

دراسة الكفاءة التسويقية لإنتاج العسل في بلديات الجنوب الليبي

أحمد محمد عريدة¹، فيصل مفتاح شلوف²

¹ الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة سبها، سبها، ليبيا

² الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة عمر المختار، البيضاء، ليبيا

البريد الإلكتروني: ahm.aridah@sebhau.edu.ly

المستخلص

هدف البحث إلى التعرف على الكفاءة التسويقية لإنتاج العسل في بلديات الجنوب الليبي خلال الموسم الزراعي (2023-2024)، واعتمد على أسلوب التحليل الاقتصادي الوصفي والكمي بالاستناد إلى البيانات الأولية التي تخدم أهداف البحث. أظهرت نتائج البحث أن التكاليف الثابتة شكلت نحو 87.76% من إجمالي تكاليف الإنتاج، في حين بلغت نسبة التكاليف المتغيرة 12.24% خلال فترة البحث. كما بلغ متوسط صافي العائد من إنتاج العسل 68.7 دينار ليبي للخلية الواحدة، بينما بلغ متوسط تكاليف الإنتاج 109.6 دينار ليبي للخلية الواحدة. وأوضحت النتائج أن الربحية النسبية لإنتاج العسل بلغت نحو 19.5%، في حين بلغ العائد على الدينار المستثمر (العائد المتحقق من كل دينار يُنفق على إنتاج العسل) حوالي 0.63 دينار خلال الموسم (2023-2024). أوصى الباحثان بضرورة دعم جمعيات مربّي النحل في المنطقة، وتنظيم دورات تدريبية تهدف إلى تنويع منتجات العسل وتحسين جودتها، بالإضافة إلى دعم تصدير منتجات العسل وتشجيع المشاركة في المعارض المحلية والدولية للتعريف بإنتاج العسل في مناطق الجنوب الليبي. كما أوصوا بدعم الأسواق المحلية من خلال توفير وسائل النقل المناسبة لمربي النحل، بما يساهم في تحسين كفاءة تسويق منتجاتهم وزيادة قدرتهم على الوصول إلى الأسواق.

الكلمات المفتاحية: الكفاءة التسويقية، إنتاج العسل، تربية النحل، التكاليف الإنتاجية، صافي العائد، الربحية النسبية.

Abstract

The study aimed to assess the marketing efficiency of honey production in the municipalities of southern Libya during the 2023–2024 production season. It employed both descriptive and quantitative economic analysis based on primary data collected to achieve the objectives of the study. The results showed that fixed costs accounted for 87.76% of the total production costs, while variable costs represented 12.24% during the study period. The average net return from honey production was 68.7 Libyan dinars per hive, whereas the average production cost reached 109.6 Libyan dinars per hive. The findings also indicated that the relative profitability of honey production was

approximately 19.5%, while the return on the invested dinar (i.e., the return generated from each Libyan dinar spent on honey production) was about 0.63 Libyan dinars during the 2023–2024 season. Based on these findings, the researchers recommended strengthening support for beekeepers' associations in the region and organizing training programs aimed at diversifying honey products and improving their quality. They also emphasized the importance of supporting honey exports and encouraging participation in local and international exhibitions to promote honey production in southern Libya. Furthermore, the study recommended supporting local markets by providing suitable transportation for beekeepers, thereby improving the marketing efficiency of their products and enhancing their access to markets.

Keywords: Marketing Efficiency, Honey Production, Beekeeping, Production Costs, Net Return, Relative Profitability.

1. المقدمة:

يعد القطاع الزراعي أحد الركائز الأساسية للاقتصاد الليبي لما يؤديه من دور في تحقيق الأمن الغذائي ودعم التنمية الاقتصادية، ويشكل نشاط تربية نحل العسل جزءاً مهماً من القطاع الحيواني المرتبط بصورة مباشرة بالموارد النباتية من أزهار وأشجار الفاكهة والمحاصيل الزراعية المختلفة. وتبرز أهمية هذا النشاط ليس فقط من خلال مساهمته في الإنتاج الزراعي، بل أيضاً من خلال القيمة الاقتصادية التي يضيفها عبر الأنشطة التسويقية المرتبطة بإنتاج العسل ومشتقاته. وتشير البيانات إلى أن إنتاج العسل ساهم بنحو (4.83%) من الناتج الزراعي الليبي خلال عام 2012، كما بلغ عدد خلايا النحل في ليبيا حوالي (36.83) ألف خلية مع توقعات بزيادة أعدادها مستقبلاً نتيجة التوسع في هذا النشاط (منظمة الأغذية والزراعة العربية، 2023).

وتعد بلديات الجنوب الليبي من المناطق الواعدة في مجال إنتاج وتسويق العسل، حيث شهدت خلال السنوات الأخيرة توسعاً ملحوظاً في أعداد النحالين نتيجة توافر المراعي الطبيعية الملائمة وإمكانية تنقل المناحل بين المناطق الزراعية والأودية المجاورة، مما ساهم في زيادة المعروض من العسل في الأسواق المحلية. ويبلغ عدد خلايا النحل في الجنوب الليبي نحو (890) خلية تمثل ما نسبته (2.7%) من إجمالي عدد الخلايا في ليبيا (الساعدي، 2022)، وتتركز النسبة الأكبر منها في بلديتي وادي عتبة ومرزق بنسبة (33.7%)، تليها بلديات وادي الشاطئ وسبها ووادي البوانيس بنسبة (16.6%) لكل منها، ثم أم الأرناب بنسبة (6.74%)، ووادي الآجال بنسبة (5.61%)، وغات بنسبة (3.37%) (الساعدي، 2022).

وقد أدى التوسع في تربية النحل وزيادة أعداد المنتجين، خاصة من فئة أصحاب الدخل المحدود، إلى تنامي حجم الإنتاج وارتفاع الكميات المتداولة في الأسواق المحلية، الأمر الذي عزز أهمية بحث الجوانب التسويقية لهذا النشاط. ورغم ما يتمتع به العسل المنتج في الجنوب الليبي من جودة عالية وخصائص

طبيعية مميزة، إلا أن منظومة التسويق ما زالت تواجه عدداً من التحديات المرتبطة بارتفاع التكاليف التسويقية، وضعف قنوات التوزيع، وقلة فرص النفاذ إلى الأسواق الخارجية، الأمر الذي ينعكس سلباً على الكفاءة التسويقية ويحد من القدرة التنافسية للمنتج. ومن ثم تبرز الحاجة إلى دراسة الكفاءة التسويقية لإنتاج العسل في بلديات الجنوب الليبي بهدف التعرف على مدى كفاءة استخدام الموارد التسويقية وتحديد المعوقات التي تحد من تحسين الأداء التسويقي وتعظيم العوائد الاقتصادية للمنتجين.

2. مشكلة البحث

على الرغم من المنتجات العسل والصناعات المختلفة المصاحبة له التي يقدمها المزارعين للمواطنين ببلديات الجنوب الليبي للعديد من السنوات، لايزال انتاج العسل يعاني من ضعف في الخدمات التسويقية وبالتالي تأثيرها على المعروض في الأسواق المحلية وذلك نتيجة لوجود بعض الضعف في الكفاءة التسويقية والتي تؤثر على تسويق العسل في الجنوب الليبي، وعليه تمت صياغة مشكلة البحث بشكل واضح في السؤال التالي: ماهي أكثر المشاكل التسويقية التي تؤثر في الكفاءة التسويقية لإنتاج العسل بالجنوب الليبي؟

3. اهداف البحث

يهدف البحث إلى تحديد مستوى الكفاءة التسويقية لإنتاج العسل في بلديات الجنوب الليبي، وتقديم بعض التوصيات التي تساهم في تحسين عمليات تسويق العسل في تلك البلديات.

4. اهمية البحث

تأتي أهمية البحث من أهمية الموضوع الذي تناوله الباحث والذي يعتبر من البحوث النادرة التي تناولت تحليل الكفاءة التسويقية لإنتاج العسل في بلديات الجنوب الليبي، بالإضافة إلى أن نتائج البحث ستساهم في تحسين العمليات التسويقية لمنتجات العسل من خلال حصول على بيانات ميدانية وتحليلها بشكل علمي.

5. مصادر البيانات وأسلوب التحليل

اعتمد البحث على البيانات الأولية التي تم الحصول عليها من استمارة الاستبيان التي أعدت لغرض البحث، حيث تم تصميم استبيان خاص للحصول على المعلومات المطلوبة بعد توزيعها وجمعها ميدانياً من مربّي النحل في بلديات الجنوب خلال الفترة من شهر مارس إلى شهر مايو 2024، واستخدمت التحليلات الوصفية والكمية من نسب مئوية ومتوسطات حسابية من أجل تحقيق النتائج التي تخدم أهداف البحث باستخدام برامج SPSS27 and STATA12.

6. محددات البحث

الحدود الموضوعية: يقتصر البحث على دراسة الكفاءة التسويقية لإنتاج العسل في الجنوب الليبي.

الحدود الزمنية: تتمثل حدود البحث الزمنية في الفترة التي تم فيها توزيع الاستبيان، وهي من شهر مارس إلى شهر مايو 2024.

الحدود المكانية: بلديات الجنوب الليبي

7. البحوث السابقة

توجد عدة بحوث تناولت موضوع الكفاءة التسويقية لإنتاج العسل تتمثل في عدة بحوث سابقة، سواء على المستوى المحلي أو العالمي، حيث تأتي هذه البحوث مكملية لأحدث ما توصلت إليه نتائج البحوث السابقة في هذا الجانب، وفيما يلي استعراض ما توصلت إليه تلك البحوث:

أشار أبو النجا وعبد الغفار (2011) في دراستهما الاقتصادية حول إنتاج العسل وجدوا الاقتصادية في محافظة شمال سيناء المصرية إلى وجود عدد من المشكلات الاقتصادية، أبرزها غياب الجمعيات التسويقية لمنتجات عسل النحل، إضافة إلى انخفاض أسعار بيع العسل. وأوصى الباحثان بضرورة تسهيل إجراءات ترخيص مربى النحل، والاهتمام بالسياسات السعرية، إلى جانب تفعيل دور الإرشاد الزراعي لدعم هذا القطاع وتحسين كفاءته الاقتصادية.

توصل باللوازم وآخرون (2019) في دراستهم الاقتصادية التحليلية لمحددات إنتاج عسل النحل ببلدية شحات الليبية إلى أن أبرز المشكلات التسويقية تتمثل في غياب قنوات تسويق منظمة للإنتاج، يليها انخفاض أسعار البيع وارتفاع تكاليف الإنتاج، ثم مشكلة عدم وجود سوق منظم لتسويق العسل. وأوصى الباحثون بضرورة إجراء المزيد من البحوث الفنية والاقتصادية بهدف تحسين الكفاءة الإنتاجية والتسويقية، والعمل على فتح أسواق خارجية لتصدير العسل، مع التركيز على تعزيز إنتاج الأنواع ذات القدرة التصديرية مثل عسل السدر، بما يساهم في رفع الأسعار وزيادة العوائد الاقتصادية للمربين.

توصل غوش وآخرون (2019) في دراسته حول الخصائص الاقتصادية والاجتماعية للنحالين والتسويق المباشر لمنتجات النحل في محافظة طرطوس السورية إلى أن الخدمات التسويقية، مثل الاتصال المباشر بالمستهلك وإيصال المنتج إليه، تسهم بشكل فعال في تسهيل عملية التسويق. كما أوضحت النتائج أن نسبة العسل المسوق بشكل مباشر بلغت (78.57%) من إجمالي الكمية المسوقة، بمتوسط إنتاج قدره (8.1 كجم/خلية/سنة)، وبينت الدراسة أن كل كيلوغرام من العسل المسوق يحقق عائداً للمنتج يعادل (45.87%) من سعر البيع. وأوصوا الباحثون بضرورة تطوير عمليات التعبئة والتغليف والترويج لمنتجات العسل، وإنشاء اتحادات إنتاجية وتسويقية، وإقامة منافذ بيع مباشرة على مستوى المناحل، إضافة إلى تشجيع التوجه نحو التصدير وإنشاء شركات متخصصة في تعبئة العسل.

أشار البرغوتي (2020) في دراسته حول تربية النحل في منطقة بني وليد الليبية إلى أن أهم المشكلات التسويقية التي تواجه منتجي العسل تتمثل في تفاوت الأسعار، وموسمية العرض والطلب، بالإضافة إلى منافسة أنواع من العسل مجهولة المصدر تُطرح في الأسواق بأسعار أقل من أسعار العسل المحلي. وأوصى الباحث بضرورة إنشاء جمعيات لمربي النحل تتولى الإشراف على العمليات التسويقية، وتسهم في تنظيم السوق والمحافظة على استقرار الأسعار وتحقيق التوازن بين المنتجين والمستهلكين.

توصل باللوازم وآخرون (2021) في دراستهم الاقتصادية التحليلية لمحددات إنتاج عسل النحل ببلدية الساحل في الجبل الأخضر الليبي، إلى أن أبرز المشكلات التسويقية التي تواجه مربّي النحل تتمثل في تحكم الوسطاء في تحديد الأسعار، يليها انخفاض أسعار بيع العسل وارتفاع تكاليف الإنتاج، ثم ضعف قنوات التسويق وعدم وجود أسواق منظمة لتسويق المنتج. وأوصوا الباحثون بإجراء المزيد من البحوث الفنية والاقتصادية الهادفة إلى تحسين الكفاءة التسويقية، والعمل على فتح أسواق خارجية لتصدير العسل، لما لذلك من دور في رفع أسعاره وزيادة العوائد الاقتصادية للمربين.

يتشابه البحث الحالي مع البحوث السابقة في اهتمامها بدراسة الجوانب الاقتصادية والتسويقية لإنتاج العسل والتعرف على أهم المشكلات التي تواجه مربّي النحل، كما أكدت جميعها أهمية تطوير القنوات التسويقية وتحسين الخدمات المقدمة للمنتجين. ويختلف البحث الحالي في تركيزه على قياس الكفاءة التسويقية لإنتاج العسل في بلديات الجنوب الليبي خلال الموسم (2023-2024)، من خلال تحليل مؤشرات التكاليف والعوائد والربحية، وهو ما يمنحها خصوصية مكانية وزمنية ويجعلها إضافة علمية تسهم في سد النقص في البحوث المتعلقة بالكفاءة التسويقية للعسل في الجنوب الليبي.

8. النتائج

9. وصف مجتمع البحث واختيار العينة

يعد تحديد حجم العينة من الخطوات المنهجية الأساسية في البحوث العلمية، إذ يترتب عليه مدى دقة النتائج وإمكانية تعميمها على مجتمع البحث. ونظراً لعدم وجود معيار إحصائي موحد ومتفق عليه بين الباحثين لتحديد الحجم الأمثل للعينة، فقد أشارت العديد من البحوث والخبرات التطبيقية إلى أن اختيار عينة تتراوح بين (10%-15%) من حجم المجتمع الأصلي يُعد مناسباً في العديد من البحوث، على أن تكون مفرداتها ممثلة للمجتمع تمثيلاً صحيحاً (البيدي وأحمد، 2015). وعليه، تم تحديد مجتمع البحث بجميع مربّي نحل العسل في بلديات الجنوب الليبي، والبالغ عددهم نحو (400) مربّي، وفقاً لبيانات جمعية مربّي نحل فزان التخصصية. ونظراً لتجانس أفراد مجتمع البحث من حيث طبيعة النشاط الذي يمارسونه، وامتلاك جميع الأفراد فرصة متساوية للاختيار، فقد تم اعتماد أسلوب العينة العشوائية البسيطة؛ لما يتميز به من سهولة التطبيق، وتقليل احتمالات التحيز في اختيار المبحوثين، وإتاحة الفرصة لجميع أفراد المجتمع للدخول في العينة بصورة متكافئة، الأمر الذي يسهم في زيادة موضوعية النتائج وإمكانية تعميمها على مجتمع البحث. وبناءً على ذلك، وللاعتبارات العملية تم اختيار حجم عينة عشوائية بسيطة تمثل (10%) من المجتمع لملاءمته لإمكانات الباحث من حيث الوقت والجهد والتكلفة، مع المحافظة على درجة مقبولة من الدقة الإحصائية، حيث بلغ حجم العينة (40) مربّي، مع مراعاة أن تعكس العينة الخصائص المختلفة لمربّي نحل العسل في منطقة البحث.

10. التحليل الوصفي لمنتجي العسل خلال العام 2024

1.10 توزيع افراد العينة وفقا للعمر

تم تقسيم الفئات العمرية لعينة منتجين العسل ببلديات الجنوب خلال فترة البحث إلى فئتين، كما هو موضح بالجدول رقم (1)، حيث أوضحت النتائج أن غالبية أفراد العينة كانت أعمارهم 40- فما فوق، وبلغ عددها 36 مبحوث، وبنسبة مثلت نحو (90%) من إجمالي أفراد العينة، بعدها الفئة العمرية التي تراوحت أعمارهم أقل من 40 سنة، حيث بلغ عددها 4 مبحوثين، وبنسبة مثلت نحو (10%) من إجمالي أفراد العينة.

جدول (1): توزيع افراد العينة وفقا للعمر

العمر	العدد	%
أقل من 40	4	10
40 - فما فوق	36	90
المجموع	40	100

المصدر: جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان

2.10 توزيع افراد العينة حسب عدد سنوات الخبرة

تم تقسيم افراد العينة وفقا لسنوات الخدمة بعينة البحث إلى أربعة فئات، حيث بينت النتائج أن غالبية العينة التي هم من فئة المبحوثين لديهم خبرة من 5-10 سنوات، حيث بلغ عددهم 17 مبحوث وبنسبة مثلت نحو (42.5%) من إجمالي أفراد العينة، بعدها أكثر من 15 سنة حيث بلغ عددهم 10 مبحوثين وبنسبة مثلت (25%) من إجمالي أفراد العينة، تليها فئة من 10-15 سنة، حيث بلغ عددهم 7 مبحوث وبنسبة قدرت بنحو (17.5%) من إجمالي أفراد العينة، كما هو موضح بالجدول رقم (2) التالي

جدول (2): توزيع افراد العينة وفقا لسنوات الخبرة

سنوات الخبرة	العدد	%
أكثر من 15 سنة	10	25
من 15-10 سنة	7	17.5
من 5-10 سنة	17	42.5
أقل من 5 سنوات	6	15
المجموع	40	100

المصدر: جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان

3.10 توزيع أفراد العينة حسب نوع انتاج العسل

تم تقسيم افراد العينة وفقا لنوع العسل بعينة البحث إلى تسعة انواع، حيث بينت النتائج أن غالبية افراد العينة هم من فئة منتجي عسل الاثل، حيث بلغ عددهم 34 مبحوث وبنسبة مثلت نحو (85%) من إجمالي أفراد العينة، ويرجع ذلك الى ارتفاع قيمته الغذائية بمقارنة بأنواع العسل الأخرى وتزايد الطلب عليه في الأسواق المحلية والدولية (الكيلاني، 2024)، بعدها منتجي عسل الربيعي بلغ عددهم 15 مبحوثين وبنسبة مثلت (37.5%) من إجمالي أفراد العينة، تليها فئة عسل الحمضيات، حيث بلغ عددهم 10 مبحوثين وبنسبة قدرت بنحو (25%) من إجمالي أفراد العينة، تم عسل الطلح حيث بلغ عددهم 8 مبحوثين وبنسبة قدرت بنحو (20%) كما هو موضح بالجدول رقم (3) التالي

جدول (3): توزيع أفراد العينة وفقا لنوع انتاج العسل

نوع العسل	التكرار	%
عسل الاثل	34	85.0
عسل الربيعي	15	37.5
عسل الحمضيات	10	25.0
عسل الطلح	8	20.0
عسل السدر	7	17.5
عسل السرو	5	12.5
عسل البرسيم	4	10.00
عسل الكرنه	2	5.00
عسل المخلوط	2	5.00

المصدر: جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان

*حسبت الأهمية النسبية من خلال قسمة عدد التكرارات على اجمالي عينة البحث 40 مبحوث.

4.10 توزيع أفراد العينة وفق لعدد الخلايا

تم تقسيم افراد العينة وفقا لعدد الخلايا بعينة البحث إلى ثلاثة فئات، حيث بينت النتائج أن غالبية افراد العينة التي هم من فئة عدد الخلايا اقل من 50 خلية، حيث بلغ عددهم 37 مبحوث وبنسبة مثلت نحو (95.5%) من إجمالي أفراد العينة، تليها فئة عدد الخلايا أكثر من 100 حيث بلغ عددهم 2 مبحوثين وبنسبة مثلت (5%) من إجمالي أفراد العينة، تليها فئة من 51-100 خلية، حيث بلغ عدد 1 مبحوث وبنسبة قدرت بنحو (2.5%) من إجمالي أفراد العينة، كما هو موضح بالجدول رقم (4) التالي

جدول (4): توزيع أفراد العينة وفقاً لعدد الخلايا

عدد الخلايا	العدد	%
أقل من 50	37	92.5
50-100 خلية	1	2.5
أكثر من 100	2	5
المجموع	40	100

المصدر: جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان

5.10 توزيع أفراد العينة وفق قنوات تسويق الإنتاج

تم توزيع أفراد العينة وفقاً لقنوات تسويق الإنتاج إلى خمس فئات. وأظهرت النتائج أن غالبية أفراد العينة يقومون بتسويق إنتاجهم من خلال الأسواق الشعبية داخل المنطقة، حيث بلغ عددهم (22) مبحوثاً، بما يمثل (55%) من إجمالي أفراد العينة. وجاءت في المرتبة الثانية فئة التسويق المباشر داخل المزرعة، إذ بلغ عدد أفرادها (16) مبحوثاً بنسبة (40%). تلتها فئة الاستهلاك العائلي والأقارب والأصدقاء بعدد (15) مبحوثاً، وبنسبة (37.5%). أما فئة التسويق عبر الأسواق الشعبية خارج المنطقة فقد بلغ عدد أفرادها (10) مبحوثين بنسبة (25%)، في حين جاءت فئة التسويق للأسواق الخارجية في المرتبة الأخيرة بعدد (3) مبحوثين، وبنسبة (7.5%) من إجمالي أفراد العينة، كما هو موضح في الجدول رقم (5).

جدول (5): توزيع أفراد العينة وفق قنوات تسويق الإنتاج

القنوات	التكرار	%*
أسواق شعبية بالمنطقة	22	55
مباشر داخل المزرعة	16	40
الاستهلاك العائلي والأقارب والأصدقاء	15	37.5
أسواق شعبية خارج المنطقة	10	25
تصدير للأسواق الخارجية	3	7.5

المصدر: جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان

*حسبت الأهمية النسبية من خلال قسمة عدد التكرارات على إجمالي عينة البحث 40 مبحوث.

11. بعض المؤشرات الاقتصادية لمنتجي العسل بعينة البحث

1.11 التكاليف الثابتة

التكاليف الثابتة هي التكاليف التي لا تتغير بتغير حجم الإنتاج، وتشمل إيجار المناحل، والخلايا الخشبية، والبراويز، والشمع. وقد بلغت قيمة هذه التكاليف على مستوى بلديات الجنوب الليبي بعينة البحث 135.527 ألف دينار ليبي. وتوزعت هذه التكاليف بين مكوناتها المختلفة، حيث استحوذت الخلايا

الخشبية على أعلى قيمة بلغت 86.960 ألف دينار ليبي، تليها البرايز بقيمة 42.280 ألف دينار ليبي، والتي مثلت نحو 31.20% من إجمالي التكاليف الثابتة، في حين سجل الشمع أقل قيمة بلغت 6.287 ألف دينار ليبي. ويوضح الجدول رقم (6) توزيع عناصر التكاليف الثابتة وقيمتها النسبية.

جدول (6): توزيع بنود التكاليف الثابتة لمنتجي العسل في بلديات الجنوب الليبي

التكاليف الثابتة	القيمة بالدينار الليبي	%
الخلايا الخشبية	86.960	64.16
البرايز	42.280	31.20
الشمع	6.287	4.64
ايجار المناحل	0	0
الإجمالي	135.527	100

المصدر: جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان

2.11 التكاليف المتغيرة

التكاليف المتغيرة هي التكاليف التي تتغير بتغير حجم الإنتاج، وتكون مساوية للصفر في حالة توقف الإنتاج. وقد بينت نتائج البحث أن أعلى بند من بنود التكاليف المتغيرة تمثل في تكلفة سكر التغذية، حيث بلغت 4,348 ألف دينار ليبي، مشكّلةً نحو 30.14% من إجمالي التكاليف المتغيرة. وجاءت تكاليف الصيانة في المرتبة الثانية بقيمة 4,652.48 ألف دينار ليبي، ونسبة 24.60% من إجمالي التكاليف المتغيرة، تلتها تكاليف العمالة التي بلغت 3,851 ألف دينار ليبي، بما يعادل 20.36%. كما بلغت تكلفة شمع الأساس 2,653.388 ألف دينار ليبي، بنسبة 14.03%، في حين بلغت تكلفة الأدوية 2,054.742 ألف دينار ليبي، مشكّلةً نسبة 10.87% من إجمالي التكاليف المتغيرة. ويوضح الجدول رقم (7) توزيع بنود التكاليف المتغيرة وقيمتها النسبية.

جدول (7): توزيع بنود التكاليف المتغيرة لمنتجي العسل في بلديات الجنوب الليبي

التكاليف المتغيرة	القيمة بالدينار الليبي	%
سكر التغذية	5699.00	30.14
الصيانة	4652.48	24.60
العمالة	3851.00	20.36
شمع الأساس	2653.388	14.03
الأدوية	2054.742	10.87
الإجمالي	18.910.61	100

الإيرادات الكلية لأنواع العسل في الجنوب الليبي

تم تقسيم افراد العينة وفقا لنوع العسل بعينة البحث إلى ثمانية انواع، حيث بينت النتائج أن غالبية افراد العينة هم من فئة منتجي عسل الاثل، حيث بلغ عددهم 34 مبحوث وبنسبة مثلت نحو (85%) من إجمالي أفراد العينة، ويرجع ذلك الى ارتفاع قيمته الغذائية بمقارنة بأنواع العسل الأخرى وتزايد الطلب عليه في الأسواق المحلية والدولية (الكيلاني، 2024)، بعدها منتجي عسل الربيعي بلغ عددهم 15 مبحوثين وبنسبة مثلت (37.5%) من إجمالي أفراد العينة، تليها فئة عسل الحمضيات، حيث بلغ عددهم 10 مبحوثين وبنسبة قدرت بنحو (25%) من إجمالي أفراد العينة، تم عسل الطلح حيث بلغ عددهم 8 مبحوثين وبنسبة قدرت بنحو (20%) كما هو موضح بالجدول رقم (8) التالي

جدول (8): توزيع أفراد العينة وفقا لنوع انتاج العسل ببلديات الجنوب الليبي

نوع العسل	التكرار	عدد الخلايا	الإيرادات الاجمالية	متوسط ايراد الخلية	اجمالي الإنتاج كجم/	متوسط سعر كجم/عسل
عسل الاثل	34	613	99.670	162.6	4039	24.67
عسل الربيعي	15	187	26.040	139.3	916	28.4
عسل الحمضيات	10	186	22.050	118.5	848	26
عسل الطلح	8	158	43.522	275.5	632	68.86
عسل السدر	7	104	20.740	199.4	483	42.93
عسل السرو	5	89	19.815	222.6	401	49.4
عسل البرسيم	4	45	9.400	208.8	450	20.8
عسل الكرنه	2	10	2000	200	50	40
عسل المخلوط	2	17	8000	470.6	320	25
الاجمالي		1409	251.237		8139	

المصدر: جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان

14. الكفاءة الإنتاجية والاقتصادية للموارد المستخدمة لخلايا انتاج العسل

بلغ اجمالي صافي العائد الكلي المحقق من انتاج العسل في بلديات الجنوب الليبي 799.39,96 ألف دينار لأجمالي عدد الخلايا بمتوسط بلغ 68.7 دينار للخلية الواحدة، بينما بلغ اجمالي التكاليف الكلية 437.61,154 ألف دينار لأجمالي عدد الخلايا بعينة البحث بمتوسط بلغ 109.6 دينار للخلية الواحدة، بينما تبين ان الربحية النسبية قد قدرت بحوالي 19.5% من انتاج العسل بينما بلغ العائد عل الدينار المستثمر (عائد الدينار من تكاليف انتاج العسل) حوالي 0.63 دينار خلال الموسم 2023-2024.

جدول (9): صافي العائد والعائد على الدينار المستثمر لعينة منتجي العسل ببلديات الجنوب الليبي

ر.م	البيان	اجمالي عينة البحث
1	اجمالي التكاليف المتغيرة / دينار	18.910.61
2	اجمالي التكاليف الثابتة / دينار	135.527
3	*اجمالي التكاليف الكلية / دينار (2+1)	154.437.61
4	اجمالي الإيرادات الكلية / دينار	251.237
5	** صافي العائد (3-4)	96.799.39
6	***الربحية النسبية (1/5)*100	%19.5
7	****العائد على الدينار المستثمر للخلية بالدينار (3/5)	0.63

المصدر: جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان

*اجمالي التكاليف الكلية=التكاليف المتغيرة + التكاليف الثابتة

** صافي العائد= اجمالي الإيرادات الكلية - اجمالي التكاليف الكلية

***الربحية النسبية=اجمالي التكاليف المتغيرة ÷ صافي العائد

****العائد على الدينار المستثمر= صافي العائد ÷ اجمالي التكاليف الكلية

15. متوسطات الايراد الكلي لإنتاج العسل/ كجم

بين البحث بأن متوسط تكلفة انتاج العسل في بلديات الجنوب الليبي 18,97 دينار /كجم بمتوسط، بينما بلغ متوسط اجمالي التكاليف الكلية للخلية 109,6 دينار. كما بلغ متوسط انتاج الخلية الواحدة 5,77 كجم/ خلية بعينة البحث، بينما بلغ متوسط سعر البيع العسل 40,75 كجم اما بمتوسط الايراد الصافي بلغ 21,78 دينار للخلية الواحدة، بينما بلغ العائد عل الدينار المستثمر (عائد الدينار من تكلفة انتاج واحد كيلو جرام من العسل) حوالي 0,199 دينار خلال الموسم 2023-2024.

جدول (10): صافي العائد والعائد على الدينار المستثمر لعينة منتجي العسل ببلديات الجنوب الليبي

البيان	اجمالي عينة البحث
اجمالي التكاليف الكلية/دينار	154,437.6
اجمالي انتاج العسل / كجم	8,139
متوسط تكلفة العسل /كجم	18,97
عدد خلايا انتاج العسل	1,409
متوسط اجمالي تكلفة الكلية للخلية/دينار	109,6
متوسط اجمالي انتاج الخلية/كجم	5,77
متوسط سعر بيع العسل كجم/دينار	75,40
متوسط الايراد الصافي	21,78
العائد على الدينار المستثمر للخلية بالدينار	0,199

المصدر : جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان

16. التكاليف التسويقية لإنتاج العسل

أوضحت نتائج البحث المتحصل عليها من استمارة الاستبيان بان تكاليف التعبئة احتلت المرتبة الاولى من اجمالي التكاليف التسويقية، حيث بلغت نحو 755.37,6 ألف دينار ليبي وتشكل ما نسبته 58.5%، تليها تكلفة النقل والتي قدرت بحوالي 3.486 ألف دينار ليبي وتمثل نسبة 30.2% من اجمالي التكاليف التسويقية، تكاليف الفرز احتلت المرتبة الأخيرة بقيمة قدرت بحوالي 302.24,1 ألف دينار ليبي وتشكل نسبة 11.3%.

جدول (11): التكاليف التسويقية للعسل المنتج في بلديات الجنوب الليبي

التكاليف التسويقية	القيمة بالدينار الليبي	%
التعبئة	6,755.37	58.5
النقل	3,486.00	30.2
الفرز	1,302.24	11.3
الإجمالي	543.61,11	100

لمصدر : جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان

17. الكفاءة التسويقية لإنتاج العسل

تشير تقديرات الكفاءة التسويقية على مستوى عينة البحث في الجنوب الليبي انها بلغت 93 % على مستوى منطقة البحث بالكامل، بالرغم من ان الكفاءة التسويقية قدرت قيمتها بأكثر من 50 % بعينة البحث الانها قد تختلف بشكل بسيط من بلدية الى اخرى. كما تشير قياس الكفاءة التسويقية باستخدام معادلة Sheperd الى ان معامل الكفاءة التسويقية بلغ نحو 21.76، مما يدل على ارتفاع الكفاءة التسويقية وانخفاض العبء للتكاليف التسويقية مقارنة بقيمة المبيعات.

جدول (12): الكفاءة التسويقية لمنتجي العسل في بلديات الجنوب الليبي

المعادلة	التكاليف الإنتاجية الكلية	التكاليف التسويقية	قيمة المبيعات	الكفاءة التسويقية %
ME*	154,437.61	543.61,11	–	93
Sheperd**	–	543.61,11	251.237	21.76

*الكفاءة التسويقية = $100 - \left(\frac{\text{التكاليف التسويقية}}{\text{التكاليف الإنتاجية}} + \text{التكاليف الإنتاجية} \right) \times 100$

** Sheperd = قيمة المبيعات ÷ التكاليف التسويقية

18. كمية الفاقد

تشير البيانات على مستوى عينة البحث في الجنوب الليبي ان كمية الفاقد من انتاج العسل نتيجة العمليات التسويقية المتمثلة في الفرز والتعبئة والنقل بلغت 120 كجم من الإنتاج الإجمالي من العسل وتشكل نسبة 1.47 % على مستوى منطقة البحث.

جدول (13): كمية الفاقد من انتاج العسل في بلديات الجنوب الليبي

الإنتاج الإجمالي/كجم	كمية الفاقد/كجم	%
8.139	120	1.47

المصدر : جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان

19. المعوقات التسويقية التي تواجه منتجي العسل في بلديات الجنوب الليبي

من اهم المشاكل التسويقية العسل في بلديات الجنوب الليبي وفقا لآراء منتجين العسل بعينة مجتمع البحث هي مشكلة عدم وجود أسواق منظمة في المنطقة ، حيث بلغ عددهم 37 مبحوث وبنسبة مثلت نحو (92.5%) من إجمالي أفراد العينة، تليها مشكلة عدم وجود قنوات للتصدير الإنتاج بالخارج حيث بلغ عددهم 31 مبحوث وبنسبة مثلت (77.5%) من إجمالي أفراد العينة، تم مشكلة عدم توفر وسائل النقل وارتفاع تكاليفها ، حيث بلغ عددهم 30 مبحوث وبنسبة قدرت بنحو (75%) من إجمالي أفراد العينة، تم عدم معرفة المستهلك بالقيمة الغذائية للمنتج حيث بلغ عددهم 30 مبحوث وبنسبة قدرت بنحو (75%)،

انخفاض الطلب على العسل المحلي مقارنة بالطلب على العسل المستورد وبلغ عددهم 23 مبحوث ونسبة (57.7%) من إجمالي أفراد العينة. كما هو موضح بالجدول رقم (14)

جدول (14): أهم المشاكل التسويقية التي تواجه منتجي العسل في الجنوب الليبي

المشاكل	الآراء (التكرار)	%*
عدم وجود أسواق منظمة في المنطقة	37	92.5
عدم وجود قنوات للتصدير الإنتاج بالخارج	31	77.5
عدم توفر وسائل النقل وارتفاع تكاليفها	30	75
عدم معرفة المستهلك بالقيمة الغذائية للمنتج	30	75
انخفاض الطلب على العسل المحلي مقارنة بالطلب على العسل المستورد	23	57.7

المصدر: جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان

*حسبت الأهمية النسبية من خلال قسمة عدد التكرارات على إجمالي عينة البحث 40 مبحوث.

20. أهم المقترحات لحل المشاكل التسويقية التي تواجه منتجي العسل في بلديات الجنوب الليبي

أظهرت نتائج البحث أن من أهم المقترحات التي قدمها منتجو العسل لحل مشكلات تسويق إنتاج العسل في بلديات الجنوب الليبي دعم الإنتاج المحلي، حيث بلغ عددهم (21) مبحوثاً، بنسبة مثلت نحو (52.5%) من إجمالي أفراد العينة. كما جاء مقترح إقامة ورش العمل والمعارض، حيث بلغ عدد من اقترحوه (21) مبحوثاً، بنسبة مثلت (52.5%) من إجمالي أفراد العينة. وجاء في المرتبة التالية الاهتمام بالأسواق المحلية، حيث بلغ عددهم (18) مبحوثاً، بنسبة قدرت بنحو (45%) من إجمالي أفراد العينة، يليه توفير أجهزة تحليل العسل في المنطقة بأسعار مناسبة، حيث بلغ عددهم (17) مبحوثاً، بنسبة قدرت بنحو (42.5%). كما أوصى (16) مبحوثاً، بنسبة (35.5%) من إجمالي أفراد العينة، بضرورة المحافظة على المراعي الطبيعية والتوسع فيها. في حين اقترح (14) مبحوثاً، بنسبة (35%)، دعم قنوات التصدير، بينما جاء في المرتبة الأخيرة توحيد أسعار العسل من قبل الجمعيات، بنسبة (25%)، كما هو موضح في الجدول رقم (15) التالي.

وتوضح هذه النتائج أن غالبية منتجي العسل يرون أن معالجة مشكلات تسويق الإنتاج تتطلب التركيز على دعم الإنتاج المحلي، وتعزيز الأنشطة الإرشادية والتسويقية، وتوفير البنية التحتية اللازمة لفحص جودة العسل، إلى جانب الحفاظ على المراعي الطبيعية، بما يسهم في تطوير قطاع إنتاج العسل في بلديات الجنوب الليبي، كما هو موضح في الجدول رقم (15).

جدول (15): مقترحات حل المشاكل التسويقية التي تواجه منتجي العسل في الجنوب الليبي

المقترحات	الآراء (التكرار)	%*
دعم الإنتاج العسل المحلي	21	52.5
إقامة ورش العمل والمعارض المحلية والدولية	21	52.5
الاهتمام بالأسواق المحلية بالمنطقة	18	45
توفير أجهزة تحليل العسل في المنطقة وبأسعار مناسبة	17	42.5
المحافظة على المراعي الطبيعية والتوسع فيها	16	35.5
دعم قنوات التصدير	14	35
توحيد أسعار العسل من قبل الجمعيات	10	25

المصدر: جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان

*حسبت الأهمية النسبية من خلال قسمة عدد التكرارات على اجمالي عينة البحث 40 مبحوث.

21. النتائج

- 1- تتركز معظم النحالين من فئة أقل من 50 خلية، ما يشير إلى صغر حجم الإنتاج لدى غالبية المربين.
- 2- عسل الأثل كأهم نوع منتج في المنطقة، حيث تعتمد عملية التسويق بشكل أساسي على الأسواق المحلية والبيع المباشر، مع ضعف واضح في قنوات التصدير الدولية والعالمية.
- 3- بلغ متوسط صافي العائد للخلية الواحدة نحو 68.7 دينار، بينما بلغ العائد على الدينار المستثمر حوالي 0.63 دينار.
- 4- بلغ متوسط إنتاج الخلية نحو 5.77 كجم، بمتوسط سعر بيع قدره 40.75 دينار/كجم.
- 5- بلغت الكفاءة التسويقية مستوى مرتفع نسبياً بلغ حوالي 93%. وتتمثل أهم التكاليف التسويقية وفق المعادلة المستخدمة، فإن هذه النتيجة تعبر أساساً عن انخفاض وزن التكاليف التسويقية مقارنة بالتكاليف الكلية للإنتاج، ولا تعني بالضرورة كفاءة القنوات التسويقية. ويؤكد ذلك استمرار وجود معوقات تسويقية جوهرية تمثلت في غياب الأسواق المنظمة وضعف قنوات التصدير وارتفاع تكاليف النقل.

22.التوصيات

من خلال النتائج التي تم التوصل إليها يوصي الباحث بمجموعة من التوصيات التي قد تساهم بشكل كبير في تطوير العمليات التسويقية لإنتاج العسل النحل ببلديات الجنوب الليبي:

- 1- تطوير البنية التسويقية للعسل من خلال إنشاء أسواق منظمة ومتخصصة، ودعم قنوات التصدير، والتوسع في التسويق الإلكتروني بما يساهم في زيادة فرص التسويق محلياً وخارجياً .
- 2- خفض التكاليف التسويقية ورفع القدرة التنافسية للمنتج عبر توفير وسائل نقل مناسبة، وتحسين عمليات التعبئة والتغليف، وتطوير الخدمات اللوجستية المرتبطة بتسويق العسل .
- 3- تعزيز جودة منتجات العسل من خلال إنشاء مختبرات معتمدة لفحص وتحليل العسل ومنح شهادات الجودة، بما يعزز ثقة المستهلك ويفتح فرصاً تسويقية جديدة .
- 4- دعم وتمكين مربّي النحل وجمعياتهم عبر توفير مستلزمات الإنتاج، وتفعيل التسويق الجماعي، وتنظيم المعارض والأنشطة الترويجية للعسل ومنتجات النحل .
- 5- زيادة الطلب على العسل المحلي وتنويع مصادر الدخل من خلال نشر الوعي بالقيمة الغذائية والصحية للعسل، وتشجيع إنتاج وتسويق المنتجات المصاحبة مثل الشمع وغذاء الملكات وحبوب اللقاح .
- 6- إجراء المزيد من البحوث الاقتصادية المتخصصة، بهدف تحسين قياس الكفاءة الإنتاجية والتسويقية ودعم اتخاذ القرار في قطاع تربية النحل.

شكر وتقدير

أقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى هيئة تنمية الصادرات الليبية، وإلى الجمعية التخصصية لمربي النحل بفران، وإلى جميع النحالين في بلديات الجنوب الليبي، على تعاونهم ومساهماتهم الفاعلة في إنجاح هذا البحث، من خلال تقديم المعلومات والبيانات اللازمة، مما كان له بالغ الأثر في تحقيق أهدافها.

المراجع والمصادر

- 1- أبو النجا، محمد على عواد ومحمد سالم عبد الغفار (2011)، في دراسة اقتصادية لإنتاج العسل وجدواه الاقتصادية في محافظة شمال سيناء، مجلة الاقتصاد الزراعي والعلوم الاجتماعية، كلية الزراعة، جامعة المنصورة، مجلد 2، العدد 10، ص ص 1367 - 1377.
- 2- اشكورفو، ربيعة عمر، ابوراس، حميدة على، بن جمعة، عائشة الفيتوري، مادي، مرام، الضعيف، نرجس (2024)، تقدير بعض الخواص الفيزيائية والكيميائية لبعض عينات عسل النحل الموجودة في السوق المحلي لمدينة الخمس، مجلة العلوم، العدد 18، 17-22.

- 3- باللوازم، حسين عبد الكريم علي، بوقرين، عبد الباسط عبد الكريم موسى، دلعب، ابوبكر خليفة حمد (2021) 'دراسة الاقتصادية تحليلية لمحددات انتاج عسل النحل ببلدية الساحل الجبل الأخضر ليبيا، مجلة الرؤية للعلوم الاقتصادية والسياسية، العدد 3، ص ص 149-171.
- 4- باللوازم، حسين عبد الكريم وميكائيل، سعاد صالح وحسين، ارويحطة محمد، (2019)، دراسة الاقتصادية تحليلية لمحددات انتاج عسل النحل ببلدية شحات الليبية، مجلة المختار للعلوم الاقتصادية، المجلد السادس، العدد 11، البيضاء، ليبيا، ص ص 158-178
- 5- البرغوتي، ميلاد محمد عمر (2020)، دراسة تربية النحل في منطقة بني وليد (دراسة في الجغرافية الزراعية)، المؤتمر الجغرافي الخامس عشر، منشورات جامعة سرت.
- 6- الساعدي، عبدالله، (2022)، مربى النحل في المنطقة الجنوبية، تقرير غير منشور، سبها، ليبيا.
- 7- غوش، عبد اللطيف محمد، ججاج، محسن، عليو، محمود، مكيس خليل (2017)، دراسة الخصائص الاقتصادية والاجتماعية للنحالين والتسويق المباشر لمنتجات النحل في سورية، المجلة الأردنية في العلوم الزراعية، مجلد 13، العدد 3.
- 8- كيلاني بن سعيد، (2024)، ملتقى الأول للنحالين بمنطقة فزان، كلية الزراعة، جامعة سبها، سبها، ليبيا.
- 9- منظمة الأغذية والزراعة العربية، الخرطوم، السودان 2023.