

"الافكار الاساسية لمقترح انشاء شركة مساهمة خاصة كبيرة لتسويق المنتجات البستانية"



تتسم شركات تسويق المحاصيل البستانية القائمة بانها جميعاً تقريباً مؤسسات فردية وشركات تضامنية يملكها فرد واحد كما انها صغيرة الحجم قياساً برساميلها و حجوم اموالها. ولذلك وجدت الاستراتيجية الوطنية للتنمية الزراعية من بين المشاريع الهامة التي يمكن ان تساعد على تطوير قطاع تسويق الخضار و الفواكه وازهار القطف في المملكة (انشاء شركة مساهمة خاصة كبيرة لتسويق المحاصيل البستانية).

ورد مشروع انشاء شركة مساهمة لتسويق المنتجات البستانية في الاستراتيجية الوطنية للتنمية الزراعية ضمن قطاع التسويق تحت البرنامج الاول (برنامج تطوير الصادرات البستانية) حيث جاء مشروع انشاء الشركة في هذا البرنامج بالاضافة لمشروعين آخرين ليكون البرنامج متكاملًا بحيث تدعم المشاريع

الثلاثة بعضها بعضاً. والمشروعان الآخران هما: مشروع تطوير الصادرات البستانية - ومشروع تطوير البنى التحتية لقطاع الصادرات البستانية.

كل ما ورد عن مشروع الشركة في الاستراتيجية هو بالنص (انشاء شركة وطنية لتسويق المنتجات البستانية تمتلك جميع التسهيلات اللازمة لخدمة الصادرات و ذلك كشركة مساهمة عامة تساهم فيها الحكومة وتنسحب لاحقاً لصالح القطاع الخاص).

Ø مبررات انشاء شركة مساهمة خاصة كبيرة للتسويق

1. تمتلك شركات التسويق الكبيرة الامكانيات الادارية والمالية والفنية الضرورية لتحسين جودة المنتجات وتعبئتها وتخفيض التكاليف التسويقية مما يعزز قدرتها التنافسية وتمكنها من استخدام انسب الاستراتيجيات لدخول الاسواق المحلية و الخارجية و الاستحواذ على حصة اكبر فيها. بالاضافة الى زيادة القيمة المضافة على العمليات التسويقية وتحسين عوائد المنتجين والمصدرين والاقتصاد القومي.
2. وجود فرص تسويقية ضائعة في الاسواق التصديرية التقليدية وغير التقليدية خصوصاً بالنسبة للمنتجات الشتوية في وادي الاردن التي تمتلك ميزة تنافسية كبيرة.
3. تواضع كمية و قيمة الصادرات للاسواق التقليدية وغير التقليدية ذات المتطلبات العالية.
4. اهمية المشاريع الكبيرة في قيادة عملية تطوير نظام تسويق المحاصيل البستانية في السوق المحلي باعتبارها مشروعات رائدة تمتلك قدرات متميزة للتطوير.
5. قدرة المشاريع الكبيرة على ربط الانتاج بالطلب في الاسواق المحلية والتصديرية من حيث الانواع والاصناف والمواصفات.
6. حاجة قطاع تصدير المحاصيل البستانية للانتقال من مرحلة تصدير الفائض الى مرحلة بناء قطاع زراعة تصديرية تقوم اساساً على الزراعة التعاقدية.
7. حاجة قطاع التسويق الى خدمات وانشطة تسويقية متطورة في مجال تحسين نوعية المنتجات واعدادها و تعبئتها وتوصيلها للاسواق المستهدفة وفقاً لمتطلبات هذه الاسواق.
8. وجود فرص واسعة امام المشاريع الكبيرة للتكامل ولزيادة القيمة المضافة في العملية التسويقية وخلق فرص العمل.

Ø اهداف الشركة

1. استغلال الفرص المتاحة لزيادة كمية الصادرات البستانية وقيمتها في الاسواق التقليدية والاسواق ذات المتطلبات العالية خصوصاً في اوروبا الغربية.
2. زيادة القدرة التنافسية السعرية والنوعية للمنتجات البستانية في السوق المحلي والاسواق التصديرية.
3. المساهمة في ربط الانتاج بالطلب في الاسواق المحلية و التصديرية.

٤. المساهمة في بناء قطاع زراعة تصديرية متكامل يقوم على اساس الزراعة التعاقدية .
٥. تطوير أنشطة وخدمات تسويق المحاصيل البستانية وتكاملها ما امكن للخلف و للامام لتحسين مستوى الجودة وتقليل نسبة الفقد والتلف وزيادة القيمة المضافة لعمليات التسويق.
٦. المساهمة في تأسيس علامة تجارية للمنتج الاردني في الأسواق التصديرية.

Ø المهام التي ستقوم بها الشركة لتحقيق اهدافها:

يفترض من الشركة في حال انشائها القيام بمساهمة فاعلة في تطوير قطاع التسويق داخل السوق المحلي وعلى صعيد التصدير من خلال القيام بالمهام التالية:

١. توفير خدمات اعداد المنتجات للتسويق في السوق المحلي و للتصدير بما يضمن استخدام التكنولوجيا لتحقيق الجودة ، وتخفيض التكاليف، وأبرز هذه الخدمات:

- التبريد الاولي
- التدرج و التعبئة
- النقل المبرد
- التخزين المبرد
- استخدام العبوات الافضل نوعية والافضل فنياً و الانسب سعرياً والاكثر فعالية لاغراض الترويج.
- labelingالتبيين (اضافة بطاقة البيان المناسبة للاسواق المختلفة).

٢. دراسة الاسواق المحلية والاسواق التصديرية لربط الانتاج باحتياجات ومتطلبات الاسواق.
٣. ادخال انواع واصناف جديدة تطلبها الاسواق خصوصاً ما يحقق منها عائداً اعلى او ما ينتجه الاردن بميزة بنسبة او يكون اقل استهلاكاً للمياه.
٤. فتح اسواق تصديرية جديدة والتوسع في الاسواق التصديرية القائمة.
٥. زيادة واستقرار دخول المزارعين من خلال التعاقد معهم لانتاج احتياجات الشركة للسوقين المحلي و الخارجي.
٦. انشاء وادارة اسواق الجملة للمحاصيل البستانية داخل و خارج حدود البلديات.
٧. استيراد المحاصيل البستانية للسوق المحلي وفقاً لاحتياجات السوق والاشتراطات الفنية و المواصفات التي تحددها الجهات المسؤولة.
٨. brand nameتأسيس علامة تجارية للمنتج الاردني للترويج للمنتجات البستانية الاردنية

في الاسواق التصديرية.

التسويق بكل المعايير هو الهم الرئيسي للقطاع الزراعي. وانشاء شركة (شركات) للتسويق وتصدير المنتوجات الزراعية قد يكون احد اهم الحلول ليس للمزارعين فقط بل للقطاع باكملة. يتضح من الدراسة اهمية هذا الحل، وهذا المقال دعوة للمزارعين ، للوزارة، لتجار ومصنعي المدخلات الزراعية، المصدرين، تجار الاسواق المركزية لبحث انشاء هذه الشركة او الشركات والاستفادة من الدراسات و الامكانيات التي تضعها الحكومة في هذه المرحلة لخدمة هذا الهدف

او قد تضيع هذه الفرصة الهامة، و للحوار بقية.

د.عاكف الزعبي

مؤسسة التسويق الزراعي