم نحو طرق أكثر أمانًا بيئيًا، سيسهم في الحد من الآثار السلبية المرتبطة بدخول المنتجات المهربة إلى الأسواق. هذا بالإضافة إلى تقليص تأثير انخفاض الطلب على منتجات العسل المحلية وحماية خلايا النحل من الموت جراء الاستخدام المفرط والعشوائي للمبيدات.

جدول 24 أبرز تحديات فاعلي مرحلة التيسير، بقطاع إنتاج وتجارة العسل - محافظة حضرموت

سلسلة مراحل	ترتيب وفق الأهمية	وصف لمعوقات/التحديات	تصنيف SWOT	تصنيف (PESTLE)	الأسباب الرئيسية للمعوق/ المشكلة	أهم عقبات/ تأثير المعوق / المشكلة	الحلول المقترحة للتدخل (وفق أصحاب المصلحة)	المسؤول على تنفيذ الحلول
الجهات الميسرة Enablers	1	إغراق الأسواق المحلية بالعسل الخارجي المجهول المصدر والمحتوى	إدارية	قانونية/ اقتصادية	ضعف تدابير الرصد والمراقبة والضبط في المنافذ والأسواق - عدم خضوع المنتجات المستوردة للفحوصات اللازمة لتحديد جودتها وسلامتها والتحقق من مطابقتها لمعايير واشتراطات المواصفات والمقاييس المطلوبة	إغراق الأسواق بالمنتجات الغير مطابقة للمواصفات والمنتجات المهربة غير الآمنة. منافسها للمنتجات المحلية - ضعف الطلب على المنتج(العسل) المحلي	تشديد الرقابة والضوابط على المنافذ الحدودية - سحب المنتجات المهربة من الأسواق المحلية وتشديد الرقابة عليها	الدولة ممثلة بالجمارك والسلطات الأمنية في المنافذ - وزارة الصناعة والتجارة والهيئة العامة للمواصفات والمقاييس في المنافذ والأسواق
	2	استخدام المبيدات بشكل عشوائي	فني	اقتصادية/ بيئية	ضعف الدور الإرشاد بوزارة الزراعة - ضعف التشريع والضبط بوزارة الزراعة - ضعف دور السلطات المحلية في ضبط وإنفاذ التشريعات والأعراف الخاصة بالتعامل السليم مع المبيدات التي قد تؤثر على حياة النحل	نفوق النحل وانخفاض إنتاج العسل	تفعيل الدور الإرشادي والتشريعي لوزارة الزراعة والضبط الصارم من جانب السلطات المحلية لمن يخالف تلك الإرشادات والتشريعات	وزارة الزراعة - السلطات المحلية - الجمعيات الزراعية
	3	انعدام الحماية من الدولة	إداري	سياسية/اجتماعية	الوضع الغير المستقر في البلاد	تدهور في الظروف الأمنية وانخفاض الثقة في بيئة العمل	تحقيق الاستقرار الشامل في البلاد	الدولة - المجتمع

3.8. تحليل مصفوفة احتياجات قطاع العسل.

3.8.1. مرحلة الإنتاج

يوضح **الجدول 25** النسب المئوية لقوة الجوانب التنظيمية والتقنية والمالية والعامة (المتنوعة) في أعمال الفاعلين في مرحلة الإنتاج لقطاع العسل بمحاظفة حضرموت. تشير النتائج إلى أن الجوانب الإدارية/التنظيمية هي الأكثر تأثيرًا على أعمال الفاعلين في مرحلة الإنتاج مقارنة بالجوانب التقنية والمالية والمتنوعة (العامة). حيث شكلت نسبة حالي عدم وجود وضعف عناصر الجوانب الإدارية/التنظيمية 100% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الإدارية/التنظيمية. في حين أن الحالتين المتوسطة والممتازة شكلتا نسبة 0% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الإدارية/التنظيمية. بشكل عام، وبمقارنة النسب المئوية لنقاط الجوانب الإدارية/التنظيمية بمستوياتها المختلفة، يتضح أن أكثر النقاط في الجوانب الإدارية/التنظيمية احتياجًا للتدخل مرتبة حسب الأهمية على النحو التالي:

- التنظيم والتخطيط وتصميم خطط لتنفيذ المشاريع والمهام في عملك؟ بنسبة 100%
- هيكل تنظيمي لموظفيك وفريق عمل ذات هيكل هرمي واضح ومتسلسل؟ بنسبة 100%
- حسابات مالي ومشتريات وتعاقداً لإدارة مواردك المالية في عملك؟ بنسبة 100%
- التوثيق والأرشيف وحفظ الوثائق والسجلات الخاصة بعملك؟ بنسبة 100%
- التعامل مع الشكاوى والتظلمات ومعالجتها؟ بنسبة 100%
- توفير/استيراد المنتجات للعملاء في حالة نفاذها وفي وقت سريع؟ بنسبة 100%

في المرتبة الثانية من حيث الأهمية، تبرز الجوانب المالية/التمويلية من حيث تأثيرها على أعمال الفاعلين في مرحلة الإنتاج. حيث شكلت حالي عدم وجود وضعف عناصر الجوانب المالية/التمويلية ما نسبته 48% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب المالية/التمويلية. في حين شكلت الحالتان المتوسطة والممتازة ما نسبته 52% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب المالية/التمويلية. بشكل عام، وبمقارنة النسب المئوية لنقاط الجوانب المالية/التمويلية بمستوياتها المختلفة، يتضح أن أكثر النقاط احتياجًا للتدخل، مرتبة حسب الأهمية، هي كما يلي:

- مدى تواجد مؤسسات التمويل في منطقتك؟ بنسبة 68%
- تقبل الموردين قرضك وثقتهم فيك لشراء المنتجات/المدخلات/الأدوات بالأجل؟ بنسبة 51%
- مستوى رضاك عن أسعار وجودة المدخلات/الاصول/المواد/الأدوات/منتجات في السوق؟ بنسبة 40%

في المرتبة الثالثة من حيث الأهمية، تبرز الجوانب المتنوعة/الأخرى من حيث تأثيرها على أعمال الفاعلين في مرحلة الإنتاج. حيث شكلت حالي عدم وجود وضعف عناصر الجوانب المتنوعة/الأخرى ما نسبته 14% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب المتنوعة/الأخرى. في حين شكلت الحالتان المتوسطة والممتازة ما نسبته 86% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب المتنوعة/الأخرى. بشكل عام، وبمقارنة النسب المئوية لنقاط الجوانب المتنوعة/الأخرى بمستوياتها المختلفة، يتضح أن أكثر ثلاث نقاط احتياجًا للتدخل، مرتبة حسب الأهمية، هي 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 6%
- إمكانية الوصول الى سوق عملائك/مستفيديك من اجل بيع/تقديم منتجاتك/خدماتك لهم؟ بنسبة 3%

في المرتبة الرابعة من حيث الأهمية، تبرز الجوانب الفنية/التقنية من حيث تأثيرها على أعمال الفاعلين في مرحلة الإنتاج. حيث شكلت حالي عدم وجود وضعف عناصر الجوانب الفنية/التقنية ما نسبته 9% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الفنية/التقنية. في حين شكلت الحالتان المتوسطة والممتازة 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

النقاط احتياجًا للتدخل، مرتبة حسب الأهمية، هي كما يلي:

- اتباعك لنظام للصحة والسلامة المهنية؟ والتعامل مع أخطار/مخاطر العمل؟ بنسبة 20%
- مهاراتك في عمليات الحفظ والتخزين في تداول المنتجات؟ (مثل: استخدام الثلج)؟ بنسبة 14%
- مهاراتك في عمليات الفرز والتدريج والتصنيف للمنتجات؟ بنسبة 10%

جدول 25 مصفوفة احتياجات القدرة والمهارة لمرحلة الإنتاج في قطاع العسل بمحافظة حضرموت

تصنيف مصفوفة الاحتياجات	مصفوفة القدرة/المهارة					الإجمالي العام
إدارية - تنظيمية	يوجد/لا اعلم	ضعيف/ تناقص	متوسط /معتدل	ممتاز /متزا يد	الإجمالي العام	
إدارية - تنظيمية	100%				100%	
	100%				100%	
	100%				100%	
	100%				100%	
	100%				100%	
	100%				100%	
الإجمالي إدارية - تنظيمية						
فنية - تقنية		4%	11%	85%	100%	
		10%	10%	80%	100%	
		14%	11%	75%	100%	
		4%	11%	85%	100%	
		4%	11%	85%	100%	
		20%	10%	70%	100%	
الإجمالي فنية - تقنية						
مالية - تمويلية		40%	21%	39%	100%	
		51%	25%	24%	100%	
		40%	29%	31%	100%	
		40%	25%	35%	100%	
		68%	32%		100%	
		48%	26%	26%	100%	
الإجمالي مالية - تمويلية						
متنوعة - اخرى		6%	67%	27%	100%	
		3%	82%	15%	100%	
		57%	36%	7%	100%	
		3%	9%	88%	100%	
		3%	6%	91%	100%	
		14%	40%	46%	100%	
الإجمالي متنوعة - اخرى						
الإجمالي العام						
	25%	18%	19%	38%	100%	

3.8.2. مرحلة التجارة والتصدير

يوضح **الجدول 26** النسب المئوية لقوة الجوانب التنظيمية، التقنية، المالية، والعامة (المتنوعة)، في أعمال الفاعلين خلال مرحلة التجارة والتصدير لقطاع العسل. تشير النتائج إلى أن الجوانب المتنوعة/الأخرى هي الأكثر تأثيراً على أعمال الفاعلين في مرحلة التجارة والتصدير مقارنة بالجوانب التنظيمية، المالية، والتقنية. حيث تشكل نسبة حالات عدم وجود وضعف عناصر الجوانب المتنوعة/الأخرى 4% من إجمالي النسبة الكلية للجوانب المتنوعة/الأخرى، في حين أن الحالات المتوسطة والممتازة تشكل 96% من إجمالي النسبة المئوية الكلية للجوانب المتنوعة/الأخرى. بشكل عام، وبمقارنة النسب المئوية لنقاط الجوانب المتنوعة/الأخرى بمستوياتها المختلفة، يتضح أن أكثر نقطتين في الجوانب المتنوعة/الأخرى احتياجاً للتدخل، مرتبتين حسب الأهمية كما يلي:

- مهارات العرض والتقديم والترويج لمنتجاتك/خدماتك والتفاوض والاقناع مع العملاء؟ بنسبة 7%
- التعامل مع قوانين وتشريعات الدولة في القطاع وتنفيذ الاحكام والمخالفات إذا حدثت؟ بنسبة 7%

في المرتبة الثانية من حيث الأهمية، تبرز الجوانب الفنية/التقنية في تأثيرها على أعمال الفاعلين في مرحلة التجارة والتصدير. حيث تشكلت حالتا عدم وجود وضعف عناصر الجوانب الفنية/التقنية ما نسبته 2% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الفنية/التقنية، في حين شكلت الحالات المتوسطة والممتازة ما نسبته 98% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الفنية/التقنية. بشكل عام، وبمقارنة النسب المئوية لنقاط الجوانب الفنية/التقنية بمستوياتها المختلفة، يتضح أن أكثر ثلاث نقاط احتياجاً للتدخل، مرتبة حسب الأهمية، هي كما يلي:

- اتباعك لنظام للصحة والسلامة المهنية؟ والتعامل مع أخطار/مخاطر العمل؟ بنسبة 7%
- ما مدى قدرتك/مهارتك في الممارسات الجيدة والخبرة في التعامل مع المنتجات؟ بنسبة 4%
- مهارتك في عمليات الحفظ والتخزين في تداول المنتجات؟ (مثل: استخدام الثلج)؟ بنسبة 4%

في المرتبة الثالثة من حيث الأهمية، تبرز الجوانب المالية/التمويلية في تأثيرها على أعمال الفاعلين في مرحلة التجارة والتصدير. حيث تشكلت حالتا عدم وجود وضعف عناصر الجوانب المالية/التمويلية ما نسبته 2% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب المالية/التمويلية، في حين شكلت الحالات المتوسطة والممتازة ما نسبته 98% 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 احتياجاً للتدخل، مرتبة حسب الأهمية، هي كما يلي:

- مستوى رضاك عن أسعار وجودة المدخلات/الاصول/المواد/الأدوات/منتجات في السوق؟ بنسبة 4%
- مدى تواجد الداعمين والمنظمات والمساعدات في منطقتك؟ بنسبة 4%
- مدى تواجد مؤسسات التمويل في منطقتك؟ بنسبة 4%

في المرتبة الرابعة من حيث الأهمية، تبرز الجوانب الإدارية/التنظيمية في تأثيرها على أعمال الفاعلين في مرحلة التجارة والتصدير. حيث تشكلت حالتا عدم وجود وضعف عناصر الجوانب الإدارية/التنظيمية ما نسبته 1% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الإدارية/التنظيمية، في حين شكلت الحالات المتوسطة والممتازة ما نسبته 99% 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، مرتبتين حسب الأهمية، هما كما يلي:

- التنظيم والتخطيط وتصميم خطط لتنفيذ المشاريع والمهام في عملك؟ بنسبة 4%
- هيكل تنظيمي لموظفيك وفريق عمل ذات هيكل هرمي واضح ومتسلسل؟ بنسبة 4%

تصنيف مصفوفة الاحتياجات	مصفوفة القدرة/المهارة					الإجمالي العام
إدارية - تنظيمية	التنظيم والتخطيط وتصميم خطط لتنفيذ المشاريع والمهام في عملك؟	100%	75%	21%	4%	
	هيكل تنظيمي لموظفيك وفريق عمل ذات هيكل هرمي واضح ومتسلسل؟	100%	71%	25%	4%	
	حسابات مالي ومشتريات وتعاقدات لإدارة مواردك المالية في عملك؟	100%	71%	29%		
	التوثيق والأرشيف وحفظ الوثائق والسجلات الخاصة بعملك؟	100%	75%	25%		
	التعامل مع الشكاوى والتظلمات ومعالجتها؟	100%	68%	32%		
	توفير/استيراد المنتجات للعملاء في حالة نفاذها وفي وقت سريع؟	100%	71%	29%		
إدارية - تنظيمية						
فنية - تقنية	ما مدى قدرتك/مهارتك في الممارسات الجيدة والخبرة في التعامل مع المنتجات؟				4%	89%
	مهاراتك في عمليات الفرز والتدريج والتصنيف للمنتجات؟	100%	7%	89%		7%
	مهاراتك في عمليات الحفظ والتخزين في تداول المنتجات؟ (مثل: استخدام الثلج)؟	100%	7%	93%		
	مهاراتك في تقييم جودة ونوعية المنتجات/الخدمات اثناء البيع او الشراء؟	100%	4%	92%	4%	
	مهاراتك في صيانة وإصلاح أجهزة ومعدات وأدوات عملك؟	100%	4%	96%		
	اتباعك لنظام للصحة والسلامة المهنية؟ والتعامل مع أخطار/مخاطر العمل؟	100%	4%	96%	7%	89%
فنية - تقنية						
مالية - تمويلية	مستوى رضاك عن أسعار وجودة المدخلات/الاصول/المواد/الأدوات/منتجات في السوق؟				3%	79%
	تقبل الموردين قرضك وثقتهم فيك لشراء المنتجات/المدخلات/الأدوات بالأجل؟	100%	18%	82%		18%
	تقبلك قرض عملائك وقوة الثقة بينك وبين عملائك في بيع منتجاتك/خدماتك بالأجل؟	100%	18%	82%		18%
	مدى تواجد الداعمين والمنظمات والمساعدات في منطقتك؟	100%	18%	79%	3%	
	مدى تواجد مؤسسات التمويل في منطقتك؟	100%	18%	79%	3%	
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%		96%	4%	
	مهارات العرض والتقديم والترويج لمنتجاتك/خدماتك والتفاوض والاقناع مع العملاء؟	100%		93%	7%	
	إمكانية استجابتك والتعاون مع الجهات والمنظمات الداعمة في منطقتك وفق الية عملها وبالأجل؟	100%		96%	4%	
	التعامل مع قوانين وتشريعات الدولة في القطاع وتنفيذ الاحكام والمخالفات إذا حدثت؟	100%		93%	7%	
متنوعة - أخرى						
الإجمالي العام						
		100%	25%	73%	2%	

3.8.3. مرحلة الدعم (الجمعيات)

يوضح **الجدول 27** النسب المئوية لقوة الجوانب التنظيمية، التقنية، المالية، والعامة (المتنوعة)، في أعمال الفاعلين خلال مرحلة الدعم لقطاع العسل. تشير النتائج إلى أن الجوانب المالية/التمويلية هي الأكثر تأثيراً على أعمال الفاعلين في مرحلة الدعم، مقارنة بالجوانب التنظيمية، التقنية، والمتنوعة. حيث شكلت نسبة حالي عدم وجود وضعف عناصر الجوانب المالية/التمويلية 16% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب المالية/التمويلية، في حين شكلت الحالات المتوسطة والممتازة ما نسبته 84% 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 في الجوانب المالية/التمويلية احتياجاً للتدخل، مرتبة حسب الأهمية، هي كما يلي:

- تقبل الموردين قرضك وثقتهم فيك لشراء المنتجات/المدخلات/الأدوات بالأجل؟ بنسبة 26%
- تقبلك قرض عملائك وقوة الثقة بينك وبين عملائك في بيع منتجاتك/خدماتك بالأجل؟ بنسبة 13%
- مدى تواجد الداعمين والمنظمات والمساعدات في منطقتك؟ بنسبة 13%

في المرتبة الثانية من حيث الأهمية، تبرز الجوانب الإدارية/التنظيمية في تأثيرها على أعمال الفاعلين خلال مرحلة الدعم. حيث تشكلت حالات عدم وجود وضعف عناصر الجوانب الإدارية/التنظيمية ما نسبته 14% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الإدارية/التنظيمية، في حين شكلت الحالات المتوسطة والممتازة 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 ثلاث نقاط احتياجاً للتدخل، مرتبة حسب الأهمية، هي كما يلي:

- حسابات مالي ومشتريات وتعاقبات لإدارة مواردك المالية في عملك؟ بنسبة 26%
- التنظيم والتخطيط وتصميم خطط لتنفيذ المشاريع والمهام في عملك؟ بنسبة 13%
- هيكل تنظيمي لموظفيك وفريق عمل ذات هيكل هرمي واضح ومتسلسل؟ بنسبة 13%

في المرتبة الثالثة من حيث الأهمية، تبرز الجوانب الفنية/التقنية في تأثيرها على أعمال الفاعلين خلال مرحلة الدعم. حيث تشكلت حالات عدم وجود وضعف عناصر الجوانب الفنية/التقنية ما نسبته 13% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الفنية/التقنية، في حين شكلت الحالات المتوسطة والممتازة ما نسبته 87% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الفنية/التقنية. بشكل عام، وبمقارنة النسب المئوية لنقاط الجوانب الفنية/التقنية بمستوياتها المختلفة، يتضح أن أكثر ثلاث نقاط احتياجاً للتدخل، مرتبة حسب الأهمية، هي كما يلي:

- مهاراتك في تقييم جودة ونوعية المنتجات/الخدمات أثناء البيع أو الشراء؟ بنسبة 13%
- مهاراتك في صيانة وإصلاح أجهزة ومعدات وأدوات عملك؟ بنسبة 13%
- اتباعك لنظام للصحة والسلامة المهنية؟ والتعامل مع أخطار/مخاطر العمل؟ بنسبة 13%

في المرتبة الرابعة من حيث الأهمية، تبرز الجوانب المتنوعة/الأخرى في تأثيرها على أعمال الفاعلين خلال مرحلة الدعم. حيث تشكلت حالات عدم وجود وضعف عناصر الجوانب المتنوعة/الأخرى ما نسبته 13% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب المتنوعة/الأخرى، في حين شكلت الحالات المتوسطة والممتازة ما نسبته 87% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب المتنوعة/الأخرى. بشكل عام، وبمقارنة النسب المئوية لنقاط الجوانب المتنوعة/الأخرى بمستوياتها المختلفة، يتضح أن أكثر ثلاث نقاط احتياجاً للتدخل، مرتبة حسب الأهمية، هي كما يلي:

- إمكانية الوصول إلى سوق المدخلات/الاصول/المواد/الأدوات/منتجات التي تستخدمها في عملك؟ بنسبة 13%
- إمكانية الوصول إلى سوق عملائك من أجل بيع/تقديم منتجاتك/خدماتك لهم؟ بنسبة 13%
- مهارات العرض والتقديم والترويج لمنتجاتك/خدماتك والتفاوض والاقناع مع العملاء؟ بنسبة 13%

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؟	12%		50%	38%	100%
	هيكل تنظيمي لموظفيك وفريق عمل ذات هيكل هرمي واضح ومتسلسل؟	12%		38%	50%	100%
	حسابات مالي ومشتريات وتعاقدات لإدارة مواردك المالية في عملك؟	12%	13%	38%	38%	100%
	التوثيق والأرشفة وحفظ الوثائق والسجلات الخاصة بعملك؟	12%		38%	50%	100%
	التعامل مع الشكاوى والتظلمات ومعالجتها؟	12%		50%	38%	100%
	توفير/استيراد المنتجات للعملاء في حالة نفاذها وفي وقت سريع؟	12%		50%	38%	100%
إدارية - تنظيمية						
فنية - تقنية	مهاراتك في تقييم جودة ونوعية المنتجات/الخدمات اثناء البيع او الشراء؟	12%		63%	25%	100%
	مهاراتك في صيانة وإصلاح أجهزة ومعدات وأدوات عملك؟	12%		50%	38%	100%
	اتباع لنظام للصحة والسلامة المهنية؟ والتعامل مع أخطار/مخاطر العمل؟	12%		50%	38%	100%
فنية - تقنية						
مالية - تمويلية	تقبل الموردين قرضك وثقتهم فيك لشراء المنتجات/المدخلات/الأدوات بالأجل؟	12%	13%	50%	25%	100%
	تقبلك قرض عملائك وقوة الثقة بينك وبين عملائك في بيع منتجاتك/خدماتك بالأجل؟	12%		63%	25%	100%
	مدى تواجد الداعمين والمنظمات والمساعدات في منطقتك؟	12%		63%	25%	100%
	مدى تواجد مؤسسات التمويل في منطقتك؟	12%		63%	25%	100%
مالية - تمويلية						
متنوعة - أخرى	إمكانية الوصول الى سوق المدخلات/الاصول/المواد/الأدوات/منتجات التي تستخدمها في عملك؟	12%		63%	25%	100%
	إمكانية الوصول الى سوق عملائك من اجل بيع/تقديم منتجاتك/خدماتك لهم؟	12%		63%	25%	100%
	مهارات العرض والتقديم والترويج لمنتجاتك/خدماتك والتفاوض والاقناع مع العملاء؟	12%		63%	25%	100%
	إمكانية استجابتك والتعاون مع الجهات والمنظمات الداعمة في منطقتك وفق الية عملها وبالأجل؟	12%		63%	25%	100%
	التعامل مع قوانين وتشريعات الدولة في القطاع وتنفيذ الاحكام والمخالفات إذا حدثت؟	12%		63%	25%	100%
متنوعة - أخرى						
						100%
						32%
						54%
						1%
						13%
						الإجمالي العام

3.8.4. مرحلة التيسير

يوضح **الجدول 28** النسب المئوية لقوة الجوانب التنظيمية، التقنية، المالية، والعامية (المتنوعة) في أعمال الفاعلين خلال مرحلة التيسير لقطاع العسل. تشير النتائج إلى أن الجوانب الإدارية/التنظيمية هي الأكثر تأثيرًا على أعمال الفاعلين في مرحلة التيسير مقارنة بالجوانب التقنية، المالية، والمتنوعة. حيث شكلت حالتا عدم وجود وضعف عناصر الجوانب الإدارية/التنظيمية 71% من إجمالي النسبة الكلية لنقاط الجوانب الإدارية/التنظيمية، في حين شكلت الحالات المتوسطة والممتازة ما نسبته 29% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الإدارية/التنظيمية. بشكل عام، وبمقارنة النسب المئوية لنقاط الجوانب الإدارية/التنظيمية بمستوياتها المختلفة، يتضح أن أكثر ثلاث نقاط في الجوانب الإدارية/التنظيمية احتياجًا للتدخل، مرتبة حسب الأهمية، هي كما يلي:

- التنظيم والتخطيط وتصميم خطط لتنفيذ المشاريع والمهام في عملك؟ بنسبة 71%
- هيكل تنظيمي لموظفيك وفريق عمل ذات هيكل هرمي واضح ومتسلسل؟ بنسبة 71%
- حسابات مالي ومشتريات وتعاقبات لإدارة مواردك المالية في عملك؟ بنسبة 71%

في المرتبة الثانية من حيث الأهمية، تبرز الجوانب الفنية/التقنية في تأثيرها على أعمال الفاعلين خلال مرحلة التيسير. حيث شكلت حالتا عدم وجود وضعف عناصر الجوانب الفنية/التقنية 71% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الفنية/التقنية، في حين شكلت الحالات المتوسطة والممتازة ما نسبته 29% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب الفنية/التقنية. بشكل عام، وبمقارنة النسب المئوية لنقاط الجوانب الفنية/التقنية بمستوياتها المختلفة، يتضح أن أكثر ثلاث نقاط احتياجًا للتدخل، مرتبة حسب الأهمية، هي كما يلي:

- مهاراتك في تقييم جودة ونوعية المنتجات/الخدمات أثناء البيع أو الشراء؟ بنسبة 71%
- مهاراتك في صيانة وإصلاح أجهزة ومعدات وأدوات عملك؟ بنسبة 71%
- اتباعك لنظام للصحة والسلامة المهنية؟ والتعامل مع أخطار/مخاطر العمل؟ بنسبة 71%

في المرتبة الثالثة من حيث الأهمية، تبرز الجوانب المالية/التمويلية في تأثيرها على أعمال الفاعلين خلال مرحلة التيسير. حيث شكلت حالتا عدم وجود وضعف عناصر الجوانب المالية/التمويلية 71% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب المالية/التمويلية، في حين شكلت الحالات المتوسطة والممتازة ما نسبته 29% 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، مرتبة حسب الأهمية، هي كما يلي:

- مستوى رضاك عن أسعار وجودة المدخلات/الاصول/المواد/الأدوات/منتجات في السوق؟ بنسبة 71%
- تقبل الموردين قرضك وثقتهم فيك لشراء المنتجات/المدخلات/الأدوات بالأجل؟ بنسبة 71%
- تقبلك قرض عملاتك وقوة الثقة بينك وبين عملائك في بيع منتجاتك/خدماتك بالأجل؟ بنسبة 71%

في المرتبة الرابعة من حيث الأهمية، تبرز الجوانب المتنوعة/الأخرى في تأثيرها على أعمال الفاعلين خلال مرحلة التيسير. حيث شكلت حالتا عدم وجود وضعف عناصر الجوانب المتنوعة/الأخرى 71% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب المتنوعة/الأخرى، في حين شكلت الحالات المتوسطة والممتازة ما نسبته 29% من إجمالي النسبة المئوية الكلية لنقاط الجوانب المتنوعة/الأخرى. بشكل عام، وبمقارنة النسب المئوية لنقاط الجوانب المتنوعة/الأخرى بمستوياتها المختلفة، يتضح أن أكثر ثلاث نقاط احتياجًا للتدخل، مرتبة حسب الأهمية، هي كما يلي:

- إمكانية الوصول الى سوق المدخلات/الاصول/المواد/الأدوات/منتجات التي تستخدمها في عملك؟ بنسبة 71%

- إمكانية الوصول الى سوق عملائك/ من اجل بيع/تقديم منتجاتك/خدماتك لهم؟ بنسبة 71%
- مهارات العرض والتقديم والترويج لمنتجاتك/خدماتك والتفاوض والاقناع مع العملاء؟ بنسبة 71%

جدول 28 مصفوفة احتياجات القدرة والمهارة لمرحلة التيسير في قطاع العسل بمحافظة حضرموت

تصنيف مصفوفة الاحتياجات	مصفوفة القدرة/المهارة	يوجد/لا اعلم	ضعيف/تناقض	متوسط/معتدل	ممتاز/متزايد	الإجمالي العام
إدارية - تنظيمية	التنظيم والتخطيط وتصميم خطط للتنفيذ المشاريع والمهام في عملك؟	71.4%		14.3%	14.3%	100%
	هيكل تنظيمي لموظفيك وفريق عمل ذات هيكل هرمي واضح ومتسلسل؟	71.4%		14.3%	14.3%	100%
	حسابات مالي ومشتريات وتعاقبات لإدارة مواردك المالية في عملك؟	71.4%		14.3%	14.3%	100%
	التوثيق والأرشيف وحفظ الوثائق والسجلات الخاصة بعملك؟	71.4%		14.3%	14.3%	100%
	التعامل مع الشكاوى والتظلمات ومعالجتها؟	71.4%		14.3%	14.3%	100%
	توفير/استيراد المنتجات للعملاء في حالة نفاذها وفي وقت سريع؟	71.4%		14.3%	14.3%	100%
إدارية - تنظيمية						
فنية - فنية	مهاراتك في تقييم جودة ونوعية المنتجات/الخدمات اثناء البيع او الشراء؟	71.4%		14.3%	14.3%	100%
	مهاراتك في صيانة وإصلاح أجهزة ومعدات وأدوات عملك؟	71.4%		14.3%	14.3%	100%
	اتباعك لنظام للصحة والسلامة المهنية؟ والتعامل مع أخطار/مخاطر العمل؟	71.4%		14.3%	14.3%	100%
فنية - تقنية						
مالية - تمويلية	مستوى رضاك عن أسعار وجودة المدخلات/الاصول/المواد/الأدوات/منتجات في السوق؟	71.4%		14.3%	14.3%	100%
	تقبل الموردين قرضك وثقتهم فيك لشراء المنتجات/المدخلات/الأدوات بالأجل؟	71.4%		14.3%	14.3%	100%
	تقبلك قرض عملائك وقوة الثقة بينك وبين عملائك في بيع منتجاتك/خدماتك بالأجل؟	71.4%		14.3%	14.3%	100%
	مدى تواجد الداعمين والمنظمات والمساعدات في منطقتك؟	71.4%		14.3%	14.3%	100%
	مدى تواجد مؤسسات التمويل في منطقتك؟	71.4%		14.3%	14.3%	100%
مالية - تمويلية						
متنوعة - اخرى	إمكانية الوصول الى سوق المدخلات/الاصول/المواد/الأدوات/منتجات التي تستخدمها في عملك؟	71.4%		28.6%		100%
	إمكانية الوصول الى سوق عملائك/مستفيديك من اجل بيع/تقديم منتجاتك/خدماتك لهم؟	71.4%		28.6%		100%
	مهارات العرض والتقديم والترويج لمنتجاتك/خدماتك والتفاوض والاقناع مع العملاء؟	71.4%		28.6%		100%
	إمكانية استجابتك والتعاون مع الجهات والمنظمات الداعمة في منطقتك وفق الية عملها وبالأجل؟	71.4%		28.6%		100%
	التعامل مع قوانين وتشريعات الدولة في القطاع وتنفيذ الاحكام والمخالفات إذا حدثت؟	71.4%		28.6%		100%
الإجمالي متنوعة - اخرى						
						100%
						10.6%
						18%
						71.4%
						الإجمالي العام

3.9. احتياجات الفاعلين في قطاع العسل

يوضح **الجدول 29** أبرز احتياجات فاعلي الوصول إلى الأسواق لمنتج العسل في محافظة حضرموت. من خلال الجدول، يتضح أن أبرز احتياجات فاعلي مرحلة الإنتاج هي: معدات وأدوات فرز وحفظ العسل، التوسع في زراعة أشجار السدر والمراعي النحلية، دورات تدريبية في مجال الطرق الحديثة لإنتاج العسل، تفعيل الدور الإرشادي والتشريعي لوزارة الزراعة، تفعيل إجراءات الضبط والرقابة على سوق العسل، وتدريب وتوعية المزارعين بمخاطر الرش بالمبيدات على النحل.

وفي المرتبة الأولى من هذه الاحتياجات، أشار فاعلو مرحلة الإنتاج إلى الحاجة لتوفير معدات وأدوات فرز وحفظ العسل، حيث شكل هذا الاحتياج ما نسبته 50% من الاحتياجات الكلية لفاعلي مرحلة الإنتاج. ويحتاج الفرد الواحد في مرحلة الإنتاج في المتوسط إلى وحدة فرز وحفظ عسل واحدة، مع عدم القدرة على المساهمة بأي نسبة من التكاليف الكلية لهذا الاحتياج.

وفي مرحلة التجارة والتصدير، أشار فاعلو مرحلة التجارة والتصدير إلى الحاجة لإقامة دورات تدريبية في مجال الحصول على شهادات الجودة والمواصفات الدولية في التعبئة والتغليف، واشترطات وإجراءات التصدير، وتسهيل طرق نقل العسل إلى الوجهات الخارجية، وإعداد أطلس العسل اليمني، وإقامة المعارض المحلية والمؤتمرات الدولية، وتمكين التحول الرقمي في الترويج والتسويق الإلكتروني للعسل، وتقديم الدعم المالي لشراء جهاز Nuclear Magnetic Resonance للتمكين في الحماية الوطنية لمنتج العسل والحد من ظاهرة الغش.

وفي المرتبة الأولى من هذه الاحتياجات، أشار فاعلو مرحلة التجارة والتصدير إلى الحاجة لإقامة دورات تدريبية في مجال شهادات الجودة والمواصفات الدولية في عمليات التعبئة والتغليف، والاشتراطات الضرورية خلال عمليات التصدير والتسويق الخارجي، حيث شكل هذا الاحتياج ما نسبته 40% من الاحتياجات الكلية لفاعلي مرحلة التجارة والتصدير. ويحتاج الفرد الواحد في مرحلة التجارة والتصدير في المتوسط إلى ثلاث دورات تدريبية، مع إمكانية المساهمة بنسبة 20% من التكاليف الكلية لهذا الاحتياج.

أما في مرحلة الدعم، فقد أشار فاعلو مرحلة الدعم إلى الحاجة لإنشاء مراكز لتصدير العسل، واعتماد التدخلات الرسمية والاشتراطات الصحية والعبوات المناسبة والبطاقات التعريفية للمنتج والعلامات التجارية، وتدريب المنتجين في الإجراءات الصحيحة لإنتاج العسل، وإصدار شهادة للنحالين الممارسين للعمليات الصحيحة للإنتاج للعسل، بالإضافة إلى رفد الجمعيات بالميزانيات التشغيلية والمشاريع للقيام بدورها في قطاع النحل.

وفي المرتبة الأولى من هذه الاحتياجات، أشار فاعلو مرحلة الدعم إلى الحاجة لإنشاء مراكز لتصدير العسل، واعتماد مواصفات واشترطات ثابتة لعبوات العسل، وإصدار بطاقات وعلامات تجارية لمنتجات العسل. وشكل هذا الاحتياج ما نسبته 40% من الاحتياجات الكلية لفاعلي مرحلة الدعم، مع عدم القدرة على المساهمة بأي نسبة من التكاليف الكلية لهذا الاحتياج.

أخيرًا، أشار فاعلو مرحلة التيسير إلى الحاجة لإنشاء نظام إلكتروني وكود مرجعي لعلامة الفحص والجودة، والرفع بجميع الشهادات المرافقة للمنتج من الجهات ذات الاختصاص، وإصدار الرقم المرجعي لكل منتج ووضع بطاقة المنتج. كما أشاروا إلى ضرورة تدريب وتوعية منتجي العسل والمزارعين بأهمية توفير البيئة الآمنة لمنع هلاك النحل من الرش بالمبيدات والاحتطاب للمراعي، وكذلك وضع الأنظمة لمراقبة واردات العسل والحد من استيراد العسل في عبوات أقل من 2 كيلو.

وفي المرتبة الأولى من هذه الاحتياجات، أشار فاعلو مرحلة التيسير إلى الحاجة لإنشاء نظام إلكتروني وكود مرجعي لعلامة فحص جودة العسل. وشكل هذا الاحتياج ما نسبته 35% من الاحتياجات الكلية لفاعلي مرحلة التيسير، مع عدم القدرة على المساهمة بأي نسبة من التكاليف الكلية لهذا الاحتياج.

جدول 29 أبرز احتياجات الفاعلين في قطاع العسل - محافظة حضرموت

مراحل السلسلة	ترتيب وفق الأهمية	وصف الاحتياج	نسبة الاحتياج من كافة الاحتياجات للمرحلة %	التكلفة التقديرية للاحتياج الواحد/ريال يعني (ج)	نسبة المساهمة من الفاعل %	متوسط احتياج الفرد منها	الوحدة
الإنتاج Production	1	دعم النحالين بمعدات وأدوات فرز صحية وحفظ المنتج حديثة لتحسين الانتاج وتقليل تكاليف الإنتاج مع استزراع أشجار السدر والمراعي النحلية	50%	500,000,000	0%	100 شجرة لكل مزارع	شجرة
	2	تدريب النحالين على الطرق الحديثة للتربية وعمليات إنتاجية وتحسين جودة العسل	30%	200,000,000	0%	2	دورة
	3	تفعيل الدور الإرشادي والتشريعي لوزارة الزراعة وإجراءات الضبط الصارمة وتدريب وتوعية المزارعين بمخاطر الرش بالمبيدات على النحل	20%	100,000,000	0%	2	دورة وبروشورات توعوية
التجارة والمعالجة والتصدير Trade, Processing, and Export	1	التدريب والتأهيل والتمكين في الحصول على شهادات الجودة وغيرها ومطابقة المواصفات الدولية في التعبئة والتغليف واشتراطات وإجراءات التصدير وتسهيل طرق نقل العسل للجهات الخارجية، وإعداد أطلس العسل اليمني	40%	300,000,000	20%	3	دورة
	2	إقامة المعارض المحلية والمؤتمرات الدولية محليا والسعي لمشاركة التجار في المؤتمرات الخارجية للعسل، وتمكين التحول الرقمي في الترويج والتسويق الإلكتروني للعسل	35%	200,000,000	20%	10	معرض ومؤتمر
	3	دعم شراء جهاز Nuclear Magnetic Resonance للتمكين في الحماية الوطنية لمنتج العسل والحد من ظاهرة غش العسل	25%	100,000,000	0%	1	أجهزة فحص
الجهات الداعمة Supporters	1	دعم إنشاء مراكز لتصدير العسل واعتماد التدخلات الرسمية والاشتراطات الصحية والعبوات المناسبة والبطاقات التعريفية للمنتج والعلامات التجارية	40%	800,000,000	0%	4	مركز صادرات
	2	التمكين والتدريب للمنتجين وإصدار شهادة للنحالين الممارسين للعمليات الصحية للإنتاج للعسل	35%	300,000,000	0%	2	دورة
	3	رفد الجمعيات بالميزانيات التشغيلية والمشاريع للقيام بدورها والمهام المنوطة بها في قطاع النحل	25%	200,000,000	0%	10	جمعية
الجهات الميسرة Enablers	1	عمل نظام الكتروني وكود مرجعي لعلامة الفحص والجودة والرفع بجميع الشهادات المرافقة للمنتج من الجهات ذات الاختصاص وإصدار الرقم المرجعي لكل منتج ووضع بطاقة المنتج في بطاقة المنتج	35%	200,000,000	0%	1	نظام الكتروني
	2	تدريب وتوعية لمنتجين للعسل والمزارعين وتوفير البيئة الآمنة لمنع هلاك النحل من الرش بالمبيدات والاحتطاب للمراعي وغيرها	35%	100,000,000	0%	2	تدريب وتوعية
	3	وضع الأنظمة لمراقبة واردات العسل والحد من استيراد العسل للعبوات اقل من 2 كيلو	30%	100,000,000	0%	1	نظام

4. مقترح احتياجات الفاعلين في قطاع العسل

استنادًا إلى البيانات الميدانية التي تم جمعها خلال فترة الدراسة، والتي تهدف إلى تحسين أداء قطاع إنتاج العسل والوصول به إلى الأسواق العالمية، ومن خلال تحليل التحديات واحتياجات فاعلي القطاع وآراء النحالين وتجار العسل، بالإضافة إلى الجمعيات التعاونية في محافظة حضرموت، تم التوصل إلى مجموعة من التوصيات والتدخلات التي من المتوقع، إذا تم تنفيذها بشكل مدروس، أن تساهم في تحسين أداء الفاعلين في مراحل الإنتاج والتسويق لقطاع العسل. هذه التوصيات ستساعد في رفع نسبة الأرباح التي يحصل عليها الفاعلون في كل من مرحلة الإنتاج والتسويق على حد سواء، خاصة في ظل غياب دور العديد من الجهات الداعمة، وهو ما يُعتبر من أبرز التحديات التي تواجه القطاع.

ستساهم هذه المقترحات أيضًا في فهم احتياجات الفاعلين في قطاع العسل، وستوفر إرشادات عملية للفاعلين والمسؤولين والمهتمين بهذا القطاع. كما أنها ستعزز الجهود المستقبلية لتنمية قطاع إنتاج وتجارة العسل في الجمهورية اليمنية بشكل مستدام، سواء من حيث كميات الإنتاج أو جودته.

تعتمد فريق الدراسة إلى دراسة مراحل الإنتاج بدءًا من النحالين، بهدف فهم حركة المنتج في القطاع بشكل أوضح، وكذلك فهم جميع الممارسات والمعالجات التي تُجرى والتي تؤثر على المنتج، سواء بشكل سلبي أو إيجابي. كما تهدف الدراسة إلى تحديد أبرز التحديات التي تواجه فاعلي القطاع وسبل معالجتها. بعد ذلك، ركزت الدراسة على المعنيين في تجارة وتصدير العسل، كونهم حلقة الوصل بين السوق المحلي والأسواق الخارجية. ولم تغفل الدراسة عن التكتلات والتعاونيات الزراعية والجهات ذات العلاقة في القطاع الزراعي بشكل عام وقطاع العسل بشكل خاص.

تم وضع المقترحات بشكل تدريجي بدءًا من مرحلة الإنتاج وبناء التنظيم للتكتلات والتعاونيات الزراعية، ثم تلتها مرحلة التجارة والتصدير، حيث تشكل هذه المراحل سلسلة مترابطة يجب معالجة التحديات فيها من جذورها لضمان الاستدامة وتعزيز الجدوى الاقتصادية لكافة المعنيين في القطاع. وفيما يلي أبرز المقترحات المتعلقة بكل مرحلة من مراحل الوصول إلى الأسواق لمنتج العسل.

4.1. مرحلة الإنتاج

كما تم مناقشته في الفصول السابقة من هذه الدراسة، يواجه مربو النحل العديد من التحديات، بعضها يتعلق بالبيئة التنظيمية للقطاع، بينما يتعلق الآخر بتكاليف الإنتاج، والتحديات البيئية، والتسويقية، وغيرها. وفيما يلي أبرز الحلول والمقترحات لمعالجة هذه التحديات:

- **الإرشاد والتوعية والتدريب:** يعاني المنتجون من نقص في العديد من المهارات اللازمة لتحسين أدائهم في الإنتاج، واستثمار الموارد بشكل أمثل. يمكن تحسين مهارات المنتجين من خلال إقامة برامج توعوية وإرشادية، وتنظيم مدارس حقلية وورش تدريبية في مجالات الممارسات الإنتاجية الصحيحة، واستخدام التقنيات والمعدات الحديثة في إنتاج العسل، وتغذية النحل، واستخلاص العسل وفقًا لأعلى المعايير الصحية. بالإضافة إلى ذلك، يجب تنفيذ برامج لحماية النحل من الأمراض والآفات الحيوية التي تهدده. يتعين على المنتجين أيضًا اكتساب مهارات في إدارة مزارع النحل، وحساب تكاليف الإنتاج، وتحسين الإنتاجية، وتقليل الفاقد والتكاليف. هذا سيساهم بشكل كبير في تعزيز القدرة التنافسية للإنتاج في الأسواق العالمية والإقليمية.

- **دراسة الغطاء النباتي وفهم أساليب تغذية النحل:** تتميز مديريات وادي حضرموت بتنوع نباتي كبير يشمل العديد من الأنواع النباتية التي تعد مصادر غنية للرحيق وحبوب اللقاح. من المهم أن يكون النحالون على دراية بهذا التنوع النباتي وخصائص حبوب اللقاح التي ينتجها كل نوع، فضلاً عن معرفة مواعيد الإزهار الدقيقة لكل نوع نباتي. هذه المعرفة تمكنهم من إجراء عمليات فرز العسل في الأوقات المناسبة. من ناحية أخرى، من الضروري أن يكون لديهم الوعي بالمواعيد التي يجب فيها تغذية النحل بالمغذيات، خاصة عندما تكون المراعي فقيرة بحبوب اللقاح، وذلك لضمان الحفاظ على قوة خلايا النحل.
- **تحسين مدخلات إنتاج العسل:** يشمل ذلك تحديث الخلايا والنحل ومركبات التغذية، بالإضافة إلى أدوات الفرز والتعبئة، وكذلك توفير لوازم الصحة والسلامة أثناء الممارسات الإنتاجية. إن تحسين هذه المدخلات سيساهم في زيادة الإنتاجية، وكذلك في إنتاج عسل خالٍ من الملوثات أو الكائنات الحية الدقيقة الممرضة التي قد تنتقل إلى العسل خلال عمليات الفرز أو من عبوات التعبئة والتخزين إذا لم يتم تعقيمها بشكل صحيح.
- **دعم تأطير النحالين في تكتلات إنتاجية:** ستساهم هذه التكتلات التعاونية في تنظيم نشاط النحالين وحماية حقوقهم، كما ستعمل على متابعة الجهات الحكومية والهيئات المعنية في تفعيل قوانين حماية الغطاء النباتي ومنع الاحتطاب. بالإضافة إلى ذلك، ستساهم في تقييد استخدام المبيدات ذات السمية العالية على النحل وتوفير بدائل آمنة لا تؤثر عليه. ستساعد هذه التكتلات أيضاً في تسويق الإنتاج، حيث يمكن لجمعيات النحالين، عبر مختصين تابعين لها، الإشراف على ممارسات النحالين لضمان التزامهم بالممارسات الجيدة للإنتاج (GMP) وشروط صحة الغذاء والتخزين السليم. هذا يمكن أن يمهّد الطريق لحصول الجمعيات على شهادات جودة إضافية مثل ISO 9001، ISO 22000، وHACCP².
- **التشبيك بين الفاعلين في قطاع العسل لتلبية متطلبات السوق الخارجية:** يمكن تحقيق ذلك من خلال إقامة ورش عمل ولقاءات تجمع ممثلين من السلطات والجهات ذات العلاقة مع مجموعات من المنتجين وعدد من الفاعلين في تسويق العسل محلياً وخارجياً، بالإضافة إلى التكتلات والتعاونيات الزراعية. تهدف هذه اللقاءات إلى توضيح متطلبات الإنتاج التي يجب أن يتوافق معها منتج العسل للحصول على التصاريح اللازمة للتصدير. كما تتيح الفرصة للمصدرين والتجار لطرح عروضهم على المنتجين الذين يمكنهم الالتزام بالحد الأدنى من متطلبات التصدير. يمكن أن يتطور هذا التعاون إلى تنفيذ اتفاقيات تسويقية، بما يعرف بالزراعة التعاقدية، التي تساهم في تسويق الإنتاج بسهولة أكبر وتضمن للتجار والمصدرين حصولهم على كميات شبه ثابتة من الإنتاج السنوي، ما يغطي التزاماتهم مع العملاء والأسواق.
- **تسهيل التمويل الزراعي:** سيساعد حصول النحالين على منح أو قروض ميسرة بدون فوائد في التوسع في الإنتاج واستخدام الأدوات والمعدات المناسبة لرفع الإنتاجية وتحسين الجودة. سيكون لذلك تأثير إيجابي خاصة إذا كانت هذه المنح أو القروض موجهة لتلبية احتياجات المزارعين وفقاً لنظم الزراعة الحديثة، بدلاً من النظم التقليدية. يمكن للتعاونيات والجمعيات الزراعية أن تساهم في توفير الضمانات المناسبة للمزارعين المنتسبين إليها. يجب أن تتوافق هذه الاستراتيجيات مع استراتيجيات أخرى تسهل عملية التسويق والبيع للإنتاج. إذ أن توسيع الإنتاج وضح القروض أو المنح للمزارعين سيساهم في زيادة الإنتاجية، ولكن سيظل هذا الإنتاج بلا فائدة إذا لم توجد قنوات فعالة لتصريف وبيع الإنتاج.
- **تعزيز ممارسات جمع وتعبئة العسل:** تلعب ممارسات جمع العسل وتعبئته دوراً هاماً في تحسين قدرة

العسل على التخزين، وتحمل النقل والتوزيع، مما يزيد من قدرة التجار المصدرين على تسويق وبيع العسل. من أبرز هذه الممارسات تجنب تلوث العسل بأي شوائب أو كائنات حية دقيقة ممرضة، بالإضافة إلى تقليل محتوى العسل من الرطوبة. من المهم أيضًا تجنب تعريض العسل لظروف مناخية قاسية مثل الحرارة العالية أو التعرض المباشر للأشعة الشمسية. كما يجب تعبئة العسل في عبوات غذائية مصنعة من مواد صحية وأمنة تتناسب مع معايير تعبئة العسل.

- **دعم برامج التحسين الوراثي لسلاسل النحل:** تساهم هذه البرامج في تحسين كفاءة النحل في إنتاج العسل، كما أنها تساعد على تعزيز قدرة النحل في مقاومة الظروف المناخية الصعبة، مثل ارتفاع درجات الحرارة. بالإضافة إلى مقاومة الأمراض والأعداء الحيوية التي تهدد صحة النحل.
- **دعم إعداد وإصدار أطللس المراعي والكتيبات الإرشادية والتوعوية:** سيساعد هذا في توجيه النحالين لاختيار المناطق المناسبة لتربية النحل بناءً على نوع الغطاء النباتي السائد ومواعيد إزهار الأنواع النباتية المختلفة في كل منطقة. كما سيتم إعداد نشرات توعوية وكتيبات مصورة تسهل على النحالين فهم المعلومات وزيادة وعيهم وتحسين إنتاجهم.
- **دعم مشاريع زراعة أشجار السدر وأشجار المراعي الأخرى:** يمكن الاستفادة من التجارب العالمية في مجال زراعة الأراضي القاحلة والشبه قاحلة وضياف الوديان بأنواع مختلفة من الأشجار التي توفر الرحيق وحبوب اللقاح للنحل. ويجب دراسة الأنواع التي سيتم زراعتها بحيث تختلف مواعيد إزهارها لتوفير مصادر الرحيق وحبوب اللقاح على مدار العام، ما يساهم في إنتاج عسل ذو مصدر واحد في كل مرة يزهر فيها نوع من هذه الأشجار.
- **تعزيز وتشجيع إنتاج وتسويق منتجات النحل الثانوية:** مثل شمع النحل، وغذاء الملكات، وحبوب اللقاح، التي تدخل في الصناعات الدوائية والعلاجية أو تستخدم كمكملات غذائية. مما يزيد من القيمة الاقتصادية لقطاع النحل.

4.2. مرحلة الدعم والتيسير "الجمعيات، التعاونيات، المنظمات، المؤسسات"

ما يميز الفاعلين في هذه المرحلة من سلسلة قيمة العسل هو أنهم مؤسسات أو جهات تطوعية خيرية لا تنتظر أي مقابل من أنشطتها التنموية في قطاع العسل. حيث تعود جميع عائدات هذه الأنشطة إما للمنتجين على شكل خدمات مقدمة أو تسهيلات للحصول على الخامات أو المنتجات أو تسويق وتنظيم الإنتاج، أو للتجار على شكل تقديم خدمات الربط بين المنتجين والتجار، وتسهيل حصولهم على إنتاج عالي الجودة وبالكميات المطلوبة. وفي حضرموت، توجد بعض التكتلات التي تعمل في قطاع العسل، إلا أن هذه التكتلات بحاجة إلى مزيد من التطوير والتحسين وزيادة عددها لتلبية تطلعات قطاع إنتاج العسل في اليمن. وفيما يلي بعض التوصيات التي اقترحها فريق الدراسة:

- **دعم تشكيل التكتلات التعاونية وتعزيز مفهوم العمل الجماعي:** سيجسّن هذا الأمر من إمكانيات وصول المنتجين إلى الخدمات والخامات والأدوات الحديثة اللازمة للإنتاج. بالإضافة إلى أن الجمعيات التعاونية يمكن أن تساهم في أعمال التسويق والتوزيع والتعاقد مع المصدرين والتجار، وتجهيز الإنتاج بالشكل الذي يلبي متطلبات التصدير والأسواق المستهدفة.
- **تنشيط ودعم دور هيئة الأبحاث الزراعية بوادي حضرموت:** لتنفيذ التجارب المختلفة في تحسين إنتاج العسل من خلال اختبار أنواع المغذيات المختلفة والممارسات الأفضل لتقليل نسب الإصابة بالأمراض والطفيليات ومكافحة آفات النحل. وكذلك في جوانب تربية النحل وتحسين السلالات وغيرها من الجوانب التي تساهم في تحسين إنتاج العسل ورفع الإنتاجية وتقليل التكاليف. كما يمكن أن تساهم هيئة الأبحاث في مجال مراعي النحل، وإصدار أطلس المراعي كدليل للنحالين وتحسينها وحماية المراعي عبر إصدار التوصيات المناسبة للحفاظ عليها. ومن ناحية أخرى، يمكن التوصية بإكثار أنواع مميزة من الأشجار التي توفر مصدراً غنياً بالرحيق وجوب اللقاح، والتعاون مع الهيئة لإصدار أطلس المراعي، وجدولة مواعيد الإزهار والمواسم المناسبة للقطف، وما إلى ذلك من جوانب تساهم في تحسين بيئة العمل في قطاع العسل.
- **تمكين التكتلات التعاونية والجمعيات الزراعية لتسويق العسل:** يمكن أن تلعب الجمعيات دوراً هاماً في تسويق العسل عبر إنشاء آلية لاستلام وتعبئة وبيع العسل تضمن حقوق كل من النحالين في الحصول على أسعار عادلة، وفي نفس الوقت تضمن للتجار والمصدرين توفير عسل غير مغشوش ولا مخلوط، ومعبأ وفق معايير عالية الجودة وتطابق متطلبات الجودة في الأسواق الإقليمية والعالمية وبأسعار معقولة تتناسب مع تكاليف الإنتاج. ويتم تسويق الإنتاج تحت علامة تجارية مسجلة باسم المؤسسة، وتُسجل عليها بيانات المنتج وتاريخ الإنتاج وفترة الصلاحية وأي معلومات أخرى تشرطها الهيئة العامة للمواصفات والمقاييس أو هيئات الغذاء والدواء في الدول التي يتم التصدير إليها. يمكن أيضاً اتباع الآلية التي تتبعها نقابة النحالين الأردنيين، والتي تقدم خدمات التعبئة والفحص والتسويق، وأيضاً تتبع المنتج عبر كود تسلسل خاص (QR code) بكل كمية تتضمن كل معلومات الكمية مثل بيانات النحال، موسم الإنتاج، نتائج الفحص، وغيرها من المعلومات. كما يمكن دعم هذه التكتلات بإرسال كوادرها إلى دول الجوار للحصول على تدريبات خاصة في هذا المجال لنقل وتبادل الخبرات. والصور أدناه مثال على خطوات إنتاج العسل لنقابة النحالين الأردنيين.



صورة 9 توضح خطوات استلام وفحص العسل (المصدر: صفحة نقابة النحالين الاردنيين على منصة Facebook)

- **دعم التكتلات التعاونية والجمعيات الزراعية بالأصول الإنتاجية:** والتي ستساعد على تجهيز الإنتاج بالشكل المطلوب والمناسب للتصدير. وتتمثل هذه الأصول بمعدات الفرز، وأجهزة الفحص، ومستودعات مهيئة لاستقبال الإنتاج والتخزين، وأجهزة التعبئة الآلية، وعبوات التعبئة المخصصة للعسل التي تتطابق مع متطلبات صحة وسلامة الغذاء، وشاحنات نقل خفيفة للنقل والتوزيع. ويمكن أيضاً توفير شاحنات نقل متوسطة لتقديم خدمات للنحالين أثناء تنقلهم بين المراعي في المناطق المختلفة برسوم مناسبة. ويمكن دعم الجمعيات بورش نجارة مهيئة لتصنيع خلايا النحل الحديثة التي تباع للنحالين بتكاليف التصنيع لتسهيل عملية التوسع وزيادة عدد الخلايا. وكل هذه الأنشطة التي ستقدمها الجمعية أو المؤسسة التعاونية ستعود بشكل أو بآخر بالنفع على النحالين بالاستفادة من هذه الخدمات، وفي نفس الوقت ستوفر مصاريف التشغيل للجمعية من عائدات تقديم هذه الخدمات.
- **دعم التكتلات الإنتاجية لتنفيذ مشاريع تحسين مراعي النحل والحفاظ على الغطاء النباتي:** بالتعاون مع منظمات المجتمع المحلي والمنظمات الدولية، وبالتعاون مع الجهات البحثية والأكاديمية، يمكن تمويل الجمعيات والتكتلات التعاونية لإنشاء مشاتل متخصصة في إنتاج شتلات النباتات الحراجية ونباتات المراعي التي تعتبر مصدراً غنياً لحبوب اللقاح والرحيق مثل السدر والطنب والطلح والضبي وغيرها من النباتات التي يوصى بزراعتها من قبل المختصين في إنتاج العسل وهيئة البحوث الزراعية. بعد إنشاء المشتل، يمكن وضع آلية لتوفير الموازنة التشغيلية للمشتل من الرسوم التي يمكن أن يدفعها المنتسبون للنقابة كرسوم فحص وتسويق لمنتج العسل وتقديم الخدمات الأخرى.

- **دعم الشراكة بين المانحين والتكتلات التعاونية:** من أجل تحسين وصول المنظمات والمانحين إلى النحالين وزيادة كفاءة المشاريع التنموية وتحسين مدخلاتها والأثر المستدام لها. إذ يمكن أن تساهم الجمعيات بالتخطيط والتنفيذ والتوزيع للمنح والمساعدات المالية والعينية أو التدريبية للنحالين، وضمان وصولها للعاملين في قطاع إنتاج العسل دون تحيز أو توجيهها لأفراد ليس لهم علاقة بالقطاع.
- **التخطيط الجيد لمواسم الإنتاج:** وذلك من خلال توزيع النحالين في المراعي وفق آلية تتناسب مع القدرة الرعوية للنحل، لما في ذلك أهمية قصوى في تحسين جودة العسل وتنوع الإنتاج، وتجنب التغذية السكرية التي تؤثر سلباً على جودة العسل وتزيد من نسبة السكر في العسل بسبب ضعف المراعي.
- **تمثيل المنتجين أمام المصدرين في الاتفاقيات والزراعة التعاقدية وتوحيد أسعار البيع:** هذا يمكن جميع الأطراف في الإنتاج والتسويق من الحصول على أسعار شبه ثابتة للبيع والشراء وفق معايير محددة للإنتاج والجودة. إن اتباع خطة لتوحيد السعر أو تقليل التقلبات السعرية ستساهم في دخول منتج العسل اليمني إلى أسواق الخليج وغيرها من الأسواق بكفاءة أعلى وانتشار أوسع. وستساهم في زيادة صادرات العسل اليمني وتعزيز مكانته كمنتج غذائي رائد في المنطقة.
- **تفعيل دور الجهات الحكومية المعنية بإصدار تصاريح التصدير وشهادة المنشأ:** يتضمن ذلك زيادة ثقة هذه الجهات لدى الدول المستهدفة للتصدير إليها، وذلك بهدف تسهيل وصول المنتج إليها دون تأخير أو عرقلة في المنافذ والموانئ. يمكن ذلك من خلال عقد ورش عمل مشتركة مع الجهات المعنية في البلدان التي تستورد العسل من اليمن، وتوقيع اتفاقيات دولية تضمن فيها الجهات المعنية اليمنية التزامها بالآليات المعتمدة لتقييم الإنتاج ومنح الشهادات وفق هذه الآلية بشفافية وبدون تحيز. ويجدر الإشارة إلى مختلف الأدوار التي يمكن أن تلعبها الجهات والمؤسسات الحكومية والمختلطة مثل هيئة ضبط الجودة والمقاييس، ومعامل الفحص الغذائية التابعة للحكومة، ووزارة الزراعة أو الصحة، وغرفة الصناعة والتجارة، وجمعيات المصدرين، ومصلحة الجمارك.
- **التدريب والتأهيل:** خصوصاً للتعاونيات الزراعية في مجالات العمل الإداري والمؤسسي، وعمل الدراسات والتخطيط والتنظيم، وإعداد الاستراتيجيات وصياغة اللوائح والنظام الداخلي للجمعية، وتجديد التصاريح بشكل دوري، وإجراء الاجتماعات الدورية واجتماعات الجمعية العمومية، وإجراء انتخابات مجلس رئاسة الجمعية. يمكن أيضاً تهيئة الجمعيات لتكون شريكاً منفذاً للدراسات الميدانية والمشاريع التنموية الممولة من الجهات المانحة والداعمة للقطاع الزراعي، ومصدراً للمعلومات الزراعية الدقيقة عن الموارد المتاحة والقوة البشرية والخبرات المتوفرة لتحقيق الاستفادة الكاملة من الموارد.
- **دعم وتأهيل التكتلات والتعاونيات الزراعية والجهات الداعمة للقطاع بشهادات الاعتماد الدولية:** مثل شهادات الآيزو 9001، والآيزو 22000، والهاسب HACCP التي تعزز ثقة هذه المؤسسات لدى الجهات والأفراد في الدول المصدر لها. يمكن أيضاً دراسة إمكانية حصول جمعيات المنتجين على شهادات معتمدة متخصصة مثل شهادة الممارسات الزراعية الجيدة GAP التي تعطي ثقة أكبر عن سلامة المنتج، وتزيد من فرص التسويق في مختلف الأسواق الإقليمية والدولية.
- **دعم الجهات الحكومية والتنفيذية لتفعيل قوانين حماية المراعي والبيئة الطبيعية:** إذ يتسبب التحطيب الجائر بخسائر كبيرة في مراعي النحل، ويتم قطع أشجار السدر وغيرها من أشجار المراعي الغنية بحبوب اللقاح والحريق، واستخدام خشبها كوقود بديل للغاز الطبيعي المستخدم في منازل المواطنين للطهي. يمكن

معالجة ذلك من خلال توفير الغاز المنزلي كبديل مناسب للحطب، ومنع قطع الأشجار والاتجار بها، وتفعيل دور النقاط الأمنية بتوقيف شحنات الحطب التي تمر من الطرق العامة، ومصادرة الأشجار المقطوعة، واتخاذ الإجراءات القانونية المناسبة في حق من قام بقطع الأشجار.

- **دعم الجهات الحكومية والتنفيذية لتفعيل قوانين الحد من استخدام المبيدات عالية السمية:** خصوصاً تلك التي تكون سامة على النحل، والإشراف على توزيعها وبيعها للمزارعين. كما يمكن التنسيق مع منتجي العسل والمعنيين في قطاع العسل عند تنفيذ حملات وقائية أو مكافحة ضد الحشرات والآفات الزراعية والجراد، لاتخاذ الإجراءات اللازمة من النحالين المتواجدين في مناطق المكافحة حفاظاً على خلايا النحل من النفوق، وما يترتب على ذلك من نقص أعداد النحل نتيجة التعرض غير المقصود للمواد السامة التي تستخدم للقضاء على الآفات الزراعية.
- **دعم الجهات المعنية بالحكومة لتفعيل آلية حماية الإنتاج المحلي:** ومنع خلط العسل المستورد مع العسل البلدي وإعادة بيعه على أنه عسل بلدي، أو حتى إعادة بيعه كمنتج بلدي دون أن يخلط مع العسل البلدي، وضبط عملية التصدير وفق آلية تضمن أن العسل المصدر من اليمن هو 100% يمني ومن مصادر موثوقة. ستساعد في ذلك أيضاً توفير بعض الأجهزة التي تساعد على كشف العسل المغشوش أو المخلوط، ووضع مواصفات خاصة بالعسل اليمني تساعد على كشف أعمال الخلط أو الغش في العسل.
- **تفعيل المعارض والمهرجانات الدورية لتعزيز تسويق العسل البلدي:** ونشر ثقافة استهلاك العسل المحلي وزيادة الطلب عليه محلياً وخارجياً، من خلال إقامة المعارض الدولية التي تستقطب تجاراً من جميع أنحاء العالم، ويتم فيها توعية المستهلكين بالأهمية الغذائية للعسل والأنواع المختلفة منه.

4.3. مرحلة التجارة والتصدير

يلعب التجار والمصدرون دوراً لا غنى عنه في قطاع العسل، فهم حلقة الوصل بين المنتجين والمستهلكين في مختلف الأسواق الإقليمية والدولية. يبذلون جهوداً كبيرة في سبيل وصول منتج العسل اليمني إلى الأسواق المحلية في الدول المستوردة بصورة سليمة قابلة للاستهلاك، وفي الوقت نفسه منافسة لمنتجات العسل الأخرى القادمة من بلدان أخرى من حيث الجودة والطعم والتغليف، وأيضاً السعر. فيجب على المصدر أن يدرك أنه ليس المصدر الوحيد للعسل في العالم، وأن هناك عشرات البلدان التي تمتلك كميات من العسل الفائض عن استهلاكها وتبحث عن تسويقه في الأسواق العالمية بأسعار منخفضة. وهذا بحد ذاته تحدٍ كبير يواجه المصدرين في ظل ظروف شحن وتخزين قد تكون في بعض الأحيان صعبة أو مرتفعة التكاليف، بالإضافة إلى بنية تحتية ضعيفة في الداخل اليمني، ومتطلبات عالية لمعايير الجودة وصحة الغذاء في البلدان المصدر إليها.

بالإضافة إلى ذلك، فإن منتج العسل هو المنتج الثالث في الغش عالمياً بعد الحليب وزيت الزيتون، إذ إن نصف عسل العالم مغشوش، وقد يكون مخلوطاً مع مواد شبيهة بالعسل. ويوضح المختصون في قطاع العسل أن هذا الأمر يسبب خسائر مادية كبيرة للقطاع ويهدد بالقضاء على مهنة تربية النحل وإنتاج العسل (الخازم، 2023). وهذا ما يحتم على تجار ومصدري العسل أن يتبعوا منهجية واضحة وشفافة في تجارة العسل، وتحمل مسؤولية الترويج للعسل اليمني بمهنية عالية، ووضع المصالح الشخصية ومصالح قطاع العسل على نفس المستوى من الأهمية.

في نفس السياق، فإن ارتفاع الطلب في البلدان المجاورة لليمن وتوفر قدرة شرائية قوية للمستهلكين في بلدان الجوار، وتوفر شبكة طرق وبنية تحتية قوية في هذه البلدان، يعطي فرصاً قوية للمصدرين اليمنيين لتصدير العسل اليمني إلى

أسواق الخليج وغيرها من الأسواق، إذا ما تمكنا من التغلب على العقبات والتحديات التي تواجههم. ويمكنهم الاستفادة من عائدات تصدير وبيع العسل، بما في ذلك من عائدات مجزية لتوفير العملة الصعبة وزيادة الناتج القومي المحلي.

وكما تم الحديث عنه في بداية هذه التوصيات، فقد تم بناء التوصيات تدريجياً من أول مرحلة الإنتاج لضمان مخرجات إنتاج عالية الجودة من محصول العسل، ومطابقة للمواصفات القياسية الصحية في الأسواق المستهدفة، وبأسعار مناسبة تسمح للمصدرين بالحصول على ميزة تنافسية وهامش تسويقي جيد في أسواق التصدير. فإن التوصيات التالية لهذه المرحلة، وهي مرحلة التجارة والتصدير، هي استكمال لبقية حلقات سلسلة قيمة العسل حتى يتمكن من معالجة كامل الفجوات والتحديات في قطاع العسل وصولاً إلى المستهلك النهائي. ولن يكون هناك أثر فعال ومستدام من تنفيذ إصلاحات أو معالجات في مرحلة معينة دون الأخرى. كما أن التوصيات أدناه، والمعنية بمرحلة التجارة والتصدير، لن تكون ذات فعالية إذا ما تجاهلنا التوصيات السابقة لبقية الفاعلين في القطاع في مرحلة الإنتاج والجهات الداعمة والمؤسسات الحكومية. يمكن وصف أهم التوصيات لهذه المرحلة كما يلي:

- **الدعم الفني والتدريب والتأهيل:** يشمل الجوانب المالية والفنية والتسويقية، وبناء العلامات التجارية ومتطلبات التصدير، والظروف المثالية للتخزين والنقل. ويشمل ذلك أيضاً دعم المصدرين للحصول على شهادات الاعتماد الدولية مثل شهادة الممارسات الجيدة في التصنيع (GMP)، شهادة الأيزو 9001، الأيزو 22000، HACCP، بالإضافة إلى الدعم الفني للحصول على شهادات المنشأ للمنتج، وفحوصات الجودة الخاصة بالعسل، والتأكد من خلوه من الغش أو الخلط. كما يتم تقديم الإرشاد للمصدرين حول متطلبات وشروط الوصول إلى الأسواق الأجنبية الإقليمية والدولية من خلال نشرات إرشادية توضح الحد الأدنى من متطلبات دخول منتج العسل إلى هذه البلدان.
- **تقديم الدعم الفني للمصدرين في كيفية إجراء الدراسات السوقية وبناء العلامة التجارية:** يهدف ذلك إلى تقييم الفرص المتاحة في الأسواق المستهدفة ودراسة الميزات التنافسية للمنتج المحلي، خصوصاً أن منتج العسل اليمني يتميز بالجودة العالية والقيمة الغذائية والعلاجية المرتفعة، وخاصة العسل أحادي المصدر مثل عسل السدر الذي يشتهر في دول الخليج العربي بجودته وقيمته الغذائية العالية. كما يتم تحديد كيفية تسويق العسل وبناء علامة تجارية موثوقة لدى المستهلك في الأسواق المستهدفة.
- **دعم تسهيل حصول التجار والمصدرين على الوثائق والتصاريح اللازمة للتصدير:** يشمل ذلك التعاون مع الجهات المعنية المحلية لتسهيل حصول التجار على التصاريح بدون قيود أو تحديات، ما لم تخل تلك التصاريح بشروطها. كما يتم العمل مع الجهات المعنية في البلد المستورد لتسهيل عبور منتجات العسل عبر المنافذ بشكل أسرع وأسهل، من خلال توفير الاتفاقيات الدولية.
- **تعزيز الثقة بين المصدرين والتكتلات الإنتاجية وإنشاء الاتفاقيات الرسمية واتباع نهج الزراعة التعاقدية:** هذا يمثل الوجه الآخر للتوصية التي ذُكرت في مرحلة الدعم. يجب أن يعرف المصدرون حقوقهم وواجباتهم في هذه الاتفاقيات والعقود، وكيف يمكن أن تساعد على الحصول على كميات كبيرة من الإنتاج عالي الجودة والمطابق للمواصفات القياسية بأسعار محددة متفق عليها مسبقاً. مما يساهم في تسهيل

إجراءات التصدير، وتعزيز الميزة التنافسية لمنتجاتهم في الأسواق الخارجية التي تشهد منافسة من العسل المستورد من مختلف البلدان.

- **دعم التجار والمصدرين بالأصول الإنتاجية المساعدة في تصدير العسل:** يشمل ذلك توفير مكائن التعبئة والتغليف، أجهزة فحص جودة العسل، مستودعات التخزين المجهزة أو المبردة حسب احتياج المنتج، وشاحنات النقل التي تتناسب مع متطلبات نقل العسل. بالإضافة إلى الدعم التقني في مجال التسويق الإلكتروني والبحث عن عملاء ومشتريين في الأسواق الخارجية عبر شبكة الإنترنت لتحسين وصولهم إلى أسواق أوسع وعملاء جدد.
- **دعم إنشاء سوق مركزي لتسويق وتصدير العسل اليمني:** يجب أن يكون السوق في منطقة التقاء بين مناطق الإنتاج ومنافذ التصدير البحرية أو البرية. سيساعد هذا السوق في التقاء أطراف المصلحة من المنتجين والجمعيات الإنتاجية والمصدرين والتجار. ويمكن أن يكون السوق مزودًا بمجموعة من الخدمات مثل المخازن، مكائن التعبئة، معامل فحص العسل، معامل تعقيم الشحنات، وإصدار تصاريح التصدير التي يمكن أن تُديرها الجهات المعنية لتسهيل حصول التجار والمصدرين على كل ما يحتاجونه من مكان واحد.
- **تأطير المصدرين والتجار ضمن تكتلات نقابية أو اتحادية:** يهدف هذا التكتل إلى معالجة التحديات التي تواجه المصدرين وتعزيز علاقتهم بباقي التكتلات التعاونية في قطاع العسل. كما يمكن أن يكون لهذا التكتل دور في تسويق منتجات العسل اليمني في الأسواق الإقليمية والدولية، والمشاركة في معارض الغذاء والزراعة الدولية والعمل على زيادة صادرات اليمن من العسل. يمكن لهذا التكتل إنشاء مكتب تسويق إقليمي بهدف البحث المستمر في السوق، ورصد وتحليل الطلب والعرض في الأسواق العالمية، ووضع الخطط التسويقية السنوية وتطوير استراتيجيات التوزيع والترويج باستخدام الميزة التنافسية للعسل اليمني.
- **دعم تجار ومصدري العسل بالأصول الإنتاجية:** تتمثل هذه الأصول في معدات الفرز، أجهزة الفحص، مستودعات مهيئة لاستقبال الإنتاج والتخزين، أجهزة التعبئة الآلية، وعبوات التعبئة المخصصة للعسل التي تتطابق مع متطلبات صحة وسلامة الغذاء. أيضًا تشمل الشاحنات الخفيفة للنقل والتوزيع.
- **توفير المعلومات والتسهيلات اللازمة لمشاركة التجار والمصدرين في معارض العسل الدولية:** تقام سنويًا في العديد من الدول مهرجانات ومعارض دولية كبيرة للعسل، يلتقي فيها كبار منتجي العسل والمصدرين من جميع أنحاء العالم. وهذه فرصة كبيرة للمصدرين اليمنيين لبناء علاقات جيدة وفتح نوافذ تسويقية جديدة لتحسين تسويق العسل.
- **وضع خطة لتشجيع التجار على تصدير العسل كمنتج نهائي:** حاليًا، يتم تصدير معظم الكميات في عبوات غير مخصصة وبدون أي معلومات غذائية وسعة كبيرة تصل إلى 7 كيلو من العسل في العبوة الواحدة. هذه الكميات تُعامل في البلدان المستوردة كخام يعاد إنتاجه وتعبئته ثم التوزيع والبيع. لذلك، فإن تعزيز إمكانيات المصدرين في تعبئة وتغليف المنتج بشكل نهائي سيساهم في زيادة أسعار البيع وبناء علامة تجارية موثوقة لدى المستهلك الأجنبي.

إن نجاح سلسلة القيمة لمنتج معين لا يعتمد بشكل أساسي على أحد الفاعلين فيها، وإنما يعتمد على مدى تحقيق

جميع الفاعلين في سلسلة القيمة لمنفعة عائدة تضمن لهم الاستمرار والجدوى الاقتصادية. ولذلك، فإن تحقيق أحد الفاعلين لفائدة كبيرة على حساب الآخرين قد يؤدي إلى توقف أو خلل في القطاع وتدهور الإنتاج. ومن هذا المنظور، عمل فريق الدراسة على تشخيص قطاع العسل في كافة مراحل الإنتاج للخروج برؤية واضحة تساعد على صياغة توصيات شاملة. وإذا تم تطبيق هذه التوصيات وفق خطة مدروسة، فإنها ستساهم في تحسين وتعزيز إنتاج العسل ومنتجاته الأخرى 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.
- Khanbash, M. S. (2003). "Development of Beekeeping in Yemen . Apiculture of yemen No.1 Honeybee Center." Hadhramout University.
- الاحصاء-الزراعي (2021). "كتاب الاحصاء الزراعي السنوي." وزارة الزراعة والري - الجمهورية اليمنية.
- البيدي، خ. ر. and ع. م. احمد (2015). "دراسة اقتصادية للعوامل الملوثة بلع إنتاج العسل في مدينة طرابلس." كلية الزراعة - جامعة طرابلس: 9-23.
- الهيئة العامة للغذاء والدواء (المملكة العربية السعودية). "دليل إنتاج وتداول واستيراد العسل ومنتجات النحل."
- بنين، ع. (2020). "مطبوعة في مقياس دراسة السوق." كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم - التسيير - وزارة التعليم العالي والبحث العلمي - جامعة لونيبي علي.
- خنبش، م. س. (2005). "النحالة اليمنية - العسل اليمني." مركز نحل العسل والنخيل والتمور - جامعة حضرموت - سيئون.
- خنبش، م. س. (2021). تربية النحل في حضرموت, معهد العمران للدراسات وبناء القدرة.
- خنبش، م. س. and م. ح. ا. المداني (2005). "دراسة بيئية لاهم مراعي النحل في اليمن." مركز نحل العسل - جامعة حضرموت للعلوم والتكنولوجيا.
- غرفة التجارة والصناعة-بوادي-حضرموت-والصحراء (2023).
- قمره، س. ع. ا. (2013). "دراسة إقتصادية لإنتاج وإستهلاك عسل النحل في مصر" مجلة الإسكندرية للعلوم الزراعية **58**(3): 419-431.
- موقع مجلة وطن السعودي "https://www.alwatan.com.sa/article/1131311"

الملحقات

نص المشكلة	سبب المشكلة	أثر المشكلة	الحل المقترح	المسؤول عن الحل	تكرارية المشكلة
مرحلة الانتاج					
نص المشكلة (م)	سبب المشكلة (م)	اثر المشكلة (م)	الحل المقترح (م)	المسؤول عن الحل (م)	COUNTA من نص المشكلة (م)
ارتفاع أسعار المشتقات النفطية	ضعف دور الدولة	تقلب الأسعار وعدم استقرارها	تحقيق الاستقرار الشامل في البلاد	الدولة	1
	ضعف تدابير الرصد والمراقبة والضبط في المنافذ	ارتفاع أسعار مدخلات الإنتاج	تخفيض اسعار المشتقات النفطية	الدولة	1
		ارتفاع أسعار مدخلات الإنتاج	تحقيق الاستقرار الشامل في البلاد	الدولة	1
الإجمالي ارتفاع أسعار المشتقات النفطية					
3					
نفوق النحل وتناقص عدد خلايا النحل	الأمراض والآفات التي تصيب النحل	انخفاض إنتاجية النحل من العسل	تفعيل الدور الإرشادي والتشريعي لوزارة الزراعة والضبط الصارم لمن يخالف تلك الإرشادات والتشريعات	وزارة الزراعة والجمعيات مع النحالين	1
الإجمالي نفوق النحل وتناقص عدد خلايا النحل					
1					
ندرة المراعي خلال فترة الصيف	تغير المناخ	جفاف الأرض وموت الأعشاب والأشجار ونقص المراعي	تنظيم وإدارة المراعي المنتشرة في البلاد	التغيرات المناخية وإدارة المراعي بوزارة الزراعة	1
الإجمالي ندرة المراعي خلال فترة الصيف					
1					
صعوبات التنقل لمربي النحل(النحالين)	ارتفاع أسعار المشتقات النفطية	ارتفاع أسعار مدخلات الإنتاج	تخفيض اسعار المشتقات النفطية	الدولة	1
الإجمالي صعوبات التنقل لمربي النحل(النحالين)					
1					
تقطع الطرقات	الوضع الغير المستقر في البلاد	صعوبة التنقل والوصول إلى مناطق المراعي في البلاد	تحقيق الاستقرار الشامل في البلاد	الدولة	1
الإجمالي تقطع الطرقات					
1					
النزاعات بين النحالين والمزارعين	تواجد النحالين في أراضي المزارعين وبالقرب من القرى وتأثيرهم على النحل المحلي	صعوبة التنقل والوصول إلى مناطق المراعي في البلاد	تفعيل دور الجمعيات والأعراف الاجتماعية وضبط هذه العلاقة بتشريعات وقوانين منظمة لها	السلطة المحلية وجمعيات النحالين والمجتمع الريفي	1

1	الإجمالي النزاعات بين النحالين والمزارعين
8	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)
العملة غير مستقرة	الوضع غير المستقر في البلاد	ارتفاع الأسعار وتصبح الأسواق ضعيفة وغير آمنة للاستثمار والنشاط التجاري	تحقيق الاستقرار العام في البلاد	الدولة	3
ضعف دور الدولة		ارتفاع الأسعار وتصبح الأسواق ضعيفة وغير آمنة للاستثمار والنشاط التجاري	استقرار أسعار العملات	الدولة	1
		ارتفاع الأسعار	استقرار العملة المحلية	الدولة	1
الإجمالي العملة غير مستقرة					
5					
العسل المغشوش	ضعف الرقابة على الأسواق	تراجع سمعة العسل واهتزاز ثقة المستهلك به	منع بيع وتسويق العسل المغشوش بشكل صارم	الجمارك والسلطات الأمنية في الدولة	4
		انخفاض الطلب على الصادرات	منع بيع وتسويق العسل المغشوش بشكل صارم	الجمارك والسلطات الأمنية في الدولة	1
الإجمالي العسل المغشوش					
5					
عدم وجود شهادات المنشأ وشهادات التصدير	عدم التنسيق والتعاون مع الغرف التجارية والمنافذ	تأخر وتكدس العسل في منافذ التصدير	التزام الجمعية بالتعاون والتنسيق مع غرف التجارة والصناعة ومنافذ التصدير	الجمعية مع الدولة والغرف التجارية	1
	عدم وجود لوائح وتشريعات لتنظيم وتسهيل عملية التصدير	تأخر وتكدس العسل في منافذ التصدير	التزام الجمعية بالتعاون والتنسيق مع غرف التجارة والصناعة ومنافذ التصدير	الجمعية مع الدولة والغرف التجارية	1
	عدم اعتماد بعض الشهادات	تأخر وتكدس العسل في منافذ التصدير	التزام الجمعية بالتعاون والتنسيق مع غرف التجارة والصناعة ومنافذ التصدير	الجمعية مع الدولة والغرف التجارية	1
الإجمالي عدم وجود شهادات المنشأ وشهادات التصدير					
4					
نقص السيولة المالية	عدم استقرار السوق	انخفاض نسبة المبيعات	استقرار العملة المحلية	الدولة	1
	ضعف وتدهور العملة المحلية	تقلب الأسعار وعدم استقرارها	استقرار العملة المحلية	الدولة	1

1	الجمعية مع الدولة والغرف التجارية	التزام الجمعية بالتعاون والتنسيق مع غرف التجارة والصناعة ومنافذ التصدير	تأخر وتكدس العسل في منافذ التصدير	انخفاض نسبة المبيعات	
3					الإجمالي نقص السيولة المالية
2	الجمعية مع الدولة والغرف التجارية	التزام الجمعية بالتعاون والتنسيق مع غرف التجارة والصناعة ومنافذ التصدير	تأخر وتكدس العسل في منافذ التصدير	عدم التنسيق والتعاون مع الغرف التجارية والمنافذ	الإغلاق الكامل والجزئي بشكل متكرر للمنافذ مع صعوبة الإجراءات فيها
1	الجمعية مع الدولة والغرف التجارية	التزام الجمعية بالتعاون والتنسيق مع غرف التجارة والصناعة ومنافذ التصدير	تأخر وتكدس العسل في منافذ التصدير	عدم امتلاك شهادات المنشأ وشهادات التصدير	
3					الإجمالي الإغلاق الكامل والجزئي بشكل متكرر للمنافذ مع صعوبة الإجراءات فيها
1	الجهات الداعمة للشباب الباحثين عن العمل	تأهيل وتدريب الكوادر العاملة في مجالات العمل الفني والإداري وأنظمة وأساليب التسويق	انخفاض نسبة المبيعات	ضعف مهارات الجمعية في التدريب والتسويق	نفتقر إلى القدرة على تلبية مواصفات ومعايير المنتجات الدولية
1					الإجمالي نفتقر إلى القدرة على تلبية مواصفات ومعايير المنتجات الدولية
1	الدولة	استقرار العملة المحلية	انخفاض نسبة المبيعات	عدم وجود لوائح وتشريعات لتنظيم وتسهيل عملية التصدير	عدم الحصول على شهادات اعتماد دولية أو شهادات حماية الصحة النباتية الإجمالي عدم الحصول على شهادات اعتماد دولية أو شهادات حماية الصحة النباتية
1					
1	الدولة	تحقيق الاستقرار العام في البلاد	ارتفاع الأسعار	ضعف وتدهور العملة المحلية	ضعف رأس المال
1					الإجمالي ضعف رأس المال
1	الجمعية مع الدولة والغرف التجارية	التزام الجمعية بالتعاون والتنسيق مع غرف التجارة والصناعة ومنافذ التصدير	تأخر وتكدس العسل في منافذ التصدير	عدم امتلاك شهادات المنشأ وشهادات التصدير	صعوبة الإجراءات في المنافذ
1					الإجمالي صعوبة الإجراءات في المنافذ
1	الدولة	تحقيق الاستقرار الشامل في البلاد	ارتفاع الأسعار وتصبح الأسواق ضعيفة وغير آمنة للاستثمار والنشاط التجاري	ضعف دور الدولة	العملة المحلية غير مستقرة
1					الإجمالي العملة المحلية غير مستقرة
1	الجمعية مع الدولة والغرف التجارية	التزام الجمعية بالتعاون والتنسيق مع غرف التجارة والصناعة ومنافذ التصدير	إغلاق المنافذ وتكدس البضائع	ضعف دور الدولة	الإجراءات المعقدة للحصول على التراخيص التجارية وتراخيص المنشآت الإجمالي الإجراءات المعقدة للحصول على التراخيص التجارية وتراخيص المنشآت
1					

ارتفاع الرسوم الجمركية على منتجات التصدير	عدم التنسيق والتعاون مع الغرف التجارية والمنافذ	تأخر وتكدس العسل في منافذ التصدير	التزام الجمعية بالتعاون والتنسيق مع غرف التجارة والصناعة ومنافذ التصدير	الجمعية مع الدولة والغرف التجارية	1
الإجمالي ارتفاع الرسوم الجمركية على منتجات التصدير					1
ارتفاع أجور النقل	ارتفاع أسعار المشتقات النفطية	ارتفاع الأسعار	تخفيض اسعار المشتقات النفطية	الدولة	1
الإجمالي ارتفاع أجور النقل					1
الإجمالي العام					28

مرحلة الدعم					
نص المشكلة (م)	سبب المشكلة (م)	اثر المشكلة (م)	الحل المقترح (م)	المسئول عن الحل (م)	COUNTA من نص المشكلة (م)
نقص السيولة المالية	ضعف دور الدولة	عدم استقرار العملة	تحقيق الاستقرار العام في البلاد	الدولة	1
الإجمالي نقص السيولة المالية					1
نفقنا إلى القدرة على تلبية مواصفات ومعايير المنتجات الدولية	ضعف التدريب والتأهيل	انخفاض الطلب على الصادرات	تأهيل وتدريب الكوادر العاملة في مجالات العمل الفني والإداري وأنظمة وأساليب التسويق	الجهات الداعمة للشباب الباحثين عن العمل	1
الإجمالي نفقنا إلى القدرة على تلبية مواصفات ومعايير المنتجات الدولية					1
لا يوجد مختبر	ضعف دور الجمعية	تفقد الجمعية دورها في ضبط جودة منتجاتها	تشغيل وتفعيل مختبرات الجمعية	الجمعية مع الدولة والجهات الداعمة	1
الإجمالي لا يوجد مختبر					1
غياب العلامة التجارية للجمعية	ضعف دور الجمعية	انخفاض نسبة المبيعات	تأهيل وتدريب الكوادر العاملة في مجالات العمل الفني والإداري وأنظمة وأساليب التسويق	الجمعية مع الدولة والجهات الداعمة	1
الإجمالي غياب العلامة التجارية للجمعية					1
صعوبات في عمليات فحص العسل	عدم تشغيل وتفعيل مختبرات الجمعية	تفقد الجمعية دورها في ضبط جودة منتجاتها	تشغيل وتفعيل مختبرات الجمعية	الجمعية مع الدولة والجهات الداعمة	1
الإجمالي صعوبات في عمليات فحص العسل					1

1	وزارة الزراعة والجمعيات	رفع مستوى الوعي وتفعيل دور الإرشاد الزراعي	عدم قدرة الجمعية على استمرارية عملها	عدم التزام أعضاء الجمعية بدفع الاشتراكات المستحقة للجمعية	انخفاض الميزانية التشغيلية للجمعية
1	الإجمالي انخفاض الميزانية التشغيلية للجمعية				
1	السلطة المحلية وجمعيات النحالين والمجتمع الريفي	تفعيل دور الجمعيات والأعراف الاجتماعية وضبط هذه العلاقة بتشريعات وقوانين منظمة لها	صعوبة التنقل والوصول إلى مناطق المراعي في البلاد	تواجد النحالين في أراضي المزارعين وبالقرب من القرى وتأثيرهم على النحل المحلي	النزاعات بين النحالين والمزارعين
1	الإجمالي النزاعات بين النحالين والمزارعين				
1	الدولة	تحقيق الاستقرار العام في البلاد	ارتفاع الأسعار وتصبح الأسواق ضعيفة وغير آمنة للاستثمار والنشاط التجاري	ضعف دور الدولة	العملة غير مستقرة
1	الإجمالي العملة غير مستقرة				
8	الإجمالي العام				

مرحلة التيسير					
نص المشكلة (م)	سبب المشكلة (م)	أثر المشكلة (م)	الحل المقترح (م)	المسؤول عن الحل (م)	COUNTA من نص المشكلة (م)
نقص المواد الكيميائية في المختبر	ضعف دور الجمعية	تفقد الجمعية دورها في ضبط جودة منتجاتها	تشغيل وتفعيل مختبرات الجمعية	الجمعية مع الدولة والجهات الداعمة	1
الإجمالي نقص المواد الكيميائية في المختبر	1				
بعد المسافات بين الأسواق	الوضع غير المستقر في البلاد	ارتفاع الأسعار	تحقيق الاستقرار الشامل في البلاد	الدولة	1
الإجمالي بعد المسافات بين الأسواق	1				
انعدام الحماية من الدولة	الوضع الغير المستقر في البلاد	تدهور في الظروف الأمنية وانخفاض الثقة في بيئة العمل	تحقيق الاستقرار الشامل في البلاد	الدولة والمجتمع	1
الإجمالي انعدام الحماية من الدولة	1				
انتشار ظاهرة تهريب السلع والمنتجات إلى داخل البلاد	ضعف تدابير الرصد والمراقبة والضبط في المنافذ	اغراق الأسواق بالمنتجات المهربة وغير الآمنة ومنافستها للمنتجات المحلية	الرقابة الصارمة على منافذ الدخول وتطبيق الضوابط والعقوبات بحق المهربين.	الجمارك والسلطات الأمنية في الدولة	1
الإجمالي انتشار ظاهرة تهريب السلع والمنتجات إلى داخل البلاد	1				
التحاييل والمحسوبية في المختبرات	ضعف الرقابة من قبل الدولة	تحاييل في الاختبارات والفحوصات ونتائج غير دقيقة. مما يؤثر سلباً على جودة وسمعة العسل اليمني	المراقبة المشددة والمستمرة على المختبرات وتفعيل التشريعات الضابطة والمنظمة لسير عملها	المواصفات والمقاييس	1

الإجمالي التحليل والمحسوبية في المختبرات					
1	إغراق الأسواق المحلية بالعسل الخارجي	ضعف تدابير الرصد والمراقبة والضبط في المنافذ	إغراق الأسواق بالمنتجات المهربة وغير الآمنة ومنافستها للمنتجات المحلية	تشديد الرقابة والضوابط على المنافذ الحدودية	الجمارك والسلطات الأمنية في الدولة
1	الإجمالي إغراق الأسواق المحلية بالعسل الخارجي	استخدام المبيدات بشكل عشوائي	ضعف الدور الإرشاد وجهات التشريع والضبط بوزارة الزراعة	تفعيل الدور الإرشادي والتشريعي لوزارة الزراعة والضبط الصارم لمن يخالف تلك الإرشادات والتشريعات	وزارة الزراعة والجمعيات
1	الإجمالي استخدام المبيدات بشكل عشوائي	فوق النحل وانخفاض إنتاج العسل	1	1	1
الإجمالي العام					
7					

مرحلة الانتاج - نقاط القوة						
نوع نقطة سوات (م)	نقاط سوات SWOT (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	تصنيف سوات (م)	تصنيف سوات (م)	نقاط سوات SWOT (م)
1. نقطة_قوى	1. نقطة_قوى تمتلك خبرة قديمة في العمل	1. Administrative - اداري	مرحلة المدخلات	1. Institutional - مؤسسي	3	43%
1. نقطة_قوى المعرفة الجيدة بالعسل وانواعه	1. نقطة_قوى خبرة في إدارة المشاريع	2. Technical - فني	مرحلة المخرجات	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	3	43%
1. نقطة_قوى خبرة في إدارة المشاريع	1. Administrative - اداري	1. Institutional - مؤسسي	مرحلة المدخلات	1. Institutional - مؤسسي	1	14%
الإجمالي 1. نقطة_قوى						
الإجمالي العام						
7						

مرحلة الانتاج - نقاط الضعف						
نوع نقطة سوات (م)	نقاط سوات SWOT (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	تصنيف سوات (م)	تصنيف سوات (م)	تصنيف سوات (م)	نقاط سوات SWOT (م)
2. نقطة_ضعف	2. نقطة_ضعف ضعف رأس المال	1. Administrative - اداري	مرحلة المدخلات	3. Economical - اقتصادية	4	100%
2. نقطة_ضعف	2. نقطة_ضعف	1. Administrative - اداري	مرحلة المدخلات	3. Economical - اقتصادية	4	100%
الإجمالي 2. نقطة_ضعف						
الإجمالي العام						
4						

مرحلة الانتاج - نقاط الفرص						
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 SWOT (م)	COUNTA من نقاط سوات SWOT (م)
3.فرصة	التنوع المناخي في اليمن 3.فرصة_ قوة الطلب على العسل الحضرمي	2. Technical - فني 3. Financial - مالي	مرحلة المدخلات مرحلة المخرجات	7. Environmental - بيئية 3. Economical - اقتصادية	7 1	88% 13%
الإجمالي 3.فرصة						8 100%
الإجمالي العام						8 100%

مرحلة الانتاج - نقاط التهديدات						
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 SWOT (م)	COUNTA من نقاط سوات SWOT (م)
4.تهديد	4.تهديد_ ارتفاع أسعار المشتقات النفطية 4.تهديد_ صعوبة التنقل بين الأسواق في المحافظات 4.تهديد_ ارتفاع أجور النقل الامراض والآفات التي تصيب النحل 4.تهديد_ ضعف الأوضاع الأمنية والتحكم بالمنافذ 4.تهديد_ تزاخم النحالين على المراعي 4.تهديد_ التغيرات المناخية 4.تهديد_ ارتفاع تكاليف الإنتاج	3. Financial - مالي 1. Administrative - اداري 3. Financial - مالي 2. Technical - فني 1. Administrative - اداري 1. Administrative - اداري 2. Technical - فني 3. Financial - مالي	مرحلة المدخلات مرحلة المعالجات مرحلة المدخلات مرحلة المخرجات مرحلة المدخلات مرحلة المدخلات مرحلة المدخلات	6. Political - سياسية 3. Economical - اقتصادية 3. Economical - اقتصادية 7. Environmental - بيئية 6. Political - سياسية 1. Institutional - مؤسسي 7. Environmental - بيئية 3. Economical - اقتصادية	4 2 2 1 1 1 1 1	31% 15% 15% 8% 8% 8% 8% 8%
الإجمالي 4.تهديد						13 100%
الإجمالي العام						13 100%

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	COUNTA من نقاط سوات

SWOT (م)	SWOT (م)					
57%	4	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المدخلات	1. Administrative - اداري	1. نقطة_قوى امتلاك رأس المال	1. نقطة_قوى
14%	1	1. Institutional - مؤسسي	مرحلة المدخلات	1. Administrative - اداري	1. نقطة_قوى تمتلك خبرة قديمة في العمل	
14%	1	1. Institutional - مؤسسي	مرحلة المعالجات	1. Administrative - اداري	1. نقطة_قوى خلق شراكة مع النحالين	
14%	1	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	مرحلة المدخلات	2. Technical - فني	1. نقطة_قوى المعرفة الجيدة بالعسل وانواعه	
100%	7					الإجمالي 1. نقطة_قوى
100%	7					الإجمالي العام

مرحلة التجارة - نقاط الضعف						
COUNT A من نقاط سوات SWOT (م)	COUNT A من نقاط سوات SWOT (م)	تصنيف سوات (م)	تصنيف سوات (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	نقاط سوات SWOT (م)	نوع نقطة سوات (م)
22%	6	5. Legal - قانونية	مرحلة المخرجات	2. Technical - فني	2. نقطة_ضعف عدم الحصول على شهادات اعتماد دولية أو شهادات حماية الصحة النباتية	2. نقطة_ضعف
22%	6	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المدخلات	1. Administrative - اداري	2. نقطة_ضعف ضعف رأس المال	
11%	3	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المدخلات	2. Technical - فني	2. نقطة_ضعف عدم وجود الآلات التعليب والتعليف	
11%	3	5. Legal - قانونية	مرحلة المخرجات	2. Technical - فني	2. نقطة_ضعف عدم امتلاك شهادات المنشأ والتصدير	
7%	2	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	مرحلة المعالجات	2. Technical - فني	2. نقطة_ضعف عدم الالتزام بمعايير واشتراطات الجودة	
4%	1	1. Institutional - مؤسسي	مرحلة المعالجات	1. Administrative - اداري	2. نقطة_ضعف فجوة في التواصل بين المنتج والمستهلك	
4%	1	1. Institutional - مؤسسي	مرحلة المدخلات	1. Administrative - اداري	2. نقطة_ضعف غياب جانب التدريب والتأهيل الإداري والفني للمزارعين والمنتجين	
4%	1	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المخرجات	3. Financial - مالي	2. نقطة_ضعف عدم وجود تأمين على البضائع	
4%	1	1. Institutional - مؤسسي	مرحلة المدخلات	1. Administrative - اداري	2. نقطة_ضعف طول مرحلة تجهيز وإنشاء المشروع	
4%	1	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المخرجات	3. Financial - مالي	2. نقطة_ضعف ضعف السيولة المالية وصعوبة استمرارية العمل بسبب تقديم خدمات الانتاج للعملاء بالاجل	

2. نقطة ضعف ضعف التسويق الالكتروني	1. Administrative - اداري	مرحلة المعالجات	1. Institutional - مؤسسي	1	4%
2. نقطة ضعف الآلات قديمة وتحتاج إلى تجديد	1. Administrative - اداري	مرحلة المدخلات	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	1	4%
الإجمالي					27
2. نقطة ضعف					100%
الإجمالي العام					27
100%					

مرحلة التجارة - نقاط الفرص						
نوع نقطة سوات (م)	نقاط سوات SWOT (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	تصنيف سوات وفق المرحلة (م)	تصنيف سوات وفق باستال (PESTLEI) (م)	سوات من نقاط سوات (م) SWOT	سوات من نقاط سوات (م) SWOT
3. فرصة	3. فرصة. قوة ثقة العملاء في جودة عملنا	1. Administrative - اداري	مرحلة المخرجات	4. Socio-Cultural - اجتماعية-ثقافية	4	4
3. فرصة	3. فرصة. قوة الطلب على العسل الحصري	2. Technical - فني	مرحلة المخرجات	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	4	4
3. فرصة	3. فرصة. الربح ناتج عن تصدير العسل الى الأسواق الخارجية	3. Financial - مالي	مرحلة المخرجات	3. Economical - اقتصادية	3	3
3. فرصة	3. فرصة. وجود العملاء	1. Administrative - اداري	مرحلة المخرجات	4. Socio-Cultural - اجتماعية-ثقافية	1	1
3. فرصة	3. فرصة. وجود اسواقا دولية	2. Technical - فني	مرحلة المخرجات	4. Socio-Cultural - اجتماعية-ثقافية	1	1
3. فرصة	3. فرصة. مجال التصدير مفتوح	1. Administrative - اداري	مرحلة المخرجات	6. Political - سياسية	1	1
3. فرصة	3. فرصة. كثرة أشجار السدر	2. Technical - فني	مرحلة المعالجات	7. Environmental - بيئية	1	1
3. فرصة	3. فرصة. فتح أسواق جديدة في الخارج	1. Administrative - اداري	مرحلة المخرجات	1. Institutional - مؤسسي	1	1
3. فرصة	3. فرصة. السمعة التاريخية العريقة لمنطقة شبام حضرموت	1. Administrative - اداري	مرحلة المدخلات	4. Socio-Cultural - اجتماعية-ثقافية	1	1
الإجمالي 3. فرصة					17	100%
الإجمالي العام					17	100%

مرحلة التجارة - نقاط التهديد						
نوع نقطة سوات (م)	نقاط سوات SWOT (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	تصنيف سوات وفق المرحلة (م)	تصنيف سوات وفق باستال (PESTLEI) (م)	سوات من نقاط سوات (م) SWOT	سوات من نقاط سوات (م) SWOT

سوات SWOT (م)	سوات SWOT (م)				
18%	11	2. Technological-Technical - تكنولوجيا- فنية	مرحلة المخرجات	2. Technical - فني	4. تهديد انتشار العسل المغشوش
15%	9	6. Political - سياسية	مرحلة المدخلات	3. Financial - مالي	4. تهديد عدم استقرار العملة المحلية
12%	7	6. Political - سياسية	مرحلة المخرجات	1. Administrative - اداري	4. تهديد الصعوبات في منافذ التصدير
8%	5	5. Legal - قانونية	مرحلة المدخلات	1. Administrative - اداري	4. تهديد تعقيد إجراءات استخراج تصاريح العمل وإجراءات التصدير
7%	4	2. Technological-Technical - تكنولوجيا- فنية	مرحلة المدخلات	2. Technical - فني	4. تهديد كمية عسل السدر ذو الجودة العالية محدودة
5%	3	6. Political - سياسية	مرحلة المخرجات	1. Administrative - اداري	4. تهديد إغلاق المنافذ
3%	2	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المدخلات	3. Financial - مالي	4. تهديد لا يوجد دعم او مساهمة من الجهات الداعمة لأنشطتنا الإنتاجية
3%	2	6. Political - سياسية	مرحلة المخرجات	1. Administrative - اداري	4. تهديد عدم الحصول على التسهيلات المناسبة من قبل السلطة المحلية لتنفيذ أنشطتنا
3%	2	6. Political - سياسية	مرحلة المخرجات	1. Administrative - اداري	4. تهديد ضعف الأوضاع الأمنية والتحكم بالمنافذ
3%	2	7. Environmental - بيئية	مرحلة المدخلات	2. Technical - فني	4. تهديد ارتفاع أسعار المشتقات النفطية
2%	1	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المخرجات	1. Administrative - اداري	4. تهديد نفقتر الى امكانات التواصل وعمل شراكة مع شركاء في الخارج
2%	1	5. Legal - قانونية	مرحلة المخرجات	1. Administrative - اداري	4. تهديد عدم ضبط قوانين عملية التصدير
2%	1	4. Socio-Cultural - اجتماعية-ثقافية	مرحلة المخرجات	1. Administrative - اداري	4. تهديد عدم ايفاء العملاء بما عليهم من التزامات مالية
2%	1	5. Legal - قانونية	مرحلة المخرجات	2. Technical - فني	4. تهديد عدم السماح بدخول العسل اليمني الى بعض الأسواق الخارجية
2%	1	6. Political - سياسية	مرحلة المخرجات	1. Administrative - اداري	4. تهديد ضعف العلاقات التجارية مع الدول المستوردة
2%	1	6. Political - سياسية	مرحلة المخرجات	1. Administrative - اداري	4. تهديد توقف العمل في الموانئ والشحن الجوي
2%	1	5. Legal - قانونية	مرحلة المخرجات	2. Technical - فني	4. تهديد تعقيد قوانين وتشريعات الاستيراد بعض الدول المستوردة
2%	1	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المخرجات	3. Financial - مالي	4. تهديد تذبذب وعدم ثبات حالة الاسواق
2%	1	6. Political - سياسية	مرحلة المخرجات	1. Administrative - اداري	4. تهديد الطرقات غير آمنة
2%	1	6. Political - سياسية	مرحلة المدخلات	2. Technical - فني	4. تهديد الانقطاع المستمر للتيار الكهربائي

4.تهديد_ارتفاع تكاليف الفحص المخبري	2. Technical - فني	مرحلة المخرجات	3. Economical - اقتصادية	1	%2
4.تهديد_ارتفاع الرسوم الجمركية	3. Financial - مالي 1. Administrative - اداري	مرحلة المخرجات	3. Economical - اقتصادية 2. Technological-Technical - تكنولوجيا- فنية	1	%2
2.نقطة_ضعف طلبات التعبئة والتغليف الخاصة		مرحلة المخرجات		1	%2
الإجمالي 4.تهديد					
60 %100					
الإجمالي العام					
60 %100					

مرحلة الدعم- 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)	نقاط سوات COUNTA من SWOT (م)	نقاط سوات COUNTA من SWOT (م)
1.نقطة_قوى	1.نقطة_قوى العراق والخبرة الطويلة للجمعية	1. Administrative - اداري	مرحلة المدخلات	1. Institutional - مؤسسي	1	%100
الإجمالي 1.نقطة_قوى					1	%100
الإجمالي العام					1	%100

مرحلة الدعم- نقاط الضعف							
نوع نقطة سوات (م)	نقاط سوات SWOT (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	تصنيف سوات طبقا لمرحلة (م)	تصنيف سوات طبقا لـ (PESTLEI) (م)	COUNTA من نقاط سوات SWOT (م)	COUNTA من نقاط سوات SWOT (م)	
2.نقطة_ضعف	2.نقطة_ضعف رأس المال	3. Financial - مالي	مرحلة المدخلات	1. Institutional - مؤسسي	3	20%	
	2.نقطة_ضعف الميزانية التشغيلية	3. Financial - مالي	مرحلة المدخلات	1. Institutional - مؤسسي	3	20%	
	2.نقطة_ضعف المهارات الإدارية والمالية في إدارة العمل	1. Administrative - إداري	مرحلة المدخلات	1. Institutional - مؤسسي	2	13%	
	2.نقطة_ضعف انعدام التنسيق بين الجمعية والدولة	1. Administrative - إداري	مرحلة المخرجات	1. Institutional - مؤسسي	2	13%	
	2.نقطة_ضعف الكادر العامل غير مؤهل	1. Administrative - إداري	مرحلة المدخلات	1. Institutional - مؤسسي	2	13%	
	2.نقطة_ضعف غياب جانب التدريب والتأهيل الإداري والفني للمزارعين والمنتجين	1. Administrative - إداري	مرحلة المدخلات	1. Institutional - مؤسسي	1	7%	
	2.نقطة_ضعف غياب العلامة التجارية الخاصة بالجمعية	1. Administrative - إداري	مرحلة المخرجات	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	1	7%	
	2.نقطة_ضعف عدم الالتزام بدفع اشتراكات الجمعية من قبل الأعضاء	3. Financial - مالي	مرحلة المدخلات	1. Institutional - مؤسسي	1	7%	
الإجمالي 2.نقطة_ضعف						15	100%
الإجمالي العام						15	100%

مرحلة الدعم- نقاط الفرص							
نوع نقطة سوات (م)	نقاط سوات SWOT (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	تصنيف سوات وفق باسئال (PESTLEI) (م)	تصنيف سوات SWOT (م)	COUNTA من	نقاط سوات SWOT (م)	COUNTA من
3.فرصة	3.فرصة_ كثرة أشجار السدر	1. Administrative - اداري	7. Environmental - بيئية	2	50%		
	3.فرصة_ وجود اسواقا دولية	1. Administrative - اداري	3. Economical - اقتصادية	1	25%		
	3.فرصة_ السمعة التاريخية العريقة لمنطقة شبام حضرموت	1. Administrative - اداري	4. Socio-Cultural - اجتماعية-ثقافية	1	25%		
الإجمالي 3.فرصة				4	100%		
الإجمالي العام				4	100%		

مرحلة الدعم- نقاط التهديد						
COUNT	COUNT					
A من	A من		تصنيف سوات	تصنيف سوات بشكل		نوع نقطة
نقاط	نقاط	(م) تصنيف سوات وفق باسفال (PESTLEI)	وفق المرحلة (م)	عام (م)	نقاط سوات SWOT (م)	سوات (م)

سوات SWOT (م)	سوات SWOT (م)					
18%	2	6. سياسية - Political	مرحلة المدخلات	3. Financial - مالي	4. تهديد عدم استقرار العملة المحلية	4. تهديد
18%	2	7. بيئية - Environmental	مرحلة المدخلات	2. Technical - فني 1. Administrative - إداري	4. تهديد انتشار أشجار السيسبان وضعف الاهتمام بأشجار السدر	
9%	1	6. سياسية - Political	مرحلة المدخلات	1. Administrative - إداري	4. تهديد عدم اهتمام السلطة المحلية بمنتجاتي العسل	
9%	1	6. سياسية - Political	مرحلة المخرجات	1. Administrative - إداري	4. تهديد عدم الحصول على التسهيلات المناسبة من قبل السلطة المحلية لتنفيذ أنشطتنا	
9%	1	6. سياسية - Political	مرحلة المعالجات	1. Administrative - إداري	4. تهديد تعقيد إجراءات استخراج تصاريح العمل وإجراءات التصدير	
9%	1	7. بيئية - Environmental	مرحلة المعالجات	2. Technical - فني	4. تهديد تزامن النحالين على المراعي	
9%	1	5. قانونية - Legal	مرحلة المخرجات	2. Technical - فني	4. تهديد انتشار العسل المغشوش	
9%	1	1. مؤسسي - Institutional	مرحلة المخرجات	2. Technical - فني	4. تهديد الاستيراد والتصدير يتم بشكل عشوائي	
9%	1	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-فنية	مرحلة المعالجات	2. Technical - فني	4. تهديد ارتفاع تكاليف الفحص المخبري	
100%	11					
						الإجمالي 4. تهديد
						الإجمالي العام

مرحلة التيسير- نقاط القوة						
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)
100%	1	1. Institutional - مؤسسي	مرحلة المدخلات	1. Administrative - إداري	1. نقطة قوى الجمعية قريبة من النحالين وتمتلك مقر وكادر مؤهل	1. نقطة قوى
100%	1					
						الإجمالي 1. نقطة قوى
						الإجمالي العام

مرحلة التيسير- نقاط الضعف						
COUNT A من نقاط سوات SWOT (م)	COUNT A من نقاط سوات SWOT (م)	تصنيف سوات تصنيف سوات وفق باسئال (PESTLEI) (م)	تصنيف سوات تصنيف سوات وفق المرحلة (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	نقاط سوات SWOT (م)	نوع نقطة سوات (م)
29%	4	1. Institutional - مؤسسي	مرحلة المدخلات	1. Administrative - اداري	2. نقطة_ضعف غياب جانب التدريب والتأهيل الإداري والفني للمزارعين والمنتجين	2. نقطة_ضعف
14%	2	5. Legal - قانونية	مرحلة المعالجات	2. Technical - فني	2. نقطة_ضعف عدم الحصول على شهادات اعتماد دولية أو شهادات حماية الصحة النباتية	2. نقطة_ضعف
14%	2	6. Political - سياسية	مرحلة المدخلات	2. Technical - فني	2. نقطة_ضعف الافتقار الى وجود المختبرات الموثوقة والمعتمدة من قبل الجهات الحكومية والدولية	2. نقطة_ضعف
7%	1	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المعالجات	1. Administrative - اداري	2. نقطة_ضعف نقص المواد الكيميائية بالمختبر	2. نقطة_ضعف
7%	1	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-	مرحلة المخرجات	2. Technical - فني	2. نقطة_ضعف قلة الاهتمام من قبل الجمعيات والمنتجين بجودة العسل والتعبئة والتغليف	2. نقطة_ضعف
7%	1	2. Technological-Technical - تكنولوجيا-	مرحلة المعالجات	2. Technical - فني	2. نقطة_ضعف عدم الالتزام بمعايير واشتراطات الجودة	2. نقطة_ضعف
7%	1	1. Institutional - مؤسسي	مرحلة المدخلات	3. Financial - مالي	2. نقطة_ضعف ضعف الميزانية التشغيلية	2. نقطة_ضعف
7%	1	3. Economical - اقتصادية	مرحلة المدخلات	3. Financial - مالي	2. نقطة_ضعف تدني مرتبات العاملين	2. نقطة_ضعف
7%	1	6. Political - سياسية	مرحلة المعالجات	1. Administrative - اداري	2. نقطة_ضعف انعدام التنسيق بين الجمعية والدولة	2. نقطة_ضعف
100%	14					الإجمالي 2. نقطة_ضعف
100%	14					الإجمالي العام

مرحلة التيسير- نقاط الفرص						
نوع نقطة سوات (م)	نقاط سوات SWOT (م)	تصنيف سوات بشكل عام (م)	تصنيف سوات وفق المرحلة (م)	تصنيف سوات وفق باسئال (م) (PESTLEI)	COUNTA من نقاط سوات SWOT (م)	COUNTA من نقاط سوات SWOT (م)
3.فرصة	3.فرصة_ وجود اسواقا دولية 3.فرصة_ كثرة أشجار السدر 3.فرصة_ توجه الدولة والمجتمع نحو زراعة ودعم مزارعي العسل	3. Financial - مالي 1. Administrative - اداري 1. Administrative - اداري	مرحلة المخرجات مرحلة المدخلات مرحلة المدخلات	3. اقتصادية - Economical 7. بيئية - Environmental 6. سياسية - Political	1 1 1	33% 33% 33%
الإجمالي 3.فرصة						3
الإجمالي العام						3
						100%

اللاعب	الاحتياج	الوحدة	متوسط الكمية السنوية	التكلفة التقديرية/ريال	نسبة المساهمة	متوسط احتياج الفرد	نسبة الاحتياج من كافة الاحتياجات
مرحلة التجارة والتصدير							
Line1.1	ماهو 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)
3.تجار ومصدرين	آلة نزع الرطوبة مستلزمات اختبار وفحص العسل	كيلوجرا	420.5882353	11066.6667	8.823529412	17	21%
		م	1	10000000	50	1	1%
	آلات حديثة لتعبئة وتغليف العسل	كيلوجرا	326	11000	7.666666667	15	19%
		م	1	20000000	50	1	1%
	خزانات استيل	كيلوجرا	6346.153846	44000	12.30769231	13	16%
		م	752.5	7500	12.5	2	2%
	آلات تعبئة وتغليف حديثة بالكميات والاحجام المختلفة (مع التفريغ)	كيلوجرا	870	10833.3333	10	6	7%
		م	787.5	15000	12.5	4	5%
	توفير مستلزمات النحل بشكل متكامل	كيلوجرا	150	10000	17.5	2	2%
		م	150	IDIV/O#	15	1	1%
	توفير المواد الخام الأولية اللازمة للتعليب والتغليف	كيلوجرا	10000	10000	15	1	1%
		م	5000	42000	30	1	1%

10000	7.5	2	%2	!DIV/0#	كيلوجرا	تمكيننا من الحصول على شهادات منشأ وتصدير
40000	50	2	%2	3250	م	تطوير وتحديث خط الانتاج القديم
!DIV/0#	40	1	%1	!DIV/0#	عدد	امنشاء مختبر حديث ومتكامل
50000	30	1	%1	200	كيلوجرا	
30000	10	1	%1	5	م	ورشنة تصنيع مستلزمات نحل
7000	5	1	%1	400	عدد	مكينه خلط العسل
30000	10	1	%1	1000	لتر	مكينه تصنيع العلب البلاستيكيه
5000	10	1	%1	300	كيلوجرا	ثلاجه حوض كبيرة عدد2
200000	20	1	%1	50	متر-مر	توفير مستلزمات معاملة الشمع الخام وتصنيع الشمع ومنتجاته الأخرى
70000	15	1	%1	1000	بع	توفير الف خلية نحل
10000	50	1	%1	1	عدد	تمكيننا من الحصول على شهادة Fda
20000	5	1	%1	1	عدد	الحصول على جهاز HPS
1500000	50	1	%1	1		التدريب والتأهيل علي معرفة وممارسة انظمة الجودة وتطبيقها
12	50	1	%1	1	عدد	التأهيل للحصول على شهادة الايزوا المناسبة لطبيعه انشطتنا
30000	20	1	%1	150	عدد	آلات تصنيع كراتين
491865.851	14.62962963	81	%100	1679.558442	الإجمالي 3.تجار ومصدرين	
491865.9	14.62963	81	%100	1679.558442	الإجمالي العام	

اللاعب	الاحتياج	الوحدة	متوسط الكمية السنوية	التكلفة التقديرية/ريال	نسبه المساهمه	متوسط احتياج الفرد	نسبة الاحتياج من كافة الاحتياجات
مرحلة الدعم							
Line1.1	ماهو الاحتياج (م)	الوحدة (م)	AVERAGE من الكمية سنوياً (م)	AVERAGE من سعر كافة الكمية (م)	نسبة المساهمة (م)	COUNTA من ما هو الاحتياج (م)	COUNTA من ما هو الاحتياج (م)
5.داعم	امنشاء مختبر حديث ومتكامل	كيلوجرا	!DIV/0#	132000	5	1	%4
		م	200	36666.66667	6.6666667	3	%13
	توفير الميزانية التشغيلية للجمعية		!DIV/0#	10000	0	1	%4
		عدد	8.5	50000	0	2	%9

مستلزمات اختبار وفحص العسل	كيلوجرا	175	15000	12.5	2	%9
تأثير متكامل لمقر الجمعية	عدد	3	205000	5	2	%9
آلة نزع الرطوبة	كيلوجرا	110	10000	15	2	%9
آلات حديثة لتعبئة وتغليف العسل	م	1750	20000	15	2	%9
ورشة تصنيع مستلزمات نحل	عدد	150	10000	15	1	%4
مركز للصادرات	عدد	1	30000	5	1	%4
سوق الالكتروني للتسويق العسل	عدد	!DIV/0#	200000	10	1	%4
تلاجه حفظ المدخلات والمحاصيل بسعة 1500 طن	عدد	!DIV/0#	10000	10	1	%4
تمكيننا من التمثيل الخارجي للجمعية ونقل الصورة الإيجابية عن منطقة دوعن وعسلها	عدد	15	20000	5	1	%4
تدريب وتأهيل التحالين بشكل مستمر في مجال إدارة المناحل وإنتاج العسل	عدد	100	15000	5	1	%4
انشاء شركة إنتاج بذور	عدد	!DIV/0#	200000	50	1	%4
آلات تعبئة وتغليف حديثة بالكميات والاحجام المختلفة(مع التفريغ)	عدد	!DIV/0#	100000	10	1	%4
الإجمالي		291.705882	62478.26087	10	23	%100
5.داعم						
الإجمالي العام		291.7059	62478.2609	10	23	%100

اللاعب	الاحتياج	الوحدة	متوسط الكمية السنوية	التكلفة التقديرية/ريال	نسبه المساهمه	متوسط احتياج الفرد	نسبة الاحتياج من كافة الاحتياجات
مرحلة التيسير							
Line1.1	ماهو 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 ماهو الاحتياج (م)
6.ميسر/سلطة	التدريب والتأهيل في مجال الاداره والتسويق والتصدير للهيئة الإدارية والأعضاء		IDIV/0#	8750	7.5	4	%21
	امنشاء مختبر حديث ومتكامل	عدد	IDIV/0#	120000	0	1	%5
		كيلوجرا					
		م	200	75000	5	1	%5
	آلات حديثة لتعبئة وتغليف العسل	كيلوجرا	1500	12500	2.5	2	%11
	مستلزمات اختبار وفحص العسل	م	50	5000	0	1	%5
	عمل نظام إلكتروني يضم كل من الغرف التجارية و مكتب الصناعة والتجارة والمنافذ		IDIV/0#	10000	0	1	%5
	سوق الالكتروني للتسويق العسل		IDIV/0#	15000	20	1	%5
	دورات تدريبية في التسويق والاداره والتشبيك مع التجار		IDIV/0#	10000	5	1	%5
	جهاز SPLC	عدد	1	70000	15	1	%5
	جهاز قاز كروماتوجرافي	عدد	1	40000	15	1	%5
	تمكيننا من الحصول على شهادات منشأ وتصدير		IDIV/0#	20000	30	1	%5
	تطوير مجال الاصحاح البيئي		IDIV/0#	15000	0	1	%5
	تأثيث متكامل لمقر الجمعية		IDIV/0#	10000	0	1	%5
	أجهزه حاسوب وطابعات		IDIV/0#	8000	0	1	%5
	آلة نزع الرطوبة	كيلوجرا	400	9000	0	1	%5
الإجمالي							
6.ميسر/سلطة			521.714286	24578.94737	6.578947368	19	%100
الإجمالي العام							
الإجمالي العام			521.71429	24578.94737	6.5789474	19	%100
الإجمالي العام			521.71429	23850	6.25	20	%100

