



منظمة
العمل
الدولية

دراسة تحليل السوق وإستراتيجية التسويق في قطاع إنتاج البندورة في المفرق

مسودة التقرير ٢ (١٠ أغسطس/آب ٢٠١٤)

يعد الأردن مركزًا مهمًا في المنطقة لإنتاج البندورة وتصديرها، إذ تعدّ الأردن رابع أكبر مصدر للطماطم الطازجة في العالم. ويعد إنتاج البندورة في الأردن الأعلى من بين إنتاج الخضروات بنسبة ٤٣،٤% من إجمالي إنتاج المملكة من الخضروات. وقد شهد إنتاج البندورة في الأردن العديد من التطورات الكبيرة في السنوات الأخيرة، وذلك بفضل عدد الاستثمارات التي ازدادت في هذا القطاع بعد تحسين وتوزيع الإنتاج، واستخدام تقنيات حديثة، مثل البيوت البلاستيكية لإنتاج البندورة، وخاصة في محافظة المفرق. وقد ازداد إنتاج الأردن من البندورة بأكثر من الضعف خلال العقد الماضي.

وتشير دراسة تحليل السوق في هذا التقرير إلى عدد من الإحصاءات والمؤشرات التي تظهر الإمكانيات الكبيرة التي يملكها القطاع لتحقيق النمو، وهناك العديد من الفرص التي يمكن استغلالها في ظل زيادة الطلب نتيجة للنمو السريع نسبيًا في عدد السكان، بالإضافة إلى فرص التسويق التي من شأنها أن تزيد من ربحية التصدير (بشروط تحسين الجودة من خلال اعتماد ممارسات أفضل في مرحلة ما بعد جني المحصول)، بالإضافة إلى التوسع في التصدير إلى الأسواق الإقليمية، والمنافع المتعددة المتوقعة من توحيد جهود التسويق والترويج بين منتجي البندورة في محافظة المفرق

هنالك العديد من نقاط القوة التي يتمتع بها هذا القطاع والتي تتمثل بشكل أساسي بقاعدة الإنتاج الكبيرة في المفرق، والوضع التنافسي القوي في الأسواق المحلية والخارجية، وتوفر الإنتاج خلال فصل الصيف (حين يتوقف إنتاج البندورة في منطقة وادي الأردن)، بالإضافة إلى الموقع الجغرافي القريب من الأسواق الإقليمية الأساسية، إلا أن هذا القطاع ورغم ذلك كله يعاني من عدد من نقاط الضعف الداخلية كما أنه معرض لعدد من التحديات الخارجية.

وتتعلق نقاط الضعف الداخلية بنقص التقنيات والآليات الحديثة الخاصة بعمليات الوزن والقطف، والعمر المحدود لتخزين البندورة في المفرق بالإضافة إلى الخسائر التي يتكبدها المنتجون بسبب نقص مرافق ما بعد قطف المنتج (التبريد السريع، وبرادات التخزين، والمعايرة)، وبعض القضايا المتعلقة بالجودة والناجمة عن الأساليب المتبعة مع المنتج بعد عملية القطف، والتغليف، والنقل، والاستخدام غير الملائم للأسمدة والمبيدات. أضف إلى ذلك عجز المزارعين في المفرق عن تسويق منتوجهم من البندورة بشكل مشترك. أما التحديات الخارجية فمتعلقة بالقضايا الأمنية وعدم الاستقرار السياسي الذي تشهده المنطقة والذي يؤثر بالضرورة على الأسواق الإقليمية الأساسية، كالعراق، بالإضافة إلى شح المصادر المائية

وملوحة المياه الجوفية. وهناك تحدّ آخر متمثل في القوة التفاوضية لتجار الجملة بما يجعلهم قادرين على فرض أسعار معينة بحيث لا يكون المزارعون قادرين على التواصل مباشرة مع تجار التجزئة أو الأسواق الاستهلاكية.

وهناك توصيات أساسية يقدمها التقرير من بينها: إنشاء جمعية للمزارعين في المفرق من أجل تحقيق اقتصادات السعة من خلال شراء المستلزمات والمواد بشكل مشترك، والتعامل مع قضايا التسويق والترويج والتغليف بشكل جماعي، بالإضافة إلى التوسع في تقديم منتجات فرعية من البندورة أو التوسع في إنتاجها مثل: معجون البندورة، والبندورة المجففة، وإنتاج أصناف مختلفة من البندورة مثل البندورة العنقودية والبندورة الصغيرة. وهناك توصية أخرى بخصوص إنشاء مركز للوزن (يمكن أن يدار من قبل السيدات) والذي يوفر خدمات الوزن والتصنيف لمزارع المفرق بطريقة التعاقد الثانوي. ويقترح التقرير توصيات أخرى في مجالات تتعلق ببناء قدرات المزارعين والعمال خاصة فيما يتعلق بتعزيز أساليب ضخ الماء والممارسات الخاصة بعملية ما بعد قطف المنتج.

معلومات عامة

يشير تقرير تقييم سلسلة القيمة حول قطاع البندورة في المشرق إلى السليبيات في بعض المراحل من سلسلة القيمة في هذا القطاع. وهناك بعض نقاط الضعف الأساسية المتعلقة بممارسات التسويق، كالترويج وجودة المنتج والتغليف والتوزيع وغيرها من السليبيات التسويقية والعملية. وقد خلص تقرير سلسلة القيمة إلى ضرورة إجراء دراسة للسوق للتحقق من ديناميكيات العرض والطلب، وتحديات التسويق وفرصه، بالإضافة إلى تحديد الفرص الاقتصادية للأطراف المختلفة في قنوات التسويق ولاسيما المجتمع المحلي ضمن هذا القطاع، مع تركيز أساسي على المرأة وصغار المنتجين.

الأهداف

إن الهدف الأساسي لهذه الدراسة يتمثل في تحديد فرص الأعمال في قطاع إنتاج البندورة في محافظة المشرق والتي قد يكون لها إمكانيات تسويقية جيدة للمرأة ورواد الأعمال بالإضافة إلى صغار المنتجين. وتهدف الدراسة كذلك إلى تحديد ووصف قطاعات السوق المتعددة، بالإضافة إلى وضع إستراتيجية تسويق ملائمة من شأنها أن تحقق انخراطاً أفضل وأكثر فعالية للمجتمع المحلي.

ومن أجل تحقيق الأهداف السابقة الذكر، فإنه لا بد من بيان الأهداف المحددة للدراسة، كما تم ذكرها في الأحكام المرجعية:

١. بيان الوضع الحالي فيما يتعلق بتوفر المواد والمهارات المحلية والبنية التحتية الخاصة بالمعالجة والاتصالات وقنوات التسويق والتقنيات الملائمة في المجال المستهدف.
٢. تقييم مستوى الطلب المحلي والإقليمي والوطني لهذه المنتجات التي يمكن إنتاجها بكفاءة على مستوى صغير أو أصغر من خلال تشغيل السيدات، بحيث يتم دعمها من خلال المشروع وتنظم على أساس المنتجين الأفراد أو مشاريع الأعمال الصغيرة أو الصغرى كما هو محدد في المشروع، وذلك إما من ناحية الإنتاج أو التسويق على أساس مؤسسة الأعمال الفردية أو بناء الشبكات مع مؤسسات أخرى، وبالأخص فيما يتعلق بالمشتريات أو التسويق المشترك.

٣. تحديد الأطراف ذوي الإمكانات الأكبر ضمن القطاع الفرعي لإنتاج البندورة في المفرد مع التركيز على أنشطة القيمة المضافة (مثل إنتاج الطعام والمعالجة والبيع والبستنة والزراعة العضوية..).
٤. تحديد الأسواق المحتملة ولاسيما تحديد الأنماط التجارية وتوجهاتها، والإجراءات والتعليمات وخاصة في الأسواق المضيفة وفي أنحاء أخرى من الدولة كذلك أو فيما يتعلق بالتصدير للدول الأخرى مثل أوروبا إن كان هذا ضروريًا في بعض خطوط الإنتاج.

المنهجية

يعتمد التقرير على البحث العلمي المكتبي بالإضافة إلى البحوث الميدانية وتحليل بيانات كمية أساسية تم الحصول عليها من خلال المقابلات مع عدد من المزارعين ومنتجي الزيتون في إربد.

أما البيانات الثانوية في هذا التقرير فقد حصلنا عليها من تقارير وقواعد بيانات نشرت من قبل دائرة الإحصاءات العامة ووزارة الزراعة والبنك المركزي الأردني وتقرير منظمة العمل الدولية حول تقييم سلسلة القيمة لإنتاج الزيتون في إربد وجمعية مصدري ومنتجي الخضار والفواكه (JEPA)، وغيرها من التقارير والإحصاءات التي حصلنا عليها من مصادر رسمية.

ويظهر الجدول التالي العمليات المنهجية الأساسية ومخرجات عمليات البحث والتحليل المكتبية القائمة على مصادر البيانات الثانوية:

	نطاق عمليات البحث والتحليل المكتبية القائمة على مصادر البيانات الثانوية
جوانب التركيز	المنهجية
<ul style="list-style-type: none"> بيان التحديات التي تواجه القطاع ونقاط الضعف في قطاعات سلسلة القيمة بالإضافة إلى وضع المجتمع المحلي والتحديات التي يفرضها اللاجئون والتي ربما قد تم تحديدها مسبقًا. كما أن الفريق 	مراجعة تقرير تقييم سلسلة القيمة الصادر سابقًا عن منظمة العمل الدولية

<p>الاستشاري قد قام بهذه المهمة من أجل التأكد من أن هذه الدراسة وإستراتيجية السوق متسقة ومتزامنة مع التوجهات والأهداف العامة لجهود منظمة العمل الدولية في الجوانب المعنية.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● تحليل أنماط العرض والطلب في الآونة الأخيرة في السوق من جوانب تتعلق بحجم السوق وتوجهات الإنتاج وأنماط التجارة وعمليات الاستيراد/التصدير. 	<ul style="list-style-type: none"> ● أداء مراجعة مكتبية تحليلية للبحوث والوثائق المتوفرة والتي قد تشمل بيانات ومعلومات حول القطاع. وتشتمل هذه على بيانات إحصائية وتقارير من المصادر التالية: دائرة الإحصاءات العامة، وزارة الزراعة، جمعية مصدري ومنتجي الفواكه والخضار، وأسواق الجملة المركزية وغيرها من المصادر.
<ul style="list-style-type: none"> ● تحديد التوجهات والسمات للعوامل الاقتصادية والاجتماعية في المناطق التي يتواجد فيها المجتمعات المحلية المستهدفة. 	<ul style="list-style-type: none"> ● مراجعة جميع البيانات الإحصائية والتقارير التي تم الحصول عليها من مصادر رسمية للبيانات بخصوص العوامل الاقتصادية والاجتماعية التي قد يكون لها أثر مباشر أو غير مباشر على المجتمعات المحلية في كل واحدة من المناطق المحمية.

ويظهر الجدول الآتي كذلك العمليات المنهجية الأساسية ومخرجات عمليات البحث والتحليل المكتبية حول مصادر البيانات الأساسية:

	<p>نطاق عمليات البحث والتحليل المكتبي بالاعتماد على مصادر البيانات الأساسية</p>
<p>جوانب التركيز</p>	<p>المنهجية</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● بيان التحديات ونقاط الضعف ضمن 	<p>مقابلات منهجية مع الأطراف الآتية:</p>

<p>سلسلة القيمة في القطاع.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● التحقق من توجهات العرض والطلب في السوق ● التحقق من القضايا المتعلقة بظروف العوامل ● تحديد وعرض المقترحات الخاصة بالقيمة المضافة للمنتج/الخدمة ● التحقق من الأسعار وهيكلية التسعير ● تحديد توجهات المستهلكين واختياراتهم وأنماط سلوكهم ● تحديد احتياجات وتوقعات المجتمع المحلي. ● تقييم المصادر والقدرات. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ مجموعة من المزارعين والمنتجين وتجار الجملة وتجار البندورة في المفرق، تم اختيارهم بشكل عشوائي، مع تركيز على المرأة وأصحاب الشركات الصغيرة والصغرى. ○ مدير الجمعية الأردنية لمصدري ومنتجي الخضروات والفواكه (JEPA) ○ خبراء مختصون في تجارة البندورة في الأردن ○ مجموعة عشوائية من المستهلكين (تجار صغار ومستهلكون للمنتجات) ○ زيارات ميدانية لمديرية الزراعة في المفرق
---	--

وقد استخدم الفريق الاستشاري خلال تقييم عمليات التسويق في القطاع نموذج المزيج التسويقي (4Ps) كما تم استخدام النموذج ذاته عند وضع التوصيات الخاصة بإستراتيجية التسويق في القطاع. أما عملية التحليل وبيان مخرجات البحث الأساسية فقد تمت وفق نموذج تحليل "سوت" : نقاط الضعف، نقاط القوة، والفرص، والتهديدات (SWOT). بينما اعتمد الفريق الاستشاري في عملية تحديد فرص الأعمال ومشاريع القيمة المضافة في القطاع على عمليات البحث المكتبي (حول حالات مماثلة) والبحث الميداني (مقابلات مع المزارعين). كما عقد الفريق الاستشاري جلسات عصف ذهني داخلية واعتمد على الخبرات الفردية للخبراء حول التوصيات الأكثر أهمية في هذا الموضوع.

التحديات وقضايا تتعلق بالبيانات

هنالك بعض التحديات والقضايا المتعلقة بالبيانات والتي واجهت الفريق الاستشاري أثناء قيامه بدراسته. وفيما يلي بيان لبعضها:

- النقص العام في البيانات الرسمية حول توجهات الاستهلاك المحلي وسلوك المستهلك، مما اضطر الفريق الاستشاري إلى الاعتماد على البيانات النوعية التي تم جمعها خلال عملية البحث

- الميداني بالإضافة إلى حسابات منطقية بناء على البيانات الخاصة بالإنتاج والتصدير والاستيراد، وذلك من أجل التوصل إلى تقديرات ذات دلالة على الطلب والاستهلاك.
- نقص الأرقام الرسمية المتعلقة بأحجام المبيعات وأسعار المنتجات المختلفة، إذ ليس هنالك تمييز واضح بين الأنواع المختلفة للمنتجات.
 - نقص البيانات المتعلقة بأنشطة اقتصادية محددة للاجئين وغيرهم من العاملين في القطاع المستهدف ضمن المناطق المعنية بالدراسة.

هيكلية التقرير

ينقسم هذا التقرير إلى أربعة أقسام أساسية. يقدم القسم الأول بيانات عامة عن الوضع الاجتماعي والاقتصادي في الأردن وبعض المعلومات المتعلقة بمحافظة المفرق على وجه التحديد، ويتبع ذلك عرض للوضع العام للاجئين السوريين وأثره على القطاع الزراعي بشكل عام وعلى إنتاج البندورة في محافظة المفرق بشكل خاص. أما القسم الثاني فيقدم تحليلاً للسوق بالإضافة إلى سلسلة القيمة من ناحية تسويقية في قطاع البندورة في المفرق. ويتناول التحليل بشكل معمق توجهات الطلب والعرض في هذا القطاع ومؤثراته. ويقدم القسم الثالث قائمة بالنتائج الأساسية في سياق تحليل سووت، بينما يقدم القسم الرابع توصيات من أجل تعزيز عملية التسويق في القطاع كما يقدم وصفاً لأفكار أعمال مقترحة ومشاريع لإضافة القيمة، مع تركيز خاص على المرأة وذوي الإنتاج المحدود.

الوضع الاجتماعي والاقتصادي في الأردن

هنالك ثلاث سمات أساسية للاقتصاد في الأردن، وهي: شح الموارد الطبيعية والحجم الصغير للاقتصاد والمعدلات المرتفعة للبطالة. إذ يبلغ معدل البطالة في الأردن ١٢,٦% (حسب إحصاءات ٢٠١٣^١) وهي تمثل معضلة أساسية للتنمية، خاصة أن نسبة البطالة غير الرسمية تصل إلى ٢٥%. تعدّ الأردن دولةً غنيةً بعنصر الشباب وترتفع فيها معدلات الخصوبة، وهذا يعني أن عدد السكان ينمو بوتيرة أسرع من الاقتصاد. كما أن معدلات الفقر والديون الخارجية تشكل تحديات أساسية للدولة. نسبة الأراضي القابلة للزراعة في الأردن تقل عن ٥%، كما أن حجم إنتاج المزارع محدود بمحدودية مساحتها، والطرق غير الفعالة في حراثة الأرض، بالإضافة إلى الشح في مصادر الريّ. المحاصيل الأساسية في الأردن هي الحمضيات وغيرها من الفواكه وأنواع التوت، بالإضافة إلى البندورة والخيار والحبوب والعدس والزيتون. الكثير من الأردنيين يعتمدون على تربية الماشية والدواجن.

وبالرغم من الجهود الحثيثة المبذولة على الصعيد الوطني لتحقيق استقرار اقتصادي، إلا أنّ الأردن ما يزال يواجه العديد من التحديات الاقتصادية والاجتماعية. ففي العام ٢٠١٣ كانت نسبة الدين الحكومي العام إلى الناتج الإجمالي المحلي ٨٧,٧٥ بالمئة. وقد حاولت الحكومة في السنتين أو السنوات الثلاثة الماضية أن تتعامل مع التحديات الاقتصادية من خلال زيادة بعض الضرائب ورفع الدعم جزئيًا عن أسعار المحروقات والكهرباء كما حاولت أن تتوسع في القاعدة الضريبية في الدولة وأن تزيد من الكفاءة في عمليات تحصيلها.

وقد أظهر الاقتصاد الأردني بالفعل بعض التحسن والتعافي في العام ٢٠١٠ عقب الأزمة الاقتصادية التي ضربت العالم في العام ٢٠٠٨. إلا أنّ هذا التعافي الطفيف لم يستمر طويلاً، إذ استاء الوضع الاقتصادي مجددًا في خضم الأزمة السورية التي اندلعت في العام ٢٠١١. لقد أضاف تدفق اللاجئين السوريين إلى الأردن أعباء كبيرة على الاقتصاد الأردني، الذي يعاني أصلاً من ارتفاع كبير في نسب الفقر والبطالة، عدا عن التحديات الكبيرة في قطاع البنية التحتية. ويظهر الجدول الآتي المؤشرات الاقتصادية الاجتماعية في الأردن:

دائرة الإحصاءات العامة ٢٠١٣^١

الجدول ١: بعض المؤشرات الاقتصادية الاجتماعية في الأردن

٢٠١٤	٢٠١٣	٢٠١٢	٢٠١١	٢٠١٠	٢٠٠٩	المؤشر
		21,965.5	20,476.6	18,762.0	16,912.2	الناتج الإجمالي المحلي حسب الأسعار الحالية (مليون دينار أردني)
		10,243.8	10,243.8	9,985.5	9,759.9	الناتج الإجمالي المحلي حسب الأسعار الثابتة (مليون دينار أردني)
		7.3	9.1	10.9	8.5	نسبة النمو في الناتج الإجمالي المحلي حسب الأسعار الحالية (%)
		2.7	2.6	2.3	5.5	نسبة النمو في الناتج الإجمالي المحلي حسب الأسعار الثابتة (%)
21.4	19.2	16.5	13.1	11.4	9.7	كنسبة من

						النتائج الإجمالي المحلي (%)
85	87.75	78	65	61	57	إجمالي الدين العام (مليار دينار أردني)
NA	12.6	12.2	12.9	12.5	12.9	نسبة البطالة (%)
		6,338*				عدد السكان (٠٠٠)
		2.2				نسبة الزيادة في السكان (%)
		5.4				معدل أفراد الأسرة (شخص)
		24.6				معدل النشاط الاقتصادي الخام
		39.3				الرجال
		9.2				النساء
		38.0				معدل النشاط الاقتصادي المنقح (%)
		61.3				الرجال
		14.1				النساء

		4.8				معدل التضخم (%)
--	--	-----	--	--	--	-----------------

المصدر: البنك المركزي الأردني ودائرة الإحصاءات العامة

*باستثناء اللاجئين السوريين

وبالإضافة إلى ارتفاع نسبة الشباب في المجتمع الأردني وارتفاع نسبة الخصوبة مقارنة بفرص العمل الموجودة، فإن مشكلة البطالة في الأردن قد ارتبطت كذلك بعدم وجود توافق بين معدلات العرض والطلب في السوق. تشكل الفئات النشطة اقتصاديًا بين السكان في الأردن ٣٨% فقط من مجموع السكان، وهذه من أدنى نسب المشاركة الاقتصادية في العالم، كما أن معدلات البطالة بين الإناث هي أعلى بكثير من معدلات البطالة بين الذكور، وهي من الأعلى على مستوى المنطقة.

ويسيطر على القطاع الخاص في الأردن الشركات المتوسطة والصغيرة والصغرى والتي تشكل ٩٨% من الشركات الأردنية ويعمل فيها ٧٧% من القوى العاملة. ويمتاز القطاع الخاص باهتمامه بمجال الخدمات ويعتمد على عمالة ذات مستوى متدنٍ من المهارة. ومن الأسباب الأخرى التي تساهم في زيادة معدل البطالة غياب أو ضعف التعليم المهني، نقص التدريب أثناء العمل من قبل أصحاب العمل، وضعف التنسيق بين التعليم واحتياجات السوق. كما يشكل القطاع غير الرسمي نسبة كبيرة من النشاط الاقتصادي العام في الأردن. وبالرغم من غياب الإحصاءات الرسمية، إلا أن العديد من الأبحاث والدراسات تشير إلى أن القطاع غير الرسمي من الاقتصاد يشكل بين ٤٠ و ٤٥ بالمئة من حجم الاقتصاد في الأردن.

هنالك تفاوت مناطقي كبير في العديد من الجوانب في الأردن، إذ تتراوح نسب البطالة بين (٣،١٠%) في الوسط، و (٦،١٥%) في الشمال، و (٠،١٨%) في الجنوب^٢، ويعود هذا بشكل أساسي إلى التباين الحاصل في أماكن عمل الناس وأماكن سكنهم، بالإضافة إلى الرأي الذي يشير إلى غياب الاهتمام بالشركات في المناطق غير الحضرية مع أنها تمثل عصب الحياة وتخلق فرص العمل للعديد من الفقراء في المناطق الريفية.

دائرة الإحصاءات العامة²

وترتفع معدلات الفقر في الأردن، إذ ارتفعت من ١٣،٣% في العام ٢٠٠٨ لتصل إلى ١٤،٤% في العام ٢٠١٠، وهذا يظهر أن حالة الفقر قد استاءت. وهناك ٢٧ جيلاً من جيوب الفقر في الأردن، ستة منها في محافظة المفرق.

عرض عام عن الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية في محافظة المفرق

تبعد مدينة المفرق ٧٠ كم شمال شرق عمان على الحدود بين سهل حوران والصحراء السورية، وتقع مدينة المفرق على مقربة من المدن الأساسية وهي عمان والزرقاء وإربد، وقريبة كذلك من مدينة دمشق السورية. يمتاز المناخ بالجفاف معظم أوقات السنة. وتعد المنطقة الغربية جزءاً من سهل حوران الخصيب، والذي يمتد عبر جنوب سوريا ومرتفعات الجولان وشمال الأردن.

وتبلغ المساحة الإجمالية للمفرق حوالي ٢٦٥٥٥،٦ كم^٢، أي ما نسبته ٢٨% من مساحة الأردن، مما يجعل محافظة المفرق ثاني أكبر محافظة بعد معان.

ويبلغ عدد سكان المفرق ٣٠٠،٣٠٠ نسمة، أي ما نسبته ٤،٧% من سكان الأردن، يمثل الذكور منهم ٥١،٨% من سكان المحافظة، أما الإناث فيمثلن ٤٨،٢%. ويسكن ٦٠،٨% من سكان المحافظة على أطراف المدينة والمناطق الريفية.

تشكل محافظة المفرق من أربعة ألوية وعشر قصبات منها قصبه المفرق، ولواء المفرق، وبلعما، وارحاب، والمنشية، والبادية الشمالية الشرقية، والصالحية، وصبعا، وأم الجمال، ودير الكهف، وأم القطين، وقصبه البادية الشمالية الغربية، ولواء البادية الشمالية الغربية، وسرحان، وحوشا، والخالدية، والرويشد. وفيما يلي بيان لأهم المؤشرات الديمغرافية في محافظة المفرق:

دائرة الإحصاءات العامة³

المنطقة	السكان	معدل الإعالة	المساحة (كم ^٢)	الكثافة السكانية	السكان الذين تقل أعمارهم عن ١٥ سنة	السكان الذين تتراوح أعمارهم بين ١٥ - ٦٤	السكان الذين تتجاوز أعمارهم ٦٥
لواء المفرق	125080	72.9	600.4	208.3	39.1	57.8	3.0
قصبه المفرق	70050	69.7	186.7	375.2	38.1	58.9	2.9
بلعما	25570	82.5	169.8	150.6	42.3	54.8	2.9
ارحاب	20370	75.9	203.5	100.1	39.6	56.8	3.5
المنشيه	9090	66.3	40.3	225.4	36.9	60.1	3.0
البادية الشمالية الشرقية	70970	87.3	3651.0	19.4	43.9	53.4	2.7
الصالحية	20950	98.6	2584.0	8.1	47.4	50.3	2.3
صبحا	12170	76.2	174.7	69.7	40.6	56.8	2.7
أم الجمال	17920	83.0	140.4	127.6	42.5	54.6	2.9
دير الكهف	9150	93.9	665.3	13.8	45.2	51.6	3.2
أم القطين	10780	81.8	86.6	124.5	42.3	55.0	2.7
لواء البادية	92190	79.5	668.6	137.9	41.6	55.7	2.7

							الشمالية الغربية
2.6	53.6	43.8	101.8	283.7	86.6	28880	قصبية البادية الشمالية الغربية
2.7	60.0	37.2	202.4	99.4	66.6	20110	سرحان
2.8	54.4	42.8	115.0	151.5	83.8	17430	حوشا
2.6	55.6	41.8	192.4	134.0	79.9	25770	الخالدية
3.0	61.7	35.4	0.6	21630.5	62.1	12060	الرويشد
2.8	56.3	40.9	11.3	26550.6	77.7	300300	محافظة المفرق (المجموع)
3.3	59.4	37.3	71.9	88793.5	68.2	6,388,000	المملكة

وتظهر الإحصاءات الأخيرة المتعلقة بمؤشرات الفقر، والتي نشرتها دائرة الإحصاءات العامة بالاعتماد على الاستبيان الخاص بمعدل دخل الأسر والإنفاق للعام ٢٠١٠، أن نسبة الفقري في المفرق قد وصلت إلى ١٩،٢ % وهي أعلى قليلاً من المعدل على مستوى المملكة والذي يبلغ ١٤،٤ % ويصل عدد "الفقراء" في محافظة المفرق إلى ٥٤،٥٧٠ نسمة، أي ما يشكل ٦،٢ من مجموع "الفقراء" في الأردن.

وتقدر عدد العاملين في محافظة المفرق بحوالي ٥٥،٦٦٥ عاملاً في العام ٢٠١٢، أي ما نسبته ٣٧ % من سكان المفرق، بينما بلغ عدد العاطلين عن العمل ٦،٦٥٠ شخصاً. ويعمل ٥،٤٣ % من القوى العاملة

في المفرق في قطاع الإدارة العامة، والضمان الاجتماعي، والخدمات العامة الأخرى، بينما يعمل ١٧.٨% في قطاع التعليم، و ٣.٧% فقط في قطاع الزراعة، وهذه نسبة غريبة، إذ إن ٦٨% من سكان محافظة المفرق يعيشون في المناطق الريفية.

وبلغ عدد العمالة الوافدة في المفرق ١٢,٣٩٤ عاملاً، أي ما نسبته ٤.٤% من مجموعة العمالة الوافدة في الأردن.

المؤشرات	محافظة المفرق	المملكة
عدد العاملين من القوى العاملة	55,665	1,268,093
% من العاملين من القوى العاملة	4.4%	
عدد العاطلين عن العمل	6,650	175,470
% من العاطلين عن العمل	3.8%	
عدد العمال الوافدين	12,394	279,798
% من العمال الوافدين	%4.4	
معدل المشاركة في النشاط الاقتصادي	36.4	38.0
معدل البطالة	10.7	12.2
معدل التضخم	5.45	4.77
متوسط دخل الأسرة السنوي (دينار أردني)	7276.3	8823.9

9626.0	7674.7	متوسط إنفاق الأسرة السنوي (دينار أردني)
1660.2	1228.7	متوسط دخل الفرد السنوي (دينار أردني)
1793.0	1290.3	متوسط إنفاق الفرد السنوي (دينار أردني)
14.4	19.2	نسبة الفقر (٢٠١٢)
41.0	14.1	% من الأسر متوسطة الدخل (٢٠٠٨)

المصدر: دائرة الإحصاءات العامة (٢٠١٢)

عرض عام للانعكاسات الاجتماعية والاقتصادية لأزمة اللاجئين السوريين على محافظة المفرق مع التركيز على القطاع الزراعي

تستقبل مدينة المفرق وإربد والأجزاء الشمالية من الأردن بشكل عام أعدادًا كبيرة من اللاجئين السوريين، خاصة في مدن الرمثا والمفرق وإربد، حيث ازدادت نسبة السكان في هذه المدن الثلاثة، ٢٥% و ٣٠% و ٢٠% على التوالي^٤. وقد نجم عن تدفق اللاجئين السوريين إلى هذه المناطق خلال السنوات الثلاثة الأخيرة زيادة الطلب على الموارد الشحيحة أصلاً (وخاصة الماء والكهرباء) بالإضافة إلى الخدمات الأخرى، كالتعليم والرعاية الصحية والنظافة. وقد تشكل ضغط على هذه الموارد إلى الحد الأقصى. من بين اللاجئين السوريين المسجلين رسميًا لدى المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين هنالك ٥٥% ممن تقل أعمارهم عن ١٨، وهذا يعني حاجة ما لا يقل عن ١٢٠،٠٠٠ منهم إلى المدارس، وقد نجم عن هذا ضغط كبير على المرافق التعليمية وتسبب في ازدحام كبير في الصفوف المدرسية. ويسكن أكثر من نصف هؤلاء اللاجئين في محافظتي إربد والمفرق. ووفقًا للمفوضية، فهنالك ازدحام مماثل في مؤسسات الرعاية الصحية في الرمثا، وإربد والمفرق، حيث شهدت هذه المدن نقصًا في المستلزمات الطبية. ومما يزيد الأمر سوءًا نقص الأسرة الذي كان موجودًا أصلاً قبل اندلاع الأزمة

⁴UNHCR

في محافظتي إربد والمفرق، حيث يصل عدد الأسرة في المستشفيات لكل ١٠,٠٠٠ مواطن إلى ١١ سريرًا في إربد، و ٨ أسرة في المفرق^٥.

وتعاني محافظة المفرق من شح في الموارد المائية حتى قبل الأزمة السورية حيث كان يتم توزيع الماء على البيوت مرة أو مرتين في الأسبوع لفترة تصل إلى ست ساعات فقط. وتشير المفوضية بعد لقاءات عقدت مع مسؤولين وممثلين من محافظة المفرق إلى أن لدى اللاجئين السوريين ممارسات غير رشيدة لاستخدام الماء، وقد أسهم هذا كذلك في تفاقم مشكلة شح المياه.

أما فيما يتعلق بالتوظيف وسوق العمل، فهناك تقارير تشير إلى أن اللاجئين السوريين بدأوا يزاحمون العمال الأردنيين في بعض القطاعات، كالمطاعم والتجارة والبيع بالتجزئة والإنشاءات، ولا يختلف الأمر كثيرًا فيما يتعلق بالزراعة غير أنها أقل حدّة مقارنة بالقطاعات الأخرى، وذلك لأنّ الأردنيين لا ينخرطون كثيرًا في عمليات الإنتاج في هذا القطاع. وتشير بعض التقارير إلى قضية "ثقافة العيب" بين الأردنيين التي تمنعهم من العمل في بعض الأعمال كالزراعة على سبيل المثال. إلا أنّ الدراسات الميدانية تشير إلى أنّ السبب الأساسي الذي يحول دون اهتمام الأردنيين بمثل هذه الأعمال هو العامل الاقتصادي وضعف الأجور التي يقدمها أصحاب المزارع والحقول، بالإضافة إلى ظروف العمل السيئة، وليس الأمر مرتبطًا بالضرورة بأنماط ثقافية معينة. ويشير تقرير صادر عن منظمة العمل الدولية بخصوص تقييم سلسلة القيمة في قطاع إنتاج البندورة في محافظة المفرق إلى ضرورة خلق أنشطة مضيئة للقيمة من أجل تحفيز الأردنيين على الانخراط في هذه الأعمال، وضرورة إجراء تقييم سريع للتحقق من الأبعاد الثقافية المتعلقة بعدم رغبة الأردنيين في العمل في المزارع. وقد كان العمال المصريون في القطاع الزراعي هم الأكثر تأثرًا بتدفق اللاجئين السوريين، الذين بدأوا يزاحمونهم على أعمالهم، بعد أن كان الوافدون المصريون يستأثرون تقريبًا بالعمل في هذا القطاع.

لم يشهد القطاع الزراعي في الأردن نموًا كبيرًا بسبب النقص في الموارد البشرية، إذ يحجم الأردنيون عادة عن العمل في هذا القطاع، كما أن الحكومة تضع قيودًا على عدد العاملين الوافدين فيه. إلا أنّ الوضع تغير مع تدفق اللاجئين السوريين. إذ عزم بعض أصحاب المزارع الأردنيين على زيادة إنتاجهم من البندورة، إذ لم يعودوا يواجهون مشكلة في العمالة كما كان الأمر في السابق. وقد ذكر بعض

⁵ وزارة الصحة

الأشخاص الذين قابلناهم أن العمال المصريين أكثر مهارة وكفاءة في المراحل الأولى من الإنتاج الزراعي، كحراثة الأرض وتجهيزها، والتسميد والبذر، إلا أن العمال السوريين أفضل في مرحلة جني المحصول والمراحل التالية لذلك، كالقطف والتعامل مع المحصول والفرز والوزن وغيرها، إذ يتمتعون بمهارة أكبر من المصريين في هذه الجوانب، وقد تمت الإشارة إلى وجود تحسن في الجودة مؤخرًا، خاصة فيما يتعلق بالبندورة المنتجة في المفرق، وذلك نتيجة للممارسات الأفضل المتعلقة بمرحلة ما بعد قطف الثمار وغيرها.

دراسة تحليل السوق

تحليل العرض

تعد المفرق أحد أهم المناطق الزراعية في الأردن، إذ تشكل ١٩% من مجموع المساحة المزروعة في الأردن. ويظهر الجدول الآتي أن محافظة المفرق تساهم بما نسبته ٢٧% من إجمالي محاصيل الحبوب في الأردن، و ١٧% من أشجار الفواكه و ٥% من إجمالي المساحة المزروعة بالخضروات في الأردن. وهذا دليل على الأهمية النسبية للمحافظة فيما يتعلق بالنشاط الزراعي.

الجدول ٣: المساحة المزروعة في المفرق

المؤشر	محافظة المفرق	المملكة	نسبة محافظة المفرق من مجموع الأراضي المزروعة في الأردن
مساحة الأراضي المزروعة بالمحاصيل	30,230	112,904	27%
مساحة الأراضي المزروعة بالفواكه	14,152	85,005	17%
مساحة الأراضي المزروعة بالخضروات	2,247	42,863	5%
إجمالي المساحة المزروعة	46,629	240,771	19%
عدد الجمعيات التعاونية الزراعية*	28	284	10

المصدر: دائرة الإحصاءات العامة، ٢٠١١ *المصدر: المؤسسة التعاونية الأردنية

المساحات والمحصول والإنتاج

يتم زراعة البندورة في الأردن بوصفها أهم صنف من الخضروات لأغراض الاستهلاك المحلي وللتصدير، وهي تغطي ما نسبته ٢٧,٥% تقريبًا من المساحة المزروعة بالخضروات و٣% تقريبًا من إجمالي المساحة المزروعة في الأردن. ويعد إنتاج البندورة الأعلى في الأردن، إذ يشكل ما نسبته ٤٣,٤% من إنتاج الخضروات في الأردن لعام ٢٠١٢، ويأتي الخيار في المرتبة الثانية بنسبة ٩,٢% ثم الباذنجان ٧,١% ويتبعه البطيخ ٦,٤%.

ووفق البيانات الواردة في الاستبيان الزراعي الذي أجرته دائرة الإحصاءات العامة فإن إجمالي المساحة المستغلة في إنتاج البندورة سواء في البيوت البلاستيكية أو في الحقول المفتوحة في الأردن قد شهدت زيادة جيدة، إذ وصلت إلى ١٢,٣٤٥ هكتار في العام ٢٠١٢، بعد أن كانت ٧,٦٥٦ هكتار في العام ٢٠٠٢، أي بزيادة بلغت نسبتها ١٦١% خلال العقد الماضي. ويظهر الجدول التالي حجم الزيادة الذي طرأ على إجمالي المساحة المزروعة بالبندورة في الأردن خلال الفترة ٢٠٠٢-٢٠١٢.

المستوى: الأردن					المحصول: البندورة
2012	2011	2010	2009	2008	جوانب الإحصاء
12,345	12,954	14,189	12,394	11,752	المساحة المزروعة
59.8	60.0	52.0	52.8	51.1	معدل الإنتاج (طن/هكتار)
738,227	777,820	737,262	654,306	600,336	الإنتاج (مليون طن)
-5.1%	5.5%	12.7%	9.0%		معدل نمو الإنتاج (%)

المصدر: دائرة الإحصاءات العامة، الاستبيان الزراعي.

⁶ وزارة الزراعة ودائرة الإحصاءات العامة

⁷ دائرة الإحصاءات العامة- الاستبيان الزراعي ٢٠١٢

ويظهر الجدول السابق أن إجمالي المساحة المزروعة بالبندورة في الأردن قد وصلت إلى ١٢,٣٤٥ في العام ٢٠١٢، بعد أن كانت ١١,٧٥٢ في العام ٢٠٠٨، أي بزيادة تصل نسبتها إلى ٥%. كما ازداد إجمالي الإنتاج من ٥١,٧ طن/هكتار في العام ٢٠٠٨ ليصل إلى ٥٩,٨ طن/هكتار في العام ٢٠١٢.

وقد طرأ تطور كبير على إنتاج الأردن من البندورة في السنوات الأخيرة، إذ شهد القطاع العديد من الاستثمارات من أجل تحسين وتوسيع الإنتاج، ومن ذلك الاعتماد على البيوت البلاستيكية لإنتاج البندورة، وخاصة في المفرق، إذ وصل إنتاج الأردن من البندورة إلى أكثر من الضعف خلال العقد الماضي كما يبين الشكل التالي:

الشكل ١: إنتاج البندورة في الأردن في الفترة (٢٠٠٢-٢٠١٢) (طن)

هيكلية الإنتاج

يتوزع إنتاج البندورة في الأردن على منطقتين أساسيتين: فمن سبتمبر/أيلول إلى مايو/أيار يكون الإنتاج في منطقة وادي الأردن، أما في الفترة بين إبريل/نيسان حتى أغسطس/آب فيكون الإنتاج في المرتفعات، وفيما يلي بعض المعلومات الخاصة بكلتا المنطقتين:

- منطقة المرتفعات (الشفا) والتي تضم منطقة المفرق والكرك والطفيلة ومعان والعقبة، وتشكل ٥١% من إجمالي المساحة المزروعة بالبندورة في الأردن. وتشكل المفرق بمفردها ١٨% من المساحة المزروعة بالبندورة في الأردن.
- منطقة وادي الأردن، والتي تضمن منطقة الشونة الشمالية ودير علا والشونة الجنوبية وغور الصافي، وتشكل ما نسبته ٤٤% تقريبا من إجمالي المساحة المزروعة بالبندورة في الأردن.

كما تزرع البندورة بكميات محدودة في مناطق أخرى في الأردن مثل جرش وعجلون ومادبا والزرقاء وعمان (وهذه المناطق مجموعة تشكل أقل من ٥% من إنتاج الأردن من البندورة).

ويتم إنتاج البندورة في المفرق في الحقول المفتوحة، وقد لجأ المزارعون مؤخرًا إلى زراعة البندورة في البيوت البلاستيكية. وقد تم تركيب ما يزيد عن ٢٠٠٠ بيت بلاستيكي في العام ٢٠١٤ لأغراض إنتاج البندورة في المفرق، وذلك من أجل تدارك الفجوة الموسمية في الإنتاج وتلبية الطلب خلال فترة الصيف، بالإضافة إلى تعويض النقص الحاصل في إنتاج البندورة في منطقة غور الصافي جنوب البحر الميت، حيث يبدأ الإنتاج هناك عادة نهاية نوفمبر/تشرين الأول.

المدخلات والمواد الأساسية

النتائج الأساسية المتعلقة بالمستوى الأول من سلسلة القيمة: المدخلات والمصادر، وهي:

- التكاليف العالية للمدخلات: ويشمل هذا التكاليف المرتفعة للطاقة (الكهرباء)، والمواد الأساسية، والأسمدة، ومبيدات الآفات والفطريات. وقد اشتكى العديد من المزارعين من ارتفاع الضرائب الحكومية على المواد الأساسية (مثل المهاد والأسمدة)، إذ تحد هذه التكاليف المرتفعة من هوامش ربح المزارعين، إذ يتحكم تجار الجملة بالأسعار وهذا يمنع المزارعين من التوسع في أعمال إنتاج البندورة أو طرح منتجات جديدة ذات جودة أعلى. كما أنّ هنالك بعض القضايا التي تتعلق بارتفاع رسوم الاستيراد والضرائب التي تفرضها الحكومة على بعض المواد. ومع أنّ المواد الزراعية الأساسية معفاة من الضرائب بشكل عام، إلا أن بعض المزارعين يشيرون إلى أنه يدفعون الضرائب على بعض المواد التي تقول دائرة الجمارك إنها قد تستخدم لأغراض أخرى غير زراعية، ومن هذه المواد على سبيل المثال: المهاد^١ (والذي يتم تصنيعه محليًا من مواد بلاستيكية خام غير معفاة من الضرائب)، بالإضافة إلى أنواع أخرى من الأسمدة (يمكن أن تستخدم في أغراض/صناعات أخرى).
- الأشتال والمواد الأولية الأخرى التي لا تخضع لفحص أو مراقبة دقيقة: لا يصنف المزارعون في المفرق أشتال البندورة حسب أصولها وأصنافها، وهذا راجع إلى أن معظم المزارعين ليسوا على

^١ غطاء بلاستيكي يستخدم في الزراعة لزيادة التهوية وبالتالي تحسين المحصول من البندورة، حيث يساعد هذا الغطاء في تنظيم رطوبة التربة ويمنع نمو الحشائش الضارة

دراية بالسّمات المختلفة لأشّاتال البندورة حسب مصدرها ومدى ملائمتها لتربة المفرق والبيئة الزراعية فيها، سواء كان ذلك في الحقول المفتوحة أو في البيوت البلاستيكية. كما أنّ المزارعين قلّمًا يهتمون بجودة الأشّاتال لأنهم لا يدركون عوامل التميز في الإنتاج، كما أنهم راضون عن جودة المنتج الحالي لديهم، بناء على قناعتهم بأن المستهلك، خاصة في السوق المحلي، عادة ما يهتم بالسعر لا بالجودة أو بسّمات المنتج.

● الاستخدام المحدود أو غير الملائم للأسمدة والمبيدات

إن استخدام الأسمدة بالشكل المناسب مهم لضمان الحصول على منتج جيد، كما أنّه ضروري من أجل الحفاظ على خصوبة التربة. أما في المفرق، فإن المزارعين لا يتبعون الأساليب السليمة في عملية استخدام الأسمدة وذلك لأنهم يفتقرون إلى المعرفة التقنية والعملية الكافية لاستخدام مختلف الأنواع الأسمدة والاستفادة منها بأفضل وجه. كما أنّ هنالك نقصًا في استخدام الأسمدة التي تذوب في الماء. وقد عبر المزارعون في المقابلات معهم عن رغبتهم في زيادة معرفتهم وتحسين مهارتهم فيما يتعلق باستخدام الأسمدة والمبيدات.

● زيادة استخدام ماء الري مرتفع الملوحة وبتكاليف عالية: بسبب التغيرات المناخية التي طرأت في الأعوام الأخيرة والانخفاض الحاصل في معدلات هطول الأمطار، فإن مزارعي البندورة في المفرق يعتمدون بشكل متزايد على آبار المياه لري المزروعات، والتي يجب أن تضح من عمق ٦٠٠ م تحت الأرض، وهذا يتطلب معدات ضخ خاصة ومكلفة لمعظم المزارعين. كما أنّ هذا النوع من الماء مرتفع الملوحة وهو يؤثر على جودة منتج البندورة في المفرق ويؤثر كذلك على فعالية بعض عمليات المعالجة المتبعة خلال عملية الزراعة.

المهارات المحلية

شهدت المفرق تدفقًا كبيرًا للعاملين السوريين في الآونة الأخيرة، ومن الجدير بالذكر أنّ السوريين يعدون أكثر مهارة

من أقرانهم المصريين، خاصة فيما يتعلق بجوانب جني المحصول والعمليات التي تلي هذه المرحلة.

إلا أنّ المزارعين عادة ما يشكون من ارتفاع أجور الأيدي العاملة، وهنالك نقص في العمالة في هذه القطاع، خاصة على مستوى العمالة الماهرة وشبه الماهرة. وتظهر الأبحاث الميدانية أنّ المزارعين في المفرق يشعرون أنّ تدفق العاملين السوريين إلى الأردن في السنوات الثلاثة الأخيرة لم يخفف من أزمة العمالة الموجودة، بل إنّ

بعض المزارعين يشعرون أنّ تدفق العاملين السوريين قد أسهم في زيادة المطالب برفع الأجور. كما يشير بعض المزارعين إلى أنّ الاستفادة من العاملين السوريين كانت مقتصرة على جوانب متعلقة بجني الثمار وقطف البندورة، إلا أنه لم يكن هنالك أثر إيجابي لهم على عمليات تخطيط الإنتاج أو زراعة الثمار والعناية بالمحصول.

قضايا أخرى متعلقة بالإنتاج والعرض

هنالك العديد من المشاكل المتعلقة بالإنتاج والتي تحول دون أن يتوسع مزارعو البندورة في إنتاجهم واستغلال الإمكانيات الكبيرة الموجودة في السوق المحلية والأسواق الخارجية. وفيما يلي بيان لهذه القضايا الأساسية:

- استخدام أساليب الإنتاج التقليدية وعدم الحياد عن الصنف التقليدي المنتج:
يفضل معظم مزارعي البندورة في المفرق اتباع الطرق التقليدية في الإنتاج، ويظهر هذا جليا في تخوف المنتجين وضعف اهتمامهم بزراعة أصناف جديدة من البندورة لتلبية احتياجات السوق. كما أن المزارعين عادة ما يبدون ترددا بخصوص الاستثمار في أصناف جديدة، لأنهم يفتقرون إلى المعرفة الكافية بخصوص إمكانيات السوق، ويعدون صنف البندورة المنتج حاليا هو الخيار الأسلم، لأنّ الطلب عليه مضمون.
- إمكانيات التوسع في الإنتاج: تظهر الإحصاءات الخاصة بإنتاج البندورة والطلب عليه، بالإضافة إلى الإحصاءات الخاصة بأداء الصادرات من البندورة، أن الطلب على البندورة المحلية مرتفع، بل ويتجاوز في بعض المواسم مستويات العرض، بناء على أداء الصادرات (كما يظهر في البيانات الخاصة بالاستهلاك والتصدير للعام ٢٠١١). إلا أنه وخلال السنوات التي ازداد فيها التصدير، كان المنتجون يعطون الأولوية للأسواق الخارجية، ومن هنا ظهرت المشاكل المتعلقة بالطاقة الإنتاجية. ويشير تقرير منظمة العمل الدولية حول تقييم سلسلة القيمة في قطاع إنتاج البندورة في المفرق إلى أن الإنتاج الحالي من البندورة في المفرق يتبع الطرق التقليدية وغير المتطورة تقنيا. وقد تأكد ذلك من خلال عمليات البحث الميداني وآراء الخبراء في هذا المجال. هنالك فرصة حقيقية للتوسع في الزراعة وزيادة مستويات الإنتاج من خلال اتباع عمليات خاصة لزيادة الإنتاج مثل:
 - زراعة أصناف جديدة ملائمة للبيئة الزراعية في المفرق، وقد يساعد ذلك في زيادة نسبة الإنتاج.
 - الاستخدام المنضبط للأسمدة والمبيدات

- زيادة الاستثمار في تقنيات الإنتاج الحديثة حسب معايير جلوبال جاب، وسيتيح ذلك الفرصة لفرص تصدير جديدة لمنتجات المفرق، كما ستزيد من معايير الالتزام الخاصة بالوصول إلى أسواق جديدة مثل سوق الاتحاد الأوروبي.
- تحسين تقنيات الزرع والعناية بالمنتج وقطفه والتعامل مع المنتج بعد مرحلة القطف.

تحليل الطلب

الاستهلاك المحلي والتجارة الدولية

لا تتوفر لدينا بيانات إحصائية من مصادر رسمية بخصوص حجم الاستهلاك المحلي من البندورة الأردن. إلا أنه وبالاعتماد على حسابات الباحثين لكميات الإنتاج وحجم الاستيراد والتصدير، فقد توصلنا إلى أرقام تقديرية لحجم الاستهلاك المحلي كي نتوصل إلى معرفة حجم الطلب الداخلي على البندورة. يظهر الجدول الآتي مقدار الاستهلاك المحلي من البندورة في الأردن مقارنة بالواردات والصادرات:

الجدول ٩: الواردات والصادرات والاستهلاك المحلي التقديري من البندورة في الأردن (٢٠٠٧-٢٠١٢)

2012	2011	2010	2009	2008	2007	السلعة: البندورة
738.2	777,820	737.3	654.3	600.3	610.2	الإنتاج (١٠٠٠ مليون طن)
320	777,385	366	968	207	223	الاستهلاك المحلي* (١٠٠٠ مليون طن)
43%	100%	50%	148%	34%	37%	استهلاك % من الإنتاج (%)
0	0	0	460.0	0	0	الواردات (١٠٠٠ مليون طن)
418.5	434.8	371.3	146.8	393.4	387.0	الصادرات (١٠٠٠ مليون طن)
57%	0%	50%	22%	66%	63%	الصادرات % من

						الإنتاج (%)
--	--	--	--	--	--	-------------

المصدر: وزارة الزراعة، بالاعتماد على نتائج من دائرة الإحصاءات العامة من الاستبيان الزراعي ٢٠١٢ * الاستهلاك المحلي وفق حسابات الباحث.

يشير الجدول السابق أن مستويات الإنتاج الحالية تتجاوز معدلات الاستهلاك المحلي البندورة، وهذا يشير إلى أنّ الأردن يحقق الاكتفاء الذاتي من هذه المادة وأن مستويات الإنتاج الحالية تجاوزت الطلب المحلي.

ووفق إحصاءات مركز التجارة الدولية للعام ٢٠١٣، فإنّ الأردن قد جاء في المرتبة الرابعة في كميات البندورة المصدرة في العام ٢٠١٣ بعد المكسيك وإسبانيا وهولندا، ولكنّ الأردن قد حل في المرتبة التاسعة من ناحية قيمة البندورة المصدرة، وذلك بعد المكسيك وهولندا وإسبانيا والمغرب وفرنسا وتركيا وكندا والولايات المتحدة.

الشكل ٦: صادرات الأردن من البندورة (٢٠٠٧-٢٠١٣)

توجهات وتفضيلات المستهلك

يزداد الاستهلاك والطلب على البندورة نظرًا للزيادة الحاصلة في عدد السكان، كما أن البندورة من الخضروات ذات القيمة الغذائية المهمة. وبالرغم من ارتفاع أسعار البندورة في السنوات الأخيرة في الأردن، حيث وصل السعر إلى ٣٥ قرشًا للكيلو الواحد، إلا أن استهلاك البندورة ما يزال على نفس الوتيرة تقريبًا في كل بيت وبمختلف الأشكال، كنوع من الخضروات، واستخدامه في إعداد السلطات، وصناعة معجون البندورة والكاتشب وغيره. وبسبب التنوع الموسمي في زراعة البندورة في الأردن، فإنها تكون متوفرة على مدار العام.

أما البندورة الجيدة بالنسبة للمستهلك سواء في السوق المحلية أو الخارجية، فهي التي تكون ذات حبة كاملة، ناضجة في حقلها ولا عيب فيها ولونها أحمر.

القيمة التنافسية للطماطم المنتجة في المفرق

في السوق المحلية

لا يوجد في السوق المحلية تمييز واضح بين البندورة المنتجة محليا حسب منطقة الزراعة، أي أنه لا يوجد هنالك تمييز بين البندورة المنتجة في المفرق والبندورة المنتجة في مكان آخر في الأردن. إلا أن البندورة المنتجة في المفرق عادة ما تكون ذات جودة عالية وتتوافق مع تفضيلات وطلبات المستهلك المحلي. ويمكن بطبيعة الحال زيادة هذه الجودة من خلال تحسين عمر المنتج عبر اعتماد ممارسات حديثة في الزراعة والتعامل مع المنتج بعد قطفه.

وتعدّ طماطم المفرق بشكل عام قادرةً على السيطرة على السوق المحلي خلال سبتمبر/أيلول، وأكتوبر/تشرين أول، ونوفمبر/تشرين ثاني، وهي الفترة التي لا تشهد منافسة من مناطق أخرى في الأردن، لأنّ المفرق هي المنطقة الوحيدة القادرة على الإنتاج في هذه الأشهر الثلاثة من السنة. وعادة ما ترتفع أسعار البندورة في هذه الفترة بسبب السيطرة شبه المطلقة على السوق للطماطم المنتجة في المفرق.

الشكل ٢: تقويم إنتاج البندورة في الأردن

	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
Valley	Safi Open											Safi O
			Shouneh&Karameh& Kabed Valley Open Central JV									
				North JV Open								
			Green house North JV									G
Shafa Area						Al Heydan						
							Azrak					
							Mafrak Open & Green house					
							Al Halabat					
										Al Gweirah		
												*Gregirah

يرد أول إنتاج من البندورة من منطقة جنوب البحر الميت، وبالتحديد من المزرعة وغور الصافي، ويتبعه غور الوسط شمال البحر الميت، ومن ثم الغور الشمالي، حيث المناخ أقل حرارة، ولذا يمكن أن يستمر الإنتاج فيه حتى حزيران، وبعد ذلك يأتي إنتاج الشفا، ويبدأ في منتصف أيار، ويستمر حتى نهاية كانون أول تقريبا، ويتقاطع مع الإنتاج في غور الصافي والغريغرة.

الأسواق الخارجية

تعد أسواق الخليج العربي أكبر المستوردين لطماطم المفرق، وخاصة الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية. وتعد طماطم المفرق في هذه الأسواق منخفضة السعر مقارنة بالمنافسة الموجودة، فسعر البندورة التونسية يبلغ خمسة أضعاف البندورة الأردنية التي تباع في الإمارات، من دون ما يفسر ذلك من ناحية الجودة.

ويرجع سبب انخفاض سعر البندورة الأردنية في الأسواق الإقليمية إلى النقاط الثلاثة الآتية:

١. البندورة الأردنية لا تصنف أو تفرز حسب اللون والحجم قبل تصديرها، وعادة ما يقوم بهذه العملية المستوردون أنفسهم، وعادة ما تتم العملية في دبي.
٢. التكاليف المنخفضة نسبيًا للشحن والنقل وذلك نظرًا لقرب الأردن جغرافيًا من هذه الأسواق.
٣. عمر التخزين للطماطم الأردنية قصير بشكل عام، ويعود ذلك إلى عدم التوقيت المناسب لقطف البندورة، وعدم وجود مرافق ملائمة لعمليات التبريد السريع والتعامل مع المحصول بعد القطف، بالإضافة إلى التغليف غير الملائم للمنتجات، وهذا كله يؤثر على جودة البندورة ونضجها وبالتالي عمرها التخزيني.

ويجب أن تحافظ البندورة الأردنية ولاسيما التي تنتج في المفرق على هذه الميزة التنافسية المتعلقة بالسعر في الأسواق الخارجية، إلا أنّ الفرصة متاحة لزيادة هامش الأرباح لدى المنتجين والمصدرين، وذلك من خلال القيمة المضافة والمتمثلة بخدمات الفرز والتصنيف قبل عملية التصدير. وسيساعد ذلك على زيادة هوامش الربح، لأن المنتجين والمصدرين الأردنيين سيمتلكون قوة تفاوضية أكبر مع المستوردين الإقليميين، بحيث يكونون قادرين على طلب أسعار أفضل، مع الحفاظ في الوقت نفسه على تنافسيتهما. فمن خلال الوزن والفرز للطماطم وحسب، يمكن للأردن أن يزيد أسعار التصدير من هذا المنتج بضعفين أو ثلاثة، ويحافظ رغم ذلك على سعر منافس في الأسواق الإقليمية.

وهناك خبرة عملية من قبل أحد منتجي ومصدري البندورة الأردنيين في مايو/أيار ٢٠١٣، حيث قامت الشركة الأردنية بتصنيف البندورة وتم بيعها بأسعار تتراوح بين ٥ إلى ٧ درهم إماراتي، مقارنة بـ ٢,٥ إلى ٣,٥ درهم إماراتي في السابق حين كانت البندورة تباع غير مفرزة إلى الإمارات.

وفيما يلي بعض الصور لمنتج البندورة في أحد أسواق مدينة دبي، وتتراوح الأسعار كما يظهر بين ٣,٧ درهم إماراتي للطماطم الهندية المزروعة في الحقل المكشوف إلى ١٤ درهم إماراتي للطماطم التونسية المزروعة في البيوت البلاستيكية.

الجدول ٧: أكبر مصدري البندورة (٢٠١٣)

أكبر الأسواق المستوردة					الكميات المصدرة بملايين الأطنان (٢٠١٣)	المرتبة في العالم (٢٠١٣)	أكبر مصدري البندورة
الخامس	الرابع	الثالث	الثاني	الأول			
هولندا واليابان	بنما	السلفادور	كندا	الولايات المتحدة	1,535	1	المكسيك
بولندا	هولندا	المملكة المتحدة	فرنسا	ألمانيا	1,004	2	إسبانيا
بولندا، فرنسا، والتشيك	إيطاليا	السويد	المملكة المتحدة	ألمانيا	1,002	3	هولندا
سوريا وقطر	الكويت	العراق	الإمارات	السعودية	611.5	4	الأردن
السعودية	العراق	بلغاريا	أوكرانيا	روسيا	483.3	5	تركيا
موريتانيا	هولندا	إسبانيا	المملكة	روسيا	فرنسا	6	المغرب

المصدر: مركز التجارة الدولي بناء على بيانات UNCOMTRADE

يظهر الجدول أهم خمس دول مصدرة للطماطم في العام ٢٠١٣ وفق تقديرات مركز التجارة الدولي بناء على بيانات تم الحصول عليها من قبل UNCOMTRADE. ويظهر الجدول أن الأردن يتمتع بإمكانيات تؤهله للسيطرة على السوق السعودية وبقية أسواق الخليج العربي، نظرًا للقرب الجغرافي للأردن من هذه الأسواق، بالإضافة إلى أداء الإنتاج والتصدير الحالي لهذه الأسواق. وفي الوقت الذي تسيطر به البندورة التركية على الأسواق في روسيا ودول أوروبا الشرقية، وتسيطر كل من إسبانيا والمغرب على أسواق أوروبا الغربية، إذ تعد هولندا وبلجيكا مراكز توزيع أساسية لدول الاتحاد الأوروبي الغربية، بالإضافة إلى ألمانيا ووسط أوروبا. أما المكسيك فهي المصدر الأساسي للولايات المتحدة وكندا.

ويظهر الجدول كذلك أهم خمس دول مستوردة للطماطم في العام ٢٠١٣، ويبين الجدول أن السعودية تمثل سوقًا كبيرًا محتملة للطماطم، فهي الدولة السادسة في العالم في حجم الواردات. لا بد من الإشارة في الوقت نفسه إلى أن أكبر مستورد للطماطم الأردنية، وهي السعودية، تستورد بشكل أساسي من سوريا وتركيا كذلك كمصدر أساسي من البندورة الطازجة في أسواقها. على الرغم من أن الأردن يصدر كميات أكبر من تركيا ومن سوريا، ويتمتع بميزة القرب الجغرافي. ويرجع السبب في ذلك بشكل أساسي إلى أن صادرات الأردن من البندورة تعتمد على أسواق الإمارات والعراق، وهذا يجعل الكميات المصدرة تتوزع بصورة أفقية.

الجدول ٨: أكبر مستوردي البندورة الطازجة (٢٠١٣)

أكبر الأسواق المصدرة (٢٠١٣)					الكميات المستوردة بملايين الأطنان (٢٠١٣)	المرتبة في العالم (٢٠١٣)	أكبر مستوردي البندورة
الخامس	الرابع	الثالث	الثاني	الأول			

						(
هولندا	جمهورية الدومينكا ن	جواتيما لا	كندا	المكسيك	1,537	1	الولايات المتحدة
إسبانيا	المغرب	هولندا	الصين	تركيا	852.5	2	روسيا
إيطاليا وفرنسا	المغرب	بلجيكا	إسبانيا ا	هولندا	739.4	3	ألمانيا
تونس، فرنسا، إيطاليا	هولندا	بلجيكا	إسبانيا ا	المغرب	558.4	4	فرنسا
فرنسا وإيطاليا	ألمانيا	المغرب	إسبانيا	هولندا	443.0	5	الملكة المتحدة
مصر	الهند	الأردن	تركيا	سوريا	290.1	6	السعود ية
إندونيسيا	الإمارات	إيران	أفغانستان ن	الهند	265.4	7	باكستان
السعودية ولبنان	الهند	عمان	سوريا	الأردن	103.5	10	الإمارات
ألبانيا	عمان	مصر	تركيا	الأردن	104.1	16	العراق

المصدر: مركز التجارة الدولي بناء على بيانات UNCOMTRADE

ويتمتع الأردن بذلك بفرصة كبيرة للتوسع بالتصدير في أسواق إقليمية مهمة وهي السعودية والإمارات والعراق.

تقييم ممارسات التسويق

تحتاج جوانب المبيعات والتسويق في القطاع الزراعي في الأردن بشكل عام إلى المزيد من التحسين، ولاسيّما قطاع إنتاج البندورة في المفرق. فهناك عدد من التحديات المستمرة والتي تظهر في نقص المعرفة العامة لدى منتجي البندورة بتوجهات السوق، وسمات أصناف المنتجات الجديدة، وعدم الاهتمام أو نقص الوعي بالطلب الموجود على منتجات فرعية قابلة للتسويق، بالإضافة إلى الأمور المتعلقة بالتسعير والترويج والتوزيع وغيرها من القضايا التسويقية. ويعرض هذا القسم الفرعي لهذه التحديات وفق إطار المزيج التسويقي (4Ps): المنتج، السعر، المكان، الترويج.

المنتج

أصناف المنتج والمنتجات الفرعية

لا بد من تحسين أداء الأصناف المزروعة من أجل تحقيق الإمكانيات الكاملة لها. فالمزارعون لا يعرفون الأصناف التي يزرعونها ولا يدركون أداءها كذلك، ولذلك فإنهم يعجزون أحياناً عن تحقيق الإمكانيات الكاملة للإنتاج. وكما ذكرنا سابقاً، فإن هنالك ضعفاً في المعرفة لدى المزارعين، ويتبع ذلك عدم وجود الرغبة لديهم في زراعة أشتال جديدة لإنتاج أصناف جديدة ويتطلب هذا زيادة الوعي لديهم وبيان إمكانيات السوق المتاحة لهم.

فهناك فرصة كبيرة فيما يتعلق بصنف المنتج لطرح المنتجات التالية والتوسع في إنتاجها في المفرق، وهي: البندورة العنقودية، والبندورة الكرزية، والبندورة العضوية.

أما فيما يتعلق بالمنتجات الفرعية، فهناك فرصة في السوق تدعو لزيادة إنتاج المفرق من المنتجات الفرعية التالية: البندورة المجففة ومعجون البندورة. تظهر الأبحاث المكتبية أن الأردن لا ينتج ما يكفي من البندورة المجففة ويعتمد على استيرادها. ويشير تقرير سلسلة القيمة الخاص بإنتاج البندورة في المفرق إلى أن الإنتاج المحلي من البندورة المجففة في الأردن في العام ٢٠١٠ بلغ ١٨٣ طناً فقط، وتم في المقابل استيراد ٢٨١ طناً من البندورة المجففة في العام نفسه. ويوضح الشكل التالي إنتاج الأردن وصادراته و وارداته من البندورة المجففة:

وينطبق الأمر ذاته على معجون البندورة، إذ بلغ إنتاج الأردن من معجون البندورة ١٢،٤٦٥ طناً في العام ٢٠١٠، بينما وصل حجم الاستيراد لهذا المنتج في العام نفسه ٧،٦١٤ طناً. ويصدر الأردن ٣٥% من إنتاج معجون البندورة إلى فلسطين، و ٢٦% إلى السعودية، و ١٧% إلى لبنان. بينما يستورد الأردن ٦٠% من

معجون البندورة من الصين، و ٢٦% من سوريا. ويوضح الشكل التالي حجم إنتاج الأردن وصادراته ووارداته من معجون البندورة^١.

الشكل ٤: إنتاج الأردن وصادراته ووارداته من معجون البندورة

وهذا يدل على وجود فرصة حقيقية لتوسيع الإنتاج لكلا المنتجين الفرعيين: البندورة المجففة ومعجون البندورة.

الجودة

تعد طماطم المفرق ذات جودة جيدة مقارنة بأصناف البندورة المنتجة في أجزاء أخرى من الأردن، وذلك لأن المنتج في المفرق يتلقى كميات مناسبة من المياه الجيدة وينمو في بيئة مناخية ذات درجة حرارة ملائمة. إلا أن هذه الجودة تكون قد تراجعت عندما يصل المنتج إلى المستهلك، سواء في السوق المحلية أو الخارجية، إذ تؤثر العديد من العوامل على جودة المنتج، مثل وسائل النقل والشحن والتغليف وعمليات قطف المنتج والنضج في الحقل والظروف المناخية وغيرها من الظروف التي تؤثر على عمر المنتج بعد قطفه. كما يلحق الضرر أحياناً بمنتج البندورة في المفرق بسبب الاستخدام غير المتوازن للأسمدة والمبيدات التي تضر بجودة البندورة (تكون خضراء في الوسط، وربما مضروبة)، وفيما يلي بيان الأسباب الأساسية التي تضر بجودة إنتاج البندورة في المفرق:

- الممارسات غير السليمة في قطف البندورة والعمليات التي تتبع عملية القطف، والتي تتسبب في تدهور جودة البندورة في المفرق. فالإدارة السليمة لعملية القطف تجعل من الممكن زيادة الإنتاج، كما أن البندورة يتم قطفها وهي خضراء، شبه ناضجة، أو ناضجة، حسب متطلبات التسويق. وتكون البندورة في هذه الحالة عرضة للفساد بسرعة، كما قد تكون مضروبة من الداخل أو الخارج، ولذا يجب التعامل معها بطريقة مناسبة. عادة ما تكون البندورة حساسة لأضرار البرودة، بدرجات متفاوتة من الشدة، حسب مستوى نضج الثمرة. ولهذا فإن الإدارة المناسبة للحرارة لأغراض الإنضاج أو التخزين تعد في غاية الأهمية للحفاظ على الجودة. ويتبع العمال في

^١ منظمة العمل الدولية، تقرير تقييم سلسلة القيمة في إنتاج البندورة في المفرق

المفرق طرقًا تقليديًا وأساليب غير ملائمة في عملية قطف البندورة، بالإضافة إلى العمليات التقليدية في مرحلة ما بعد القطف، ومن هذه الممارسات ما يلي:

- غياب عمليات تصنيف البندورة: فقد اعتاد المزارعون في المفرق على تجاهل عملية وزن المنتج، مع أن هذه العملية مهمة جدًا لإضافة القيمة للمزارعين، وتجار الجملة والتجار والمصدرين، كما أنها تزيد من جودة المنتج. وبما أن المزارعين في المفرق لا يقومون بتصنيف وفرز البندورة، فإن الثمار غير السليمة أو التي ينمو عليها الفطريات ستؤثر على جودة المنتج بأكمله حين لا يتم التخلص منها.
- الممارسات غير الموحدة في عمليات قطف الثمار، والتي تؤدي في كثير من الأحيان إلى الإضرار بجودة البندورة وربما تضعف الإنتاج كذلك. كما أن العمال عادة ما يعمدون إلى قطف البندورة في التوقيت الخاطئ خلال اليوم، وذلك حين تكون درجة الحرارة مرتفعة، ويتركون البندورة على الأرض بعد قطفها فتتعرض للحرارة المرتفعة، مما يؤثر على تحمل المحصول فتصبح البندورة طرية وأقل جودة في نظر المستهلك.
- توقيت قطف البندورة: يعد توقيت قطف البندورة من أهم العوامل التي تسهم في الخسائر الحاصلة بعد عملية القطف والتي تؤدي كذلك إلى تدهور جودة البندورة. فالعديد من مزارعي البندورة في المفرق يقطفون البندورة في الوقت الخاطئ خلال اليوم حين تكون درجات الحرارة مرتفعة، وهذا يؤثر على البندورة ويجعلها طرية.
- عمليات التغليف غير الملائمة تؤثر على جودة المنتج: غالبية مزارعي البندورة في المفرق يضعون البندورة في صناديق من الخشب أو البوليستر، وتوضع البندورة في هذه الصناديق بشكل عشوائي ويتم رص الصناديق فوق بعضها أثناء عمليات النقل والتوزيع. وتؤدي هذه العمليات التقليدية إلى الإضرار بجودة المنتج، مما ينجم عنه خسائر كمية ونوعية. وبشكل عام، يعد الشحن في الحاويات الخاصة ملائمًا للخضروات والفواكه، وذلك بسبب السهولة النسبية لهذه العملية، وما توفره من حماية للمنتجات من الضرر، بالإضافة إلى توفير التهوية المناسبة التي تحافظ على المنتج لأغراض بيعه. أما بالنسبة لتجار الجملة في السوق المحلية، فيعد وضع البندورة في الصناديق الخشبية أو غيرها طريقة تقليدية مناسبة كذلك إن تم التعامل مع الصناديق بحذر.

هذه العوامل تحدّ من عمر التخزين لطماطم المفرق، وهو أمر يمكن تجاوزه من خلال زراعة الأصناف المناسبة (التي تكون أكثر صلابة على سبيل المثال)، بالإضافة إلى تطوير عمليات ما بعد قطف

المحصول (عمليات القطف والتغليف) بالإضافة إلى المرافق المناسبة لحفظ المنتج، مثل التبريد السريع والتخزين الملائم.

الترويج

يفتقر إنتاج البندورة في المفرق إلى أي عملية فعالة ومنظمة للترويج بحيث يكون المستهلك قادرًا على تمييزها عن البندورة المستوردة أو عن البندورة المنتجة في مناطق أخرى من الأردن. ويعود هذا بشكل أساسي إلى التشطي الموجود بين أصحاب المزارع وافتقارهم للتنظيم في جانب التسويق والتمثيل والتنسيق. ولا توجد حتى الآن مبادرات وطنية حقيقية لإيجاد عملية ترويج فعالة وموحدة لمنتج البندورة في المفرق.

التغليف وعلامة المنتج

عادة ما تتم عملية تغليف البندورة في المفرق لغايات الشحن لتجار الجملة، وعادة ما تفقد صناديق الخشب أو البوليستر المستخدمة متانتها وقد تنكسر عند نقلها في الشاحنات التي لا يتوفر فيها التبريد.

يجب وضع البندورة غير الناضجة في صناديق من الكرتون والصناديق المربوطة بأسلاك، أما البندورة الناضجة فيمكن كذلك وضعها في صناديق من الكرتون، أو صناديق من ثلاث طبقات، أو صناديق مفتوحة. ومن الصناديق المستخدمة الصناديق التي تكون من سبع طبقات بأبعاد ٣٠ سم × ٢٥ سم × ٣٠ سم والمصنوعة من الفاير وتكون بسعة ١٠ كجم. وتكون الأجزاء الورقية الداخلية من هذه الصناديق قادرة على الحد من الضرر بالبندورة وذلك حسب اختبار (ECT)، وهو اختبار يقيس مستوى مقاومة الصندوق للضغط الأفقي، مع التخفيف من العبء على الجوانب. وقد أصبح اختبار ECT عنصرًا أساسيًا في اختبار جودة التغليف عالميًا، واعتماد هذه الطريقة من شأنها أن تزيد من الجودة والإمكانية التسويقية للطماطم في الأسواق الخارجية.

أحد أهم المتطلبات الأساسية في الأسواق المهمة والمتطورة مثل سوق الاتحاد الأوروبي هو ضرورة أن تكون البندورة مغلفة وفق المعايير الدولية الموصى بها والخاصة بتغليف ونقل الخضروات والفواكه (CAC/RCP 44-1995)، ويمكن الرجوع للموقع الإلكتروني لمنظمة الغذاء الدولي للاطلاع على هذه المعايير (http://www.fao.org/ag/agn/CDfruits_en/others/docs/CAC-RCP44-1995.PDF) والتي تشمل على

ما يلي:

- يجب تغليف البندورة بطريقة تضمن حماية المنتج والحفاظ عليه، ويجب أن تكون المواد المستخدمة في داخل الصناديق جديدة ونظيفة وذات جودة تضمن الحفاظ على المنتج من الداخل والخارج. ويسمح استخدام المواد التي تحمل العلامة التجارية ومواصفات المنتج، وخاصة الأوراق أو الأختام، بشرط استخدام حبر أو لاصق من مواد غير سامة¹.

التسعير

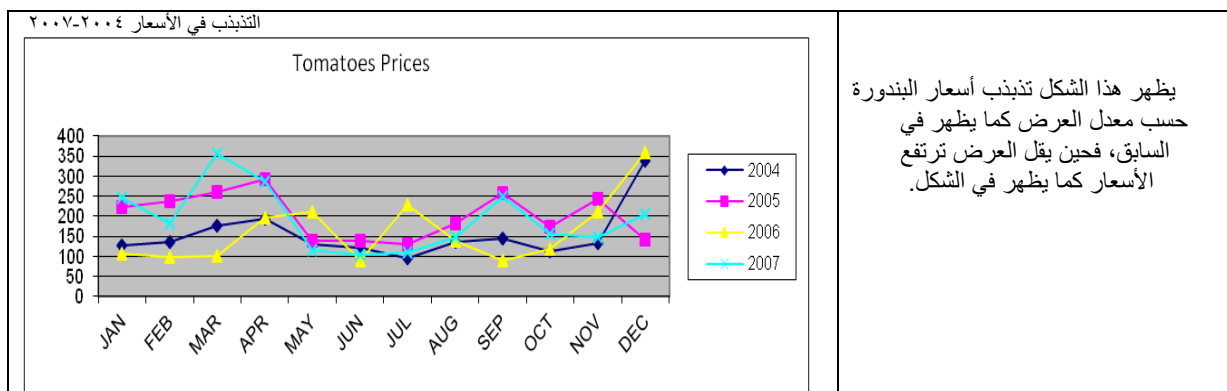
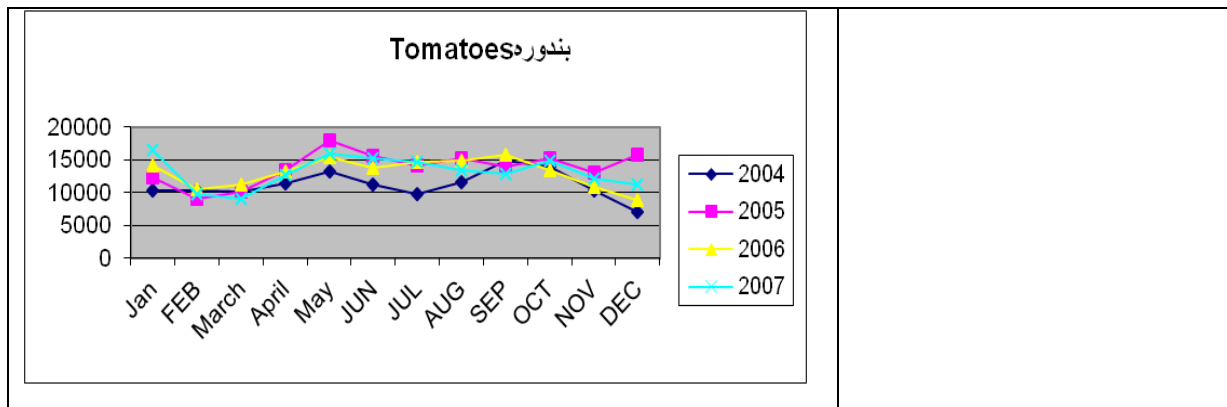
نظرًا لحالة التشطي وعدم التنظيم الموجودة بين مزارعي البندورة ذوي الإنتاج المحدود في المفرق، وبسبب غياب جهة تمثل هؤلاء المزارعين، فإن تجار الجملة والمصدرين هم الذين يتحكمون بأسعار البندورة المنتجة في المفرق.

ولا توجد سياسة تسعير واضحة لطماطم المفرق في السوق المحلية أو الخارجية، فعادة ما تتحدد الأسعار بناء على عاملين اثنين:

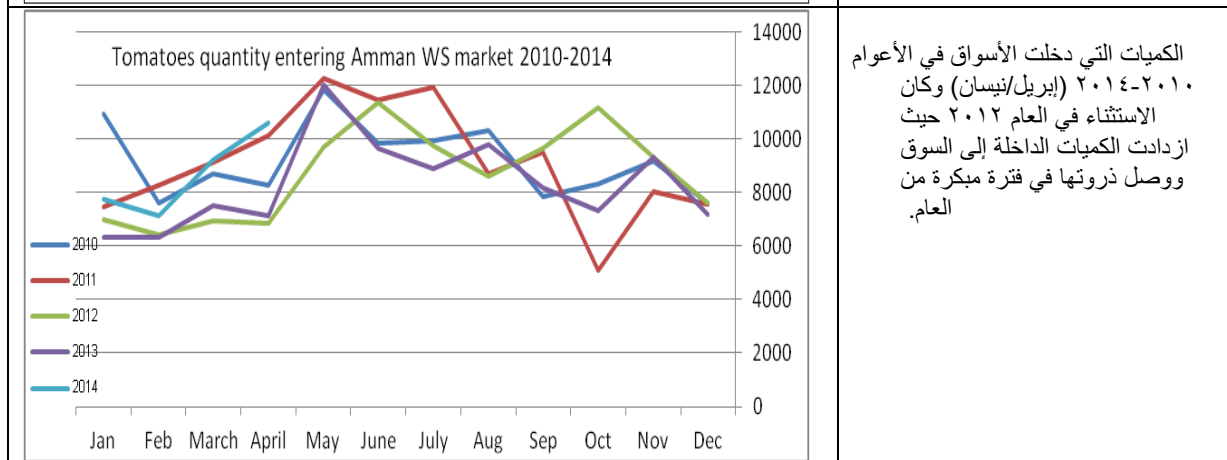
- القوة التفاوضية لتجار الجملة والمصدرين
- موسمية الإنتاج، فالبندورة تنتج في الأردن على مدار العام ولكن في مناطق مختلفة حسب الموسم. ولكن الأسعار تنخفض خلال الصيف (يونيو/حزيران حتى نهاية أغسطس/آب)، وذلك بسبب وجود إنتاج للطماطم في مناطق مختلفة من الأردن. وتدخل البندورة في هذه الفترة أسواق الجملة بكميات كبيرة، فيزداد العرض وتنخفض الأسعار. ولكن الأسعار تبدأ بالارتفاع مع دخول الخريف والشتاء. وهذا هو نمط أسعار البندورة في الأردن منذ ٢٠ عامًا تقريبًا، باستثناء بعض الأعوام التي سجلت فيها الأسعار انحرافًا عن المعدل.

Quantity entered to the wholesale market 2004-2007	يظهر هذا الشكل التذبذب الحاصل في كميات البندورة التي تدخل سوق الجملة في عمان خلال الأعوام ٢٠٠٤-٢٠٠٧، حيث تبدأ الكمية بالتراجع ابتداء من أكتوبر/نوفمبر
--	---

¹ المصدر: (http://www.fao.org/ag/agn/CDfruits_en/others/docs/CAC-RCP44-1995.PDF)

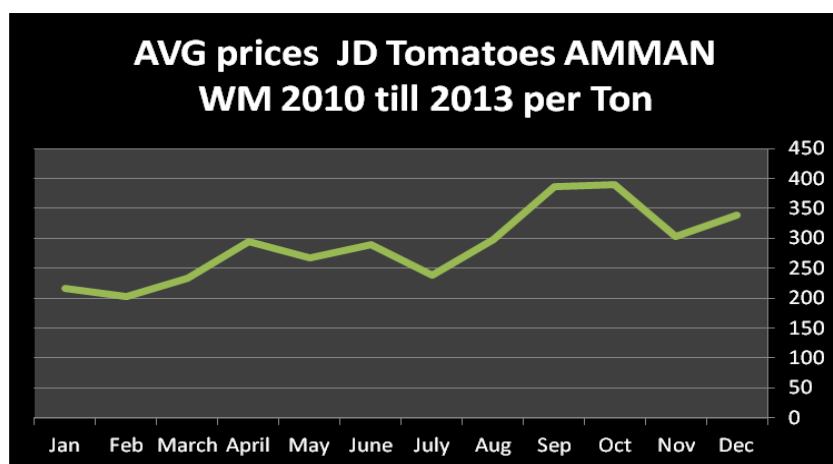
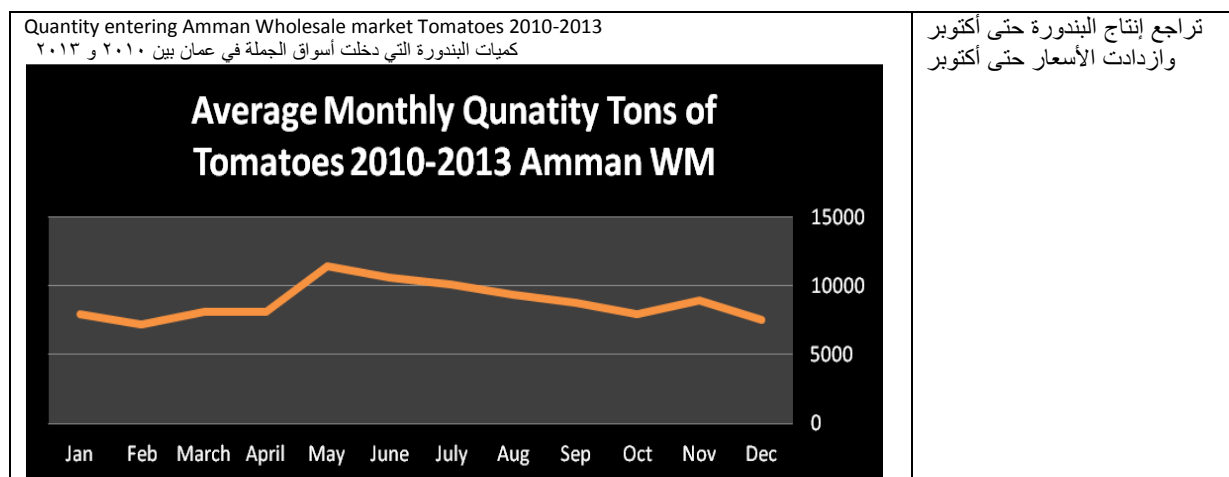
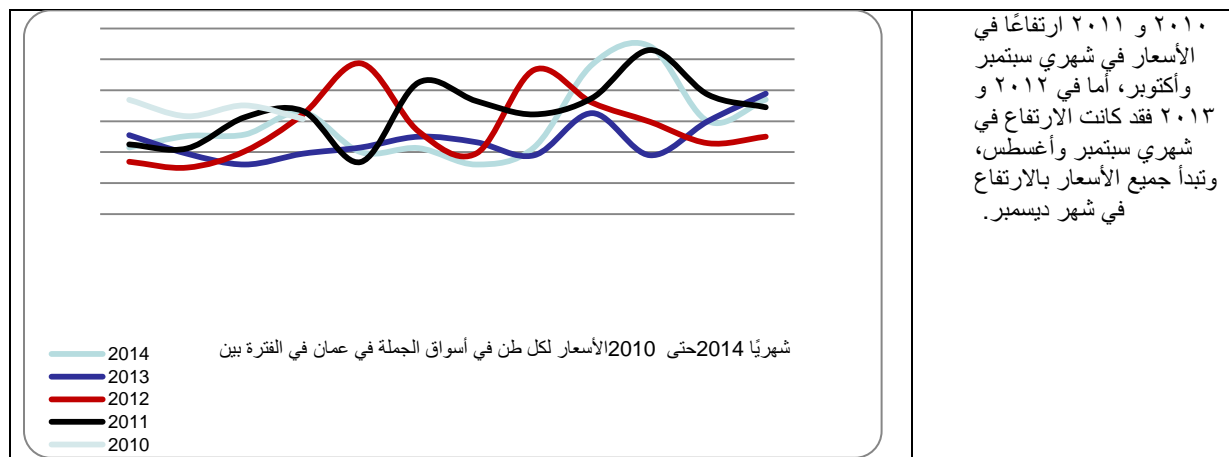


يظهر هذا الشكل تذبذب أسعار البندورة حسب معدل العرض كما يظهر في السابق، فحين يقل العرض ترتفع الأسعار كما يظهر في الشكل.



الكميات التي دخلت الأسواق في الأعوام ٢٠١٠-٢٠١٤ (إبريل/نيسان) وكان الاستثناء في العام ٢٠١٢ حيث ازدادت الكميات الداخلة إلى السوق ووصل ذروتها في فترة مبكرة من العام.

التذبذب في أسعار البندورة في الأعوام ٢٠١٠-٢٠١٤، حيث شهدت الفترة في العامين



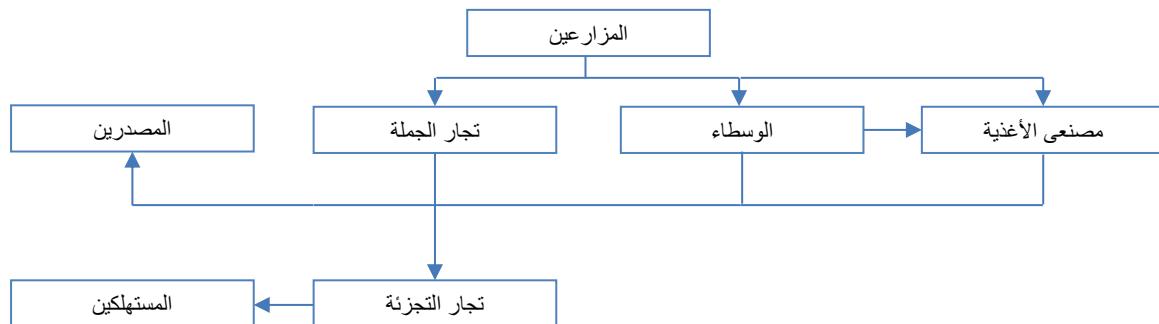
الترويج

بالكاد تلحظ أي جهود لترويج البندورة من قبل المزارعين والمنتجين في المفرق، ويعود هذا بشكل أساسي إلى ما يلي:

- غياب المعرفة العملية بالتسويق والإدارة من قبل المزارعين والتجار وتجار التجزئة، فزراعة البندورة تعد عملاً لتحقيق الاكتفاء وتأمين الحد الأدنى من المستلزمات، ولا ينظر إليها على أنها مشروع أعمال حقيقي وإنما وحدة إنتاج زراعية وحسب، إذ لا يوجد أي هيئة متخصصة بتسويق هذه المنتجات.
- عدم وجود هيئة أو جمعية لمزارعي البندورة توحد جهودهم في إستراتيجية تسويق موحدة تكون معنية بتسويق طماطم المفرق محلياً وخارجياً.

قنوات التوزيع

يتم توزيع البندورة عادة ونقلها إلى أسواق الجملة. وهناك ثلاثة أسواق جملة رئيسية في كل من عمان وإربد والزرقاء. ولا تتوفر بيانات دقيقة بخصوص الكميات التي يتم توزيعها وحصص كل قناة من قنوات التوزيع، إلا أنه وبشكل عام يتم توزيع معظم البندورة على أسواق الجملة.



ويشير الشكل السابق إلى أن قنوات التوزيع تتبع الطرق التالية:

١. المزارعون إلى تجار الجملة (أسواق الجملة) ومنهم إلى تجار التجزئة ومنهم إلى المستهلك
٢. المزارعون إلى وسطاء ومنهم إلى شركات تصنيع (تبيع إلى المصدرين و/أو تجار السوق المحلي) أو التجار إلى المستهلك

٣. المزارعون إلى شركات التصنيع ومنهم إلى المصدرين و/أو تجار السوق المحلي.

كما يظهر الشكل السابق أن قنوات التوزيع لا تتيح المجال للمزارعين للوصول إلى تجار التجزئة أو المصدرين أو المستهلكين والبيع مباشرة لهم. وتنبع القوة التفاوضية لدى تجار الجملة والوسطاء من عدم وجود تنسيق بين المزارعين وغياب هيئة تمثلهم، وهذا يجعل موقفهم ضعيفاً أمام القوة التفاوضية لتجار الجملة، وبالمحصلة يكون هامش الربح لديهم ضعيفاً، بينما يزداد الربح لدى تجار الجملة والوسطاء الذي يبيعون المنتج للمصدرين ولتجار التجزئة.

ويوضح الجدول التالي التحديات الأساسية التي تواجه مزارعي ومنتجي البندورة في المرفق فيما يتعلق بقنوات التوزيع:

القنوات	عوامل النجاح الأساسية/متطلبات السوق	التحسينات المطلوبة	العوائق أمام تحقيق التحسينات
أسواق وجملة تجار	القوة التفاوضية	- زيادة القدرة على التفاوض - التسويق وصورة المنتج	- التشظي بين المزارعين/المنتجين مما يؤدي إلى ضعف القوة التفاوضية لديهم - نقص المعرفة بالأنواع الملائمة للزراعة - التخطيط المحدود للإنتاج وقطف الثمار
الوسطاء	القوة التفاوضية	- القدرة على التفاوض بشأن الأسعار مع الوسطاء في فترات العرض	- التشظي بين المزارعين/المنتجين مما يؤدي إلى ضعف القوة التفاوضية لديهم

<ul style="list-style-type: none"> - نقص المعرفة بالأنواع - الملائمة للزراعة - التخطيط المحدود - للإنتاج وقطف الثمار 	<p>المختلفة</p> <ul style="list-style-type: none"> - التسويق - وصورة المنتج 		
<ul style="list-style-type: none"> - نقص المعرفة - بالأصناف الملائمة للزراعة - نقص المرافق الخاصة بالتبريد السريع - الممارسات الضعيفة في مرحلة ما بعد القطف - التغليف غير الملائم 	<ul style="list-style-type: none"> - اختيار الوقت المناسب للبندورة - زراعة البندورة ذات مستوى أعلى من المتانة - المرافق الخاصة بالتبريد السريع - الممارسات الأفضل في مرحلة ما بعد قطف الثمار - التغليف الملائم 	<p>عمر المنتج (أسبوع واحد على الأقل) من وقت التسليم</p>	<p>تجار التجزئة والأسواق التجارية</p>
<ul style="list-style-type: none"> - التكاليف المرتفعة نسبيا - تدني القدرة على التخطيط والتنظيم 	<ul style="list-style-type: none"> - الحاجة للتبريد السريع والمركزي والتخزين قصير المدى - التخطيط بشكل أفضل لعمليات الإنتاج وقطف الثمار 	<ul style="list-style-type: none"> - القدرة على توفير العرض خلال فترة أطول 	
<ul style="list-style-type: none"> - تذبذب الأسعار - التشطي بين المزارعين/المنتجين مما يؤدي إلى ضعف القوة التفاوضية لديهم 	<ul style="list-style-type: none"> - القدرة على التفاوض والمساومة 	<ul style="list-style-type: none"> - العقود طويلة المدى 	

-			
المصدرون (للأسواق الإقليمية)	- العمر الطويل للمنتج	- استخدام أساليب التبريد	- التكاليف العالية للاستثمار والتغليظ
	- القوة التفاوضية	- القدرة على التفاوض مع الوسطاء في الفترات المختلفة للعرض - الترويج وبناء صورة المنتج	- التشظي بين المزارعين/المنتجين مما يؤدي إلى ضعف القوة التفاوضية لديهم - نقص المعرفة بالأصناف الملائمة - ضعف التخطيط للإنتاج والقطف
	- توفر الأصناف الملائمة	- معرفة الأصناف الملائمة لظروف الإنتاج بالإضافة إلى معرفة متطلبات الأسواق	- نقص المعرفة بالأصناف الملائمة

تحليل سووت

يقدم تحليل سووت مخلصًا بأهم النتائج التي تم التوصل إليها في دراسة تحليل السوق:

نقاط القوة	نقاط الضعف
<ul style="list-style-type: none"> المزارع الكبيرة نسبيًا في المرفق ذات الطاقة الإنتاجية الجيدة والتي تمتلك إمكانيات للتوسع بشكل أكبر. وقد أسهم هذا بشكل مباشر في أن يكون الأردن مركزًا متقدمًا 	<ul style="list-style-type: none"> نقص المرافق الخاصة بالتصنيف والقطف، ويزيد من حدة المشكلة عدم تقبل المزارعين لاستخدام هذه الآليات الجديدة، مما يحد من هامش الربح لدى

<p>المزارعين في المفرق.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● عمر الصلاحية المحدود لطماطم المفرق، بالإضافة إلى الخسائر التي يتكبدها المنتج جراء نقص المرافق الخاصة بالعمليات التالية لقطف المنتج (التبريد السريع، التخزين البارد وغيرها) ● سرعة ظهور العطب الخارجي على البندورة بسبب الاستخدام غير الملائم للأسمدة والمبيدات والذي يتسبب بضعف جودة البندورة (اللون الأخضر في منتصف الثمرة وتشققها) ● نقص المعرفة العملية والوعي لدى المنتجين بخصوص الأنواع المختلفة للمبيدات والأسمدة. ● ضعف البنية التحتية وشح مياه الريّ ● التغليف غير الملائم والذي يتسبب بخسائر مرتبطة بالتسويق والجودة ● العمليات التابعة لقطف المحصول تفتقر إلى المرافق الخاصة بالتخزين والقادرة على تمديد عمر حياة المنتج، فلا وجود حالياً لأي من منتجات التبريد السريع والتخزين البارد في قطاع إنتاج البندورة في المفرق. ● نقص العمالة الماهرة في عمليات القطف وعمليات ما بعد القطف بشكل خاص ● عدم القدرة على التسويق بشكل مشترك ومعرفة معايير السوق المطلوبة تؤدي إلى انخفاض في جودة البندورة وعدم وجود اتساق في الأصناف المعروضة في الأسواق. 	<p>لإنتاج البندورة مما جعله مصدرًا أساسيًا لها في المنطقة والعالم.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● يمتاز منتج البندورة في المفرق بسعره التنافسي في الأسواق الخارجية، مع وجود فرصة لزيادة هذا السعر قليلاً من أجل تحقيق هوامش أكبر للريح (بشرط أن يقوم المنتجون بعمليات الفرز والتصنيف، بالإضافة إلى القيام بعمليات الترويج والتغليف بالشكل الملائم) ● توفر منتج البندورة في فترة مهمة خلال العام، وذلك حين يتوقف إنتاج البندورة في وادي الأردن. ● المكانة التنافسية في الأسواق الإقليمية وخاصة الإمارات والعراق والسعودية ● القرب الجغرافي للأسواق الإقليمية الأساسية، ويعد هذا ميزة إستراتيجية على الدول المنافسة مثل سوريا وتركيا. ● المستهلك الأردني يفضل المنتجات المحلية إن كانت عالية الجودة.
---	---

<ul style="list-style-type: none"> ● القدرة التفاوضية الضعيفة مع تجار الجملة وذلك بسبب غياب جهة تمثل منتجي البندورة في المفرق ● عدم قدرة المزارعين على الوصول بشكل مباشر إلى تجار التجزئة والأسواق الاستهلاكية. 	
<p style="text-align: center;">التحديات</p>	<p style="text-align: center;">الفرص</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● البقاء عرضة للقوة التفاوضية للتجار والمصدرين في ظل عدم وجود جهة تمثل المنتجين والمزارعين خاصة أصحاب المزارع الصغيرة. ● الوضع السياسي والأمني خاصة في العراق، حيث ستؤثر الظروف فيها على التصدير إليها. ● الأسعار المنخفضة التي تحول دون دخول المنتجين إلى القطاع الصناعي ● شح مصادر المائية وملوحة المياه الجوفية ● احتمال تأثير الأوضاع الأمنية والسياسية في كل من سوريا وغيرها من دول الجوار على القطاع الزراعي في الأردن. 	<ul style="list-style-type: none"> ● الطلب على مستوى المنطقة يشهد ازدياداً على الغذاء وخاصة المنتجات الغذائية الصحية. فهناك فرص تصدير كبيرة جداً إلى أسواق الخليج العربي، فالمناخ جاف في تلك المنطقة والظروف غير ملائمة لأغراض زراعية، مما يدفع بهذه الأسواق إلى الاعتماد على الواردات من أجل تلبية الاحتياجات المحلية. ● فرصة زيادة هوامش الربح للمنتجين/المزارعين، وخاصة في الأسواق الخارجية، وخاصة إن تم تطبيق العمليات الخاصة بما بعد القطف مثل الفرز والتصنيف. ● هنالك فرص ترتبط بتنسيق العمل بين المنتجين/المزارعين، ولاسيما التسويق المشترك، وشراء المواد الأساسية وغيرها من المشتريات (للحصول على أسعار وشروط أفضل) والحد من تكاليف الإنتاج والتسويق، بالإضافة إلى التحسين الجماعي لعمليات التغليف وزيادة الجودة.

النتائج الأساسية والخلاصة

تظهر نتائج البحث وتحليل سووت أن قطاع إنتاج البندورة في الأردن بشكل عام، والقطاع الفرعي لإنتاج البندورة في المفرق بشكل خاص، يمتلك إمكانيات جيدة لتحقيق المزيد من النمو والتوسع، خاصة في الجوانب التالية:

- زيادة أسعار الصادرات من أجل زيادة هوامش الربح في الأسواق الحالية والمستقبلية وذلك من خلال تحسين الجودة (باعتماد عمليات الفرز والتصنيف) بالإضافة إلى اعتماد أساليب جديدة في الترويح والتغليف
- التوسع في الإنتاج من أجل تلبية الاحتياجات المحلية المتزايدة للعدد المتزايد من السكان، بالإضافة إلى تلبية احتياجات الأسواق الخارجية (خاصة السعودية والإمارات والعراق). هنالك تحدّ يتعلق بزيادة الإنتاج ألا وهو شح المصادر المائية وملوحة المياه الجوفية.
- وجود فرصة لإنشاء مبادرات أعمال جديدة يمكن أن تشرف عليها السيدات أو المنتجون ذوو الإنتاج المحدود، ومن هذه الأفكار: صنع البندورة المجففة ومعجون البندورة، تقديم خدمات الفرز والتصنيف على أساس التعاقد الخارجي.

إلا أن القطاع يعاني في الوقت ذاته من عدد من نقاط الضعف التي تحول دون تحقيق إمكاناته على أكمل وجه، وهي متعلقة بنقص المعرفة العملية فيما يتعلق بالفرز والتصنيف لمحصول البندورة، وغياب التغليف الملائم، وعمليات الشحن غير الملائمة لمحصول البندورة، وهذا كله يسهم في تدهور الجودة للمنتج والتأثير على فترة صلاحيته. كما أنّ هنالك العديد من نقاط الضعف المتعلقة بالتسويق والتوزيع، في ظل عدم قدرة المنتجين على التأثير بتجار الجملة الذي يمتلكون قوة تفاوضية أكبر. ومما يؤثر على عملية التسويق كذلك هو عدم معرفة توجهات العرض والطلب في السوق، بالإضافة إلى غياب الجهود المشتركة للتسويق والترويج. كما أنّ هنالك بعض القضايا المتعلقة بالبنية التحتية والمتعلقة مثلاً بشح مياه الري، وملوحة الآبار الموجودة، وعدم وجود مرافق خاصة بالتبريد السريع وأماكن التخزين الباردة.

كما أنّ هنالك تحديات ترتبط بالآثار السلبية المتزايدة على القطاع ومنها الأوضاع السياسية والأمنية في المنطقة وسيادة حالة من عدم الثقة حولها، بالإضافة إلى الظروف المناخية المتقلبة والتذبذب في معدلات

هطول الأمطار. وهناك تحديات أخرى تتعلق بزيادة التنافس في الأسواق الخارجية، بالإضافة إلى التحديات التي يفرضها السوق المحلي في ظل تراجع ثقة المستهلك وتراجع قوته الشرائية.

ومن أجل تعزيز فرص القطاع في تحقيق النمو والحفاظ عليه، فإن تحليل تووس (TWOS) وهو أحد الأشكال الأخرى لتحليل سووت، يقدم بعض التوصيات التي تساعد القطاع على تعزيز نقاط القوة لديه من خلال استغلال الفرص، وكيفية استغلال نقاط القوة لتجنب التهديدات المحتملة، وتجاوز نقاط الضعف من خلال الاستفادة من الفرص، والحد من تأثير نقاط الضعف لتجنب التهديدات المحتملة.

جوانب القوة الداخلية	جوانب الضعف الداخلية
+ قاعدة الإنتاج الجيدة	- القضايا المتعلقة بالجودة
+ المكانة التنافسية الجيدة في الأسواق الإقليمية الأساسية	- وعمر المنتج القصير نسبياً بسبب إهمال عملية الفرز والتصنيف
+ القرب الجغرافي	- غياب الجهود المشتركة في التسويق والترويج
+ توفر المنتج خلال الصيف	- التغليف غير الملائم
+ تفضيل المستهلك المحلي	- ضعف البنية التحتية اللازمة للتبريد والتخزين البارد
	- غياب جهة التمثيل الرسمي
	- ضعف قدرة المزارعين على الوصول إلى تجار التجزئة والأسواق الاستهلاكية الكبيرة
	- نقص العمالة الماهرة في مرحلة ما بعد قطف

المحصول		
<p>تجاوز نقاط الضعف وفق الفرص المتوفرة</p> <ul style="list-style-type: none"> ● تأسيس جمعية تعاونية لمزارعي البندورة في المفرق من أجل القيام بشكل مشترك بعمليات التسويق والترويج والتغليف والمشتريات من اللوازم والمواد الأساسية ● إنشاء مركز للفرز والتصنيف (يمكن إدارته من قبل سيدات المجتمع المحلي، والذي يقدم خدمات الفرز والتصنيف للمزارعين ● زيادة الوعي بين المزارعين بضرورة العمليات الخاصة بالتبريد والتخزين الملائم، وإطلاق مبادرة مشتركة للقيام بهذه العمليات وتوفير المرافق الخاصة بها ● بناء قدرات المزارعين وزيادة معرفتهم بالأشتال المختلفة والمبيدات المتنوعة. 	<p>نقاط القوة وفق الفرص المتوفرة</p> <ul style="list-style-type: none"> ● تأسيس جمعية تعاونية لمزارعي البندورة في المفرق من أجل القيام بشكل مشترك بعمليات التسويق والترويج والتغليف والمشتريات من اللوازم والمواد الأساسية ● القيام بدراسات تقنية ودراسات الجدوى من أجل النظر في الفرص الخاصة بزيادة الإنتاج 	<p>الفرص الخارجية الأساسية</p> <p>+ التزايد في الطلب المحلي والخارجي</p> <p>+ القدرة على زيادة هوامش الربح من خلال زيادة أسعار التصدير</p> <p>+ الإيجابيات المرتبطة بفرص توحيد الجهود بين المزارعين للتوصل إلى اقتصاديات السعة من خلال الاعتماد على المشتريات المشتركة</p>

<p>معالجة نقاط الضعف لتجنب التهديدات المحتملة</p> <ul style="list-style-type: none"> ● استخدام التقنيات الملائمة من قبل المزارعين لضخ المياه ● تنوع الإنتاج من خلال التوسع في أعمال المنتجات الفرعية 	<p>تعزيز نقاط القوة لتجنب التهديدات المحتملة</p> <ul style="list-style-type: none"> ● اعتماد عمليات الفرز والتصنيف المشتركة في قطاع إنتاج البندورة في المفرق ● إنشاء مركز للفرز والتصنيف (يمكن إدارته من قبل سيدات المجتمع المحلي، والذي يقدم خدمات الفرز والتصنيف للمزارعين ● زيادة أسعار التصدير وفق تحليل التكاليف-الأرباح بشرط أن يتم التعامل مع المنتج بطريقة ملائمة وفرزه وتصنيفه وتغليفه وترويجه. 	<p>التهديدات الخارجية الأساسية</p> <ul style="list-style-type: none"> - شح المصادر المائية وملوحة المياه الجوفية - التنافس - عدم الاستقرار السياسي في المنطقة
--	---	--

إستراتيجية التسويق والتوصيات

الحاجة لتطوير آليات التسويق والتوصيات المتعلقة بذلك

يقدم الجدول الآتي ملخصًا بالاحتياجات الخاصة بعملية التسويق والتوصيات المقدمة لمزاري البندورة في المفرق وذلك بالاعتماد على نموذج المزج التسويقي (4 Ps):

		المنتج
--	--	--------

التوصيات	التحديات أمام تحقيق التحسينات	التحسينات المطلوبة
<ul style="list-style-type: none"> التقدم بكتب رسمية وعرائض من أجل إلغاء الضريبة عن المواد الزراعية التي يمكن استخدامها لأغراض أخرى تأسيس جمعية للمزارعين من أجل القيام بشراء اللزم الزراعية بشكل مشترك 	<ul style="list-style-type: none"> الضرائب الحكومية على المواد التي قد تستخدم لأغراض أخرى غير الإنتاج الزراعي 	<ul style="list-style-type: none"> ارتفاع تكلفة بعد المواد الأساسية
<ul style="list-style-type: none"> زيادة مستوى الوعي لدى المزارعين بخصوص السمات المتنوعة للأشتال وذلك من خلال عقد ورش خاصة ببناء القدرات 	<ul style="list-style-type: none"> ضعف معرفة المزارعين بالأنواع المختلفة للأشتال ومدى ملائمة كل منها للزراعة المحلية 	<ul style="list-style-type: none"> جودة الأشتال
<ul style="list-style-type: none"> زيادة مستوى الوعي لدى المزارعين من خلال عقد ورش العمل الخاصة ببناء القدرات 	<ul style="list-style-type: none"> نقص المعرفة التقنية والعملية بالأسمدة واستخدامها بالطريقة الأمثل 	<ul style="list-style-type: none"> الاستخدام المحدود وغير الملائم للأسمدة والمبيدات
<ul style="list-style-type: none"> زيادة مستوى الوعي لدى المزارعين بأساليب الضخ الملائمة من خلال عقد ورش العمل الخاصة ببناء القدرات 	<ul style="list-style-type: none"> الأساليب غير الملائمة لضخ المياه من قبل بعض المزارعين 	<ul style="list-style-type: none"> زيادة استخدام مياه الري ذات درجة الملوحة المرتفعة وبتكاليف عالية
<ul style="list-style-type: none"> يمكن للجمعية التعاونية 	<ul style="list-style-type: none"> مطالبة العمال 	<ul style="list-style-type: none"> ارتفاع أجور العمال

<p>أن تنسق قضايا العمال بالتعاون مع وزارة الزراعة ووزارة العمل</p>	<p>السوريين باستخدام جميع/معظم أفراد العائلة في العمل</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • تزويد المزارعين بالمعرفة العملية لتطبيق الأساليب الملائمة في مرحلة قطف المنتج والمرحلة التالية لذلك • يمكن أن تقوم الجمعية المقترحة بتقديم خدمات الفرز والتصنيف والتي يمكن أن تشرف عليها سيدات المجتمع المحلي من خلال التعاقد الخارجي 	<ul style="list-style-type: none"> • ضعف أساليب قطف المنتج والتعامل مع المنتج بعد القطف • غياب عمليات الفرز والتصنيف • عدم معرفة الوقت المناسب لقطف المحصول • عمليات التغليف غير الملائمة 	<ul style="list-style-type: none"> • جودة المنتج
<ul style="list-style-type: none"> • وضع إستراتيجية مشتركة للترويج تعتمد على فكرة "طماطم المفرق الطازجة والنظيفة" • يمكن للجمعية المقترحة أن تسوق بعض منتجات المزارعين وفق عملية ترويج موحدة. 	<ul style="list-style-type: none"> • غياب هوية منتج البندورة في المفرق • غياب عمليات التسويق والترويج المشتركة بين مزارعي البندورة في المفرق وذلك بسبب عدم وجود هيئة تجمعهم وتمثلهم. 	<ul style="list-style-type: none"> • الترويج
<ul style="list-style-type: none"> • إجراء دراسة تقنية وطرح تصاميم معينة لاعتماد أساليب ملائمة في التغليف 	<ul style="list-style-type: none"> • ضعف المعرفة بعمليات التغليف الملائمة • تكلفة التغليف الملائم 	<ul style="list-style-type: none"> • التغليف

<ul style="list-style-type: none"> • العمل مع الجمعية المقترحة من أجل وضع خطة مشتركة لمشتريات لوازم التغليف 		
		السعر
	التحديات أمام تحقيق التحسينات	التحسينات المطلوبة
<ul style="list-style-type: none"> • تأسيس جمعية لمزارعي البندورة في المرفق، وتحديد أدوارها وعملياتها في إطار خطة عمل واضحة، ويمكن من خلالها تحديد عمليات التسعير وكيفية التعامل مع العقود التجارية. 	<ul style="list-style-type: none"> • القدرة التفاوضية الكبيرة لتجار الجملة في ظل غياب جهة تمثل المزارعين 	<ul style="list-style-type: none"> • أسلوب تحديد الأسعار في الأسواق المحلية
		• التسويق
	العوائق أمام تحقيق التحسينات	التحسينات المطلوبة
<ul style="list-style-type: none"> • يمكن للجمعية المقترحة أن تكون مسؤولة عن عمليات التسويق لمنتجات المزارعين الأعضاء ضمن عملية ترويج موحدة. 	<ul style="list-style-type: none"> • عدم وجود هيئة تمثل المزارعين وغياب التمثيل التسويقي لديهم • ضعف المعرفة التسويقية 	<ul style="list-style-type: none"> • غياب الحملات المنظمة للتسويق
		• المكان (التوزيع)
	العوائق أمام تحقيق	التحسينات المطلوبة

	التحسينات	
<ul style="list-style-type: none"> • يجب أن تتمثل مهمة الجمعية المقترحة في إيجاد رابط بين المزارعين والأسواق الاستهلاكية خاصة في عمّان 	<ul style="list-style-type: none"> • ضعف القدرة التفاوضية لدى المزارعين في ظل غياب الجهة التي تمثلهم 	<ul style="list-style-type: none"> • زيادة القدرة على الوصول إلى تجار التجزئة والمتاجر الاستهلاكية الكبيرة
<ul style="list-style-type: none"> • تأسيس جمعية لمزارعي البندورة في المفرق، وتحديد أدوارها وعملياتها في إطار خطة عمل واضحة. 	<ul style="list-style-type: none"> • ضعف القدرة التفاوضية لدى المزارعين في ظل غياب الجهة التي تمثلهم 	<ul style="list-style-type: none"> • زيادة هوامش الربح لدى المزارعين عند البيع لتجار الجملة والوسطاء
<ul style="list-style-type: none"> • تأسيس جمعية لمزارعي البندورة في المفرق، وتحديد أدوارها وعملياتها في إطار خطة عمل واضحة • يمكن أن تقوم الجمعية المقترحة بتقديم خدمات الفرز والتصنيف والتي يمكن أن تشرف عليها سيدات المجتمع المحلي من خلال التعاقد الخارجي 	<ul style="list-style-type: none"> • الروابط الضعيفة مع المصدرين • عدم وجود منتجات متخصصة • القضايا المتعلقة بجودة البندورة المنتجة بسبب السلبيات المتعلقة بالقطف والعمليات اللاحقة لها • عدم القدرة على التوسع في الإنتاج للوصول إلى مراحل متقدمة في التصدير 	<ul style="list-style-type: none"> • زيادة هوامش الربح لدى المزارعين عند البيع للمصدرين

فرص الأعمال/مبادرات القيمة المضافة للسيدات وصغار المنتجين

فرص مقترحة للأعمال ومبادرات القيمة المضافة

يقدم الجدول الآتي وصفاً لأفكار أعمال ومبادرات مقترحة يمكن أن يديرها السيدات وأصحاب المشاريع الصغيرة في المفرق :

المبادرة المقترحة	تأسيس جمعية/مكتب لعمليات التغليف والتسويق
الوصف والأهداف	<p>● لا تنخرط المرأة بشكل كبير في إنتاج البندورة في المفرق، ويظهر في التحليل أن هناك عددًا من التحديات المتعلقة بالإنتاج (في مراحل الزراعة والقطف والعمليات اللاحقة لذلك) وتحديات أخرى متعلقة بالتسويق تواجه مزارعي البندورة في المفرق. ويمكن لتأسيس جمعية/شركة تديرها النساء أن تدرم شيئًا من الفجوة في سلسلة القيمة في قطاع إنتاج البندورة في المفرق. تتمثل الفكرة في تأسيس جمعية/شركة يمكن أن تديرها مجموعة من سيدات المجتمع المحلي والتي تقدم خدمات الفرز والتصنيف للمزارع، بالإضافة إلى تقديم خدمات أخرى تتعلق بالتسويق والتوزيع، وذلك من خلال تسويق وتوزيع منتجات المزارع من البندورة إلى الفنادق والأسواق الاستهلاكية المتخصصة والأسواق الاستهلاكية الراقية، وخاصة في عمان.</p> <p>ويمكن كذلك تقديم خدمات أخرى مثل:</p> <p>● خدمات خارجية للمساعدة في عمليات الزراعة والقطف والتعامل مع المنتج بعد القطف والفرز والتصنيف، حيث تقوم الجمعية/الشركة المقترحة باستخدام عاملات مدربات من منطقة المفرق من أجل تقديم الخدمات للمزارعين على أساس التعاقد الخارجي.</p>

<ul style="list-style-type: none"> ● تقديم خدمات التسويق والترويج والتغليف والتوزيع، حيث تقوم الجمعية/الشركة المقترحة بأداء عمليات خاصة بالترويج والتغليف للطماطم الطازجة، بالإضافة إلى الأصناف الجديدة من البندورة والمنتجات الفرعية ولاسيما البندورة الكرزية، والبندورة العنقودية، والبندورة المجففة، إذ تقوم بجمع هذه المنتجات من المزارع وتغليفها بشكل ملائم وتوزيعها على الفنادق والمطاعم والأسواق الاستهلاكية المتخصصة والأسواق الاستهلاكية الراقية وخاصة في عمّان. ● القيام بعمليات الشراء المشتركة للوازم من المواد الأساسية والخام الخاصة بالزراعة والتغليف وذلك من أجل تحقيق اقتصاديات السعة للمزارعين الأعضاء. <p>بالإضافة إلى ما سبق، فإنه يمكن للجمعية المقترحة أن تقوم باستضافة العاملات وأصحاب مشاريع الأعمال الصغيرة والصغرى من أجل طرح الخدمات والمنتجات الجديدة وفق عملية ترويج موحدة، ومن هذه الخدمات:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● خدمات القطف والعمليات اللاحقة للقطف والتعامل مع المحصول ولاسيما الفرز والتصنيف للمزارعين الأعضاء ● البندورة الجافة ومعجون البندورة ● البندورة الكرزية 	
<p>يمكن أن يشرف على عمل هذه الجمعية المقترحة مجموعة من مزارعي البندورة في المفرق، كما يمكن أن تشرف مجموعة من سيدات المجتمع المحلي على بعض أنشطة القيمة المضافة (مثل عمليات الفرز والتصنيف، والبندورة المجففة، ومعجون البندورة والبندورة الكرزية)</p>	الجهات المستهدفة
<p>يجب أن تخضع منتجات الجمعية المقترحة لعملية ترويج موحدة لمزارعي البندورة في المفرق ويمكن توزيعها على الجهات التالية:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● تجار الجملة 	الأسواق المحتملة

<ul style="list-style-type: none">• المصدرين• تجار التجزئة والأسواق الاستهلاكية• الفنادق والمطاعم <p>ويمكن في مرحلة سابقة عند زيادة الإنتاج واستخدام المعاصر المتنقلة أن يتم استهداف تجار الجملة والمصدرين.</p> <p>كما يمكن أن تنشئ الجمعية المقترحة غرفة عرض لبيع المنتجات مباشرة للمستهلكين.</p>	
--	--