

دور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن

إحسان علي السلaimه

وزارة الزراعة - الأردن

ehsansalaymh@gmail.com

2022/6/22 قبول البحث:

مراجعة البحث: 2022/6/9

استلام البحث: 2022 / 4/23

DOI: <https://doi.org/10.31559/GJEB2022.12.4.5>



This file is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International](#)



دور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن

إحسان علي السلايمه

وزارة الزراعة - الأردن

ehsansalaymh@gmail.com

استلام البحث: 2022/4/23 مراجعة البحث: 2022/6/9 قبول البحث: 2022/6/22 DOI: <https://doi.org/10.31559/GJEB2022.12.4.5>

الملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن، واستخدمت الباحثة المنهج النوعي وتمثلت الأداة في إعداد مقابلة شبه مقننة وتم التأكد من صدقها وثباتها بالطرق العلمية الصحيحة وتم توزيعها على عينة قصديبة بلغت (35) فردًا من العاملين والمختصين والخبراء في القطاع الزراعي وأظهرت نتائج الدراسة أن معظم المشاركين في الدراسة أكدوا على ضرورة التسويق الزراعي ودوره الكبير في تحسين نشاط القطاع الزراعي بشكل عام وفي تحسين مستوى الأمن الغذائي". وأن هناك اتفاق بين جميع الأفراد المشاركين بالدراسة على دور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن بغض النظر عن خصائصهم الديموغرافية كالنوع الاجتماعي، المؤهل العلمي وفي ضوء النتائج يوصي الباحث بإجراء العديد من الدراسات والأبحاث حول الموضوع نظرًا لأهميته. وعقد رشات تدريبية للعاملين والمهتمين في القطاع الزراعي عن أهمية التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي.

الكلمات المفتاحية: التسويق الزراعي؛ الأمن الغذائي؛ الأردن.

1. المقدمة:

يعتبر القطاع الزراعي المصدر الأساسي للغذاء وتوفير المواد الغذائية للسكان، وهو الركيزة الأساسية من أجل تحقيق التنمية الريفية المستدامة، ولا يكتفي دوره في المساهمة المباشرة في الاقتصاد الوطني بل يمتد ليشمل العديد من الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية والبيئية. كما ويعتبر سوقاً لمنتجات القطاع الصناعي والقطاعات الأخرى الاستهلاكية أو الرأسمالية، بالإضافة إلى ذلك فإن المجتمعات الزراعية تعتبر من أكثر الفئات القابلة للتعرض لحالة من انعدام الأمن والتأثر بالمتغيرات والمؤثرات التي تؤثر على الأمن الغذائي وبؤر الفقر، ويسهم في الاستقرار السياسي والأمني، والمحافظة على الإرث الثقافي وال מורوث الاجتماعي، إضافة إلى البعد البيئي بما ينطوي عليه من حفاظ على التنوع الحيوي والتوازن البيئي الذي يكفل ديمومة الموارد (مقبل، 2003).

ويعتبر القطاع الزراعي من القطاعات الإنتاجية المهمة في الأردن، وتلعب الزراعة دوراً هاماً في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول، كما وترتبط ارتباطاً وثيقاً بنظام الحياة واستمراريتها، ويحدد القطاع الزراعي أسلوب المعيشة ومستوى الدخل للأفراد، ويعتبر مصدراً للأمن الغذائي والاجتماعي ومحوراً من محاور التنمية الريفية، وتتنوع أساليب الإنتاج وتقنياته في القطاع الزراعي في الأردن، مما ينعكس على كفاءة القطاع وذلك لاقتراحها بضعف القدرة المالية على تبني الأساليب الزراعية الحديثة التي تساعد في خفض التكاليف الزراعية على مستوى المزرعة، ولكن ارتفاع تكلفة تبني تلك الأساليب يدعو إلى توفير المخصصات المالية والفنية لزيادة قدرة المزارعين وتوفير الدعم المادي والبشري لأنشطة البحث العلمي والإرشاد الزراعي، وهذا يتم من خلال اتباع سياسة متطرفة لزيادة مخصصات هذه الأنشطة (وزارة الزراعة، 2020).

ألا وإن هناك بعض الدول العربية تعاني من عجز هائل في اقتصادها الزراعي وذلك من حيث منسوب استهلاك المنتجات المحلية بنسبه الشراء الهائل لها، والتي لا تكفي سكان الدولة الواحدة، أو يكون هناك عجز في شراء المنتجات المحلية وتوجههم للمنتجات المستوردة، جميع تلك العقبات تؤدي بدورها إلى عجزهم من الناحية الزراعية والاقتصادية للدولة (أبو زيد، 2016).

ومن هذه الأساليب والاستراتيجيات اتباع التسويق الزراعي والذي يعد من بين أهم مجالات التسويق المعاصر وهذا راجع إلى أهميته الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، حيث يهتم هذا الفرع بالعديد من الجوانب المتعلقة بالزراعة كالمزارعين والمؤسسات التسوقيّة لمخرجات هذا القطاع وكذلك المؤسسات التصنيعية (سابق، 2022).

إن مفهوم التسويق الزراعي يهدف إلى تسهيل تبادل السلع الزراعية بين أفراد المجتمع وتحديد أسعارها بشكل منطقي ومقبول ويراعي احتياجات المجتمع الواحد، والذي يعمل على تسهيل تدفق السلع الزراعية والخدمات الغذائية المرتبطة بها من أماكن إنتاجها إلى أماكن استهلاكها بالأسعار والأوضاع المناسبة لمستهلكها (السعدي، 2016).

وتأتي أهمية دراسة إمكانات الإنتاج الزراعي وواقع القطاع الزراعي من أهمية هذا القطاع والدور الذي يلعبه في التنمية الاقتصادية فهو يسهم في الإنتاج؛ إذ يشكل الإنتاج الزراعي المادة الأساسية التي تستخدم في الصناعات الغذائية والنسيج والاهتمام بالزراعة يوفر يحقق الأمن الغذائي، كما ويحقق التنمية المستدامة والتكامل الاقتصادي بين كافة القطاعات، كما ويساهم القطاع الزراعي في دعم ميزانية الدولة عن طريق زيادة الإنتاج المحلي وتقليل حجم الاستيراد، ونظرًا لكون القطاع الزراعي يرتكز على مجموعة من العوامل البيئية والطبيعية فإن الاستثمار به ضئيل جدًا ومحدود. (خيري، 2016).

وتأسیساً على ما سبق ونظرًا لأهمية القطاع الزراعي والدور الذي يلعبه في التنمية الاقتصادية فهو يسهم في الإنتاج؛ إذ يشكل الإنتاج الزراعي المادة الأساسية التي تستخدم في الصناعات الغذائية والنسيج والاهتمام بالزراعة يوفر يحقق الأمن الغذائي في الأردن، كما ويتحقق التنمية المستدامة والتكامل الاقتصادي بين كافة القطاعات، كما ويساهم القطاع الزراعي في دعم ميزانية الدولة عن طريق زيادة الإنتاج المحلي وتقليل حجم الاستيراد، ونظرًا لكون القطاع الزراعي يرتكز على مجموعة من العوامل البيئية والطبيعية فإن الاستثمار به ضئيل جدًا ومحدود. ومن هنا جاءت فكرة هذه الدراسة للتعرف على واقع القطاع الزراعي الأردني، والتحديات التي يواجهها، وإمكانات تطويره. ونظرًا لأهمية التسويق الزراعي في تحسين المستويات الإنتاجية للقطاعات الزراعية المختلفة فقد جاءت الحاجة لإجراء هذه الدراسة والتي تهدف إلى التعرف لدور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن.

1.1. مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تعد الزارعة ركناً أساسياً من الأركان الاقتصادية وأركان التنمية الاجتماعية، كما وتلعب الزارعة دوراً هاماً في حماية البيئة والحفاظ عليها، بما في ذلك حماية التنوع الحيوي وضمان التوازن البيئي الذي يوفر الاستخدام المستدام للموارد ويحافظ عليها للأجيال القادمة، وقد بدأت الدول المتقدمة تهتم بالقطاع الزراعي وتخصص له العديد من الموارد لدعمه تأكيداً على الأهمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية لهذا القطاع، وقام الأردن باتباع نهج الدول المتقدمة حيث سعى جاهداً في السنوات الأخيرة إلى دعم قطاع الزارعة وتطوير الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية فيه سعياً لتحقيق الأمن الغذائي. ومن هذه الاستراتيجيات المهمة التسويق الزراعي إذ يشكل التسويق الزراعي أهمية خاصة بالنسبة للدول النامية، إذ أن اغلب وقت وجهد ورأس المال السكان في هذه الدول يوجه من أجل الناتج الزراعي، حيث يعمل معظم السكان بالزارعة، وعليه فإن كفاءة الجهاز التسوقي في هذه الدول إنما تكون له آثار بعيدة المدى على رفاهية هؤلاء السكان. وتلعب التنظيمات التسوقيّة الزراعية الأهلية دوراً هاماً في تسويق السلع الزراعية، ويعود ذلك إلى تأثيراتها الكبيرة على النظام التسوقي والناتجة عما تحدثه من تغيرات على قوى السوق البائعة منها والمشتري ومن خلال خبرة الباحث الواسعة في وزارة الزارعة وجدت أن هناك عدة مشاكل تواجه القطاع الزراعي بشكل عام والأمن الغذائي بشكل خاص ومنها التسويق الزراعي الذي يعد من أبرز المشاكل التي تواجه القطاع الزراعي في الأردن وذلك لدوره الكبير في تحسين العملية الإنتاجية وتحصيل مستويات عالية من الأمن الغذائي في الأردن وقد تم حورت مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- ما دور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن؟
- هل هناك فروقات في استجابات عينة الدراسة لدور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن بين استجابات عينة الدراسة يعزى للخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة كالنوع الاجتماعي، المؤهل العلمي؟

2.1. أهداف الدراسة:

ستسعى الدراسة الحالية لتحقيق الأهداف الآتية:

- الكشف عن اتجاهات المزارعين والখرباء في القطاع الزراعي مما يعملون في وزارة الزارعة في الأردن لدور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن.
- التعرف على الاختلافات في اتجاهات عينة الدراسة تبعاً لمتغيرات النوع الاجتماعي، المؤهل العلمي.
- تقديم إطار نظري شامل يمكن الرجوع إليه من قبل المختصين والباحثين.

3.1 أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في الجوانب الآتية:

الأهمية النظرية:

تستمد الدراسة أهميتها من أهمية القطاع الزراعي وأهمية الموضوع المدروس وهو دور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن، والتي تعد من الموضوعات الهامة والحديثة في حياة المنظمات الزراعية، إذ تنبع أهمية الدراسة في كونها ستزود المكتبة العربية بدراسة تربط دور التسويق الزراعي وأثره في تحسين الأمن الغذائي في الأردن وجاءت أهمية الدراسة من ندرة الدراسات والأبحاث في هذا المجال، كما تكمن أهمية الدراسة في كونها ستقدم توصيات للمهتمين والمعنيين بمثل هذه المواضيع بناءً على النتائج التي ستتوصل لها الدراسة.

الأهمية التطبيقية:

تكمن الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة في كونها تفيد القطاعات الزراعية في الأردن وتقدم لهم إطار عمل شامل لدور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي من خلال النتائج التي ستتوصل لها الدراسة الحالية، بالإضافة لبيان مدى أهمية التسويق الزراعي لتحقيق مستقبل أفضل للقطاعات الزراعية المختلفة مما يحقق ديمومتها ونموها واستمراريتها ونجاحها على المدى الطويل.

4.1 مصطلحات الدراسة:

- التسويق الزراعي:** ويعرف بأنه جميع الأنشطة الازمة لنقل المنتجات الزراعية من المزارعين ومراكز الإنتاج إلى الزبائن النهائي ومراكز الاستهلاك، وتشمل تخطيط الإنتاج والزراعة، والحساب، والتصنيف والفرز، والتغليف والتوضيب، والنقل والشحن، والتخزين، والعرض والبيع.(Shalaby,2011)
- الأمن الغذائي:** ويعرف بأنه جميع الظروف والمعايير الضرورية الازمة خلال عمليات إنتاج وتصنيع وتخزين وتوزيع وإعداد الغذاء، لضمان أن يكون الغذاء آمناً وموثوقاً به وصحيّاً وملائماً للاستهلاك الآدمي. فأمان الغذاء متعلق بكل المراحل من مرحلة الإنتاج الزراعي وحتى لحظة الاستهلاك من طرف المستهلك الأخير (المشaque، 2019).

5. حدود الدراسة:

ستقتصر حدود هذه الدراسة في الحدود الآتية:

- الحدود المكانية:** تم إجراء الدراسة في المملكة الأردنية الهاشمية.
- الحدود الزمنية:** تم إجراء هذه الدراسة في عام 2022م.
- الحدود البشرية:** اقتصرت الدراسة على المزارعين والمختصين والخبراء في المجال الزراعي.
- الحدود العلمية:** ستقتصر الدراسة على معرفة دور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن.

6.1 الدراسات السابقة:

- يتضمن هذا الجزء عرضاً لأهم الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة، وقد جرى ترتيبها من الأحدث إلى الأقدم:
- قامت سايج (2020) بدراسة هدفت إلى تحديد أهم المعوقات التي تواجه تسويق المنتجات الزراعية من الخضار والفواكه في ولاية تيبازة، وقد تم توزيع 60 استبيان على مجموعة من المزارعين، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج ومن أبرزها ارتفاع تكلفة المدخلات الإنتاجية وعدم توفر مخازن مجهزة لاستقبال هذا النوع من المنتجات التي تعرف بسرعة تلفها هي من أهم المعوقات التي تعترض التسويق الزراعي، وقدمت في ذات الوقت مقتراحات تأمل أن تلقى صداقها لدى كافة أطراف العملية التسويدية.
- وأجرى بو فنش (2019) دراسة هدفت إلى التعرف على واقع التسويق الزراعي في الجزائر، من خلال التطرق إلى طبيعة وتطور نظام التسويق الزراعي في الجزائر، وأهم المؤهلات التي تساعد على تطويره. وخلصت الدراسة إلى أن التسويق الزراعي في الجزائر يعاني من عدة مشاكل تحول دون تطويره، والتي قمنا على ضوئها بتقدیم بعض المقترنات من أجل تطوير إستراتيجية التسويق الزراعي.
- دراسة موري وبن ناصر(2015) والتي هدفت إلى إبراز دور التسويق الزراعي في تطوير الزراعة الصحراوية وتحقيق تغطية جيدة للأسوق الوطنية مما قد يساهم في تحقيق أمن غذائي وطني، مع التعرض إلى مختلف المشاكل التي تعيق تسويق المنتجات الزراعية. وأشارت نتائجها إلى الزراعة الصحراوية في الجزائر تشهد تطويراً كبيراً في السنوات الأخيرة نتيجة الاهتمام والدعم الذي حظيت به، باعتبارها أحد المفاتيح التي تملكها الدولة والتي قد تساهم في معالجة مشكلة الأمن الغذائي، كما أن الموارد الطبيعية التي تزخر بها الصحراء توجى إلى إمكانية تطوير الزراعة بشكل أكبر في ظل تسخير الدولة لكل الوسائل والإمكانيات وتحدي العوائق، مما قد يرفع من مساهمة الزراعة الصحراوية في الإنتاج الوطني إلى المستوى الذي قد يسمح بتحقيق اكتفاء ذاتي غذائي، غير أن ارتفاع حجم الإنتاج في الصحراء لا يعد كافياً لبلوغ هذا الهدف، بحيث يجب أن يتبع هذا التطور في الإنتاج بتسيير زراعي فعال يضمن توزيع المنتجات الزراعية وإيصالها إلى كافة الأسواق الوطنية وخاصة الشمالية، وعليه يمكن القول أن ترقية

الزراعة الصحراوية بالاعتماد على التسويق الزراعي قد تساهم في الحد من استيراد بعض المنتجات الزراعية مما قد يساعد على تحقيق أمن غذائي وطني".

- وأجرى بن تففات (2011) دراسة هدفت إلى إبراز واقع حال تسويق الصناعات الغذائية الجزائرية وتجارتها الخارجية من خلال تقديم إحصائيات عن بعض الصناعات الغذائية الجزائرية وتحليل هذه المعطيات، بالإضافة إلى محاولة إبراز الدور الذي تلعبه هذه الصناعات في الاقتصاد الوطني، وذلك بعد التعرف على الجانب النظري لكل من الأمن الغذائي وكذلك التسويق الزراعي. وأظهرت نتائج الدراسة أن التسويق الزراعي هو فرع من فروع علم الاقتصاد الزراعي حيث يتم بإيصال السلع الزراعية المنتجة من أماكن إنتاجها إلى حيث يكون اسهاماتها وهو يحتوي كافة العمليات المرتبطة بتوصيل المنتجات الزراعية إلى المستهلك النهائي كالعمليات التحويلية أي خلق المفعمة الشكلية، فالصناعات الغذائية هي جانب من اهتمام فرع التسويق الزراعي، بالإضافة إلى أن فرع التسويق الزراعي يسعى إلى تحقيق منافع مكانية وزمنية وحيازية.
- وهدفت دراسة السرحان (2007) إلى تحليل أثر عدد من التغيرات في تسويق الخضار والفواكه في البداية الشمالية الأردنية وتمثلت هذه المتغيرات في اتباع سياسة زراعية تقليدية والخبرة والمعرفة بأساليب تجهيز المنتجات الزراعية وغياب نظم المعلومات التسويقية وقابلية المنتجات الزراعية للفساد وضعف خدمات الأسواق والقنوات التوزيعية كما هدفت الدراسة إلى تقييم أنشطة تسويق الخضار والفواكه في منطقة البداية الشمالية. هنا وقد توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: أولاً: تبين من خلال هذه الدراسة أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية قوية اتباع سياسة زراعية تقليدية في منطقة البداية الشمالية وبين تسويق الخضار والفواكه ثانياً: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخبرة والمعرفة بأساليب تجهيز المنتجات الزراعية وغياب نظم المعلومات التسويقية وبين تسويق الخضار والفواكه. وعلى ضوء هذه النتائج التي انتهت إليها الدراسة يمكننا اقتراح عدد من التوصيات أهمها: اتباع سياسة زراعية حديثة من قبل المزارعين في منطقة البداية الشمالية الأردنية تعتمد على استخدام الأساليب الزراعية الحديثة ابتداء من استخدام المحراث الزراعي والبذارة الآلية والرشاشات الزراعية الآلية. تحديد مساحات زراعية محددة لزراعة الخضار والفواكه والابتعاد عن الطرق العشوائية و اختيار المزروعات المناسبة حسب المساحة المزروعة تجنبًا للاختناق التسويقية التي تواجه الإنتاج الزراعي أثناء موسم الإنتاج الصيفي. استخدام المزارعين للبنور المحسن المستوردة في زراعة الخضار والفواكه في منطقة البداية الشمالية والتي تعطي إنتاجًا ذا جودة عالية لتسهل عملية تسويقها في الأسواق المركزية المحلية أو الخارجية بأسعار مرتفعة للمزارعين".

التعليق على الدراسات السابقة:

توصل الباحث بعد الإطلاع على الدراسات السابقة الخاصة في الموضوع على أن غالبية الدراسات تناولت التسويق الزراعي، كما أن غالبية الدراسات حديثة نسبيًا فقد أجريت منذ عام 2007 إلى 2020 ، وتنوعت أماكن تطبيق الدراسات، بالإضافة إلى أن غالبية الدراسات اعتمدت المنهج الوصفي التحليلي.

وقد استفادت هذه الدراسة من الدراسات السابقة بإثراء الأدب النظري المتعلق بدور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي، والمساعدة في الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد منهج الدراسة المناسب وصياغة مشكلة الدراسة وأسئلتها وتحديد أداة الدراسة وأهدافها بشكل واضح ودقيق.

وما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة الأخرى في كونها من الدراسات الأولى، والتي تم تطبيقها في المملكة الأردنية الهاشمية باستخدام المنهج النوعي.

2. منهجة الدراسة وإجراءاتها:

2.1. منهج الدراسة:

استخدمت الدراسة المنهج النوعي لمناسبة طبيعة الدراسة وأهدافها، وهو المنهج الذي يسمح بالتقضي المعمق وأيضًا المزيد من التقصي واستجواب المستجيبين بناء على ردودهم، حيث يحاول الباحث فهم مقتراحاتهم ورؤاهم اتجاه موضوع الدراسة وبالتالي الحصول على نتائج معمقة للدراسة، وببناء عليه سيقوم الباحث بإجراء المقابلة مع المزارعين والمختصين والخبراء في القطاع الزراعي مما يعملون في وزارة الزراعة في المملكة الأردنية الهاشمية وذلك لاستطلاع آرائهم حول دور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن.

2.2. مجتمع الدراسة وعيته:

تكون مجتمع الدراسة من المزارعين والمختصين والخبراء في القطاع الزراعي مما يعلمون في وزارة الزراعة في المملكة الأردنية الهاشمية. واقتصرت عينة الدراسة على المزارعين والمخخصين والخبراء في القطاع الزراعي مما يعلمون في وزارة الزراعة في المملكة الأردنية الهاشمية وعددهم (135) فردًا، وتم اختيارهم بالطريقة القصبية.

3.2 أداة الدراسة:

استخدم الباحث أداة الدراسة (المقابلة شبه المقننة) لغایات الكشف عن تصورات العاملين والخبراء والمحترفين في القطاع الزراعي لدور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن ويعتمد هذا النوع من المقابلات على مجموعة من الموضوعات أو المجالات التي من المفترض التطرق إليها في صورة عدد من الأسئلة المعيارية المقننة، إلا أن القائم بتلك المقابلات يمكنه حذف أو إضافة عدد من الأسئلة أو المجالات بناءً على طبيعة الموقف ومدى تدفق المحادثة والحوار بينهما وتعتبر المقابلات الشخصية شبه المقننة أشهر أنواع المقابلات الشخصية انتشاراً في الكثير من الأنواع البحثية وبخاصة في البحث النوعي، ولعل السبب في ذلك إنما يعزى في حقيقة الأمر إلى المرونة التي تتمتع بها والتي تمكن الباحث من إضافة أو حذف بعض الأسئلة أثناء المقابلة، كما أنها تعطي للباحث فرصة الحصول على معلومات مفصلة إزاء الموضوع المطروح حيث جرى وضع أسئلة المقابلة بخبرة الباحث الشخصية وبالاطلاع والاستفادة من الأدب النظري والدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع.

• صدق الأداة

تم التأكيد من صدق أسئلة المقابلة، بعرضها على مجموعة من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية والخبراء والمحترفين في مجال التسويق الزراعي في الجامعات الأردنية لإبداء الرأي حول مدى ملائمة الأسئلة المتضمنة في أداة المقابلة لتحقيق الهدف من الدراسة، وإبداء آية ملاحظات يرونها مناسبة من حيث الإضافة، أو الحذف، أو التعديل.

• ثبات الأداة

قام الباحث بعرض المقابلة بعد تفريغها على المشارك ليبيان وجهة نظره حول ما قاله في المقابلة ثم يطلب منها إضافة أو حذف أقواله وهذه من المؤشرات على ثبات المقابلة وقام الباحث بطرح أسئلة على عينة الدراسة للتتأكد من دقة التعبير من خلال إعادة طرح الأسئلة التي وجهت في المرة الأولى وهذا يدل أيضاً على ثبات المقابلة وكذلك التتحقق من خلال قيام أحد الزملاء من نفس التخصص بإعادة عملية التحليل للكشف عن توافقه بين المحللين في المجالات والسمات الرئيسية والفرعية للمقابلة وكانت النسبة مقبولة لإجراء المقابلة.

4.2 إجراءات تنفيذ المقابلة:

اتبع الباحث الخطوات الآتية للمقابلة مع الباحثين والمحترفين ومشرفي الدراسات الاجتماعية في المدارس الحكومية في الأردن:

- جرى تحديد أفراد الدراسة المشاركون والمتمثل بمجموعة من العاملين والخبراء والمحترفين في المجال الزراعي في الأردن.
- تم التواصل مع أفراد الدراسة الذين جرى اختيارهم بشكل قصدي، والإعداد المسبق للمقابلة، من حيث تحديد المجالات الأساسية التي تدور حولها، وإعداد الأسئلة المناسبة، والأداة التي تستخدم في تسجيل البيانات، وتحديد مكان المقابلة وزمنها.
- تكون علاقة ودية مع المبحوث، وكسب ثقته، وذلك عن طريق تعريف الباحث بنفسها، وشرح الهدف العام للمقابلة والدراسة، وتوضيح سبب اختيار المبحوث، وإقناعه بأن البيانات التي يعطيها، هي لغرض البحث وتكون محل سرية الباحث، وبأهمية مشاركته في البحث.
- تم تحديد مواعيد وأماكن المقابلات مع العاملين والخبراء والمحترفين في المجال الزراعي في عام 2022م بما يتاسب ومناطق عملهم أو سكناهم.
- تم إعداد مجموعة من الأسئلة الخاصة بالمقابلات وتوثيق فعالياتها كتابياً وتسجيلها كتائباً وتسجيلها بعد استئذن المشاركين ونيل الموافقة منهم.
- تم إجراء المقابلات بصورة فردية مع أفراد عينة الدراسة بصورة شخصية أو عبر الهاتف النقال، وذلك وفقاً لرغبة المشارك.
- تم استدعاء البيانات من المبحوث بالأساليب المناسبة وتشجيعه على الاستجابة. وستقوم الباحث بطرح الأسئلة والتدوين حرفيًا على الورق ما يذكر حرفيًا دون أضافه، أو حذف، وبعد الانتهاء من المقابلة ستقوم الباحث بقراءة المقابلة وتدوينها بصورة حرافية.
- تم تسجيل إجابات المبحوث، وأية ملاحظات إضافية وذلك بإتباع أحد أساليب التسجيل المعروفة، من مثل: التدوين الكتابي لأجوبة المبحوث، والتسجيل الحرفي لكل ما ي قوله المبحوث، أو لكل ما يمكن أن يسجل من أقوال، واستخدام أجهزة التسجيل الصوتية، وذلك بعد موافقة المبحوث.
- تم تحليل المقابلة باستخدام منهجية الترميز في البحث النوعي. لقراءة كل مقابلة لوحدها بطريقة متأنية ناقدة ولعدة مرات، ولكل جملة جرى تدوينها، وذلك ليدفع استخدام الأذكار والسمات المتضمنة في بيانات المقابلات. وتدعيمها بالأقوال المقتبسة من قبل كل مشارك أو مشاركة.

3. نتائج الدراسة ومناقشتها:

3.1 النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الرئيسي للدراسة وينص "ما دور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن؟"

للإجابة عن تساؤلات للدراسة قام الباحث بإجراء مقابلات شبه مقننة مع العاملين والخبراء والمحترفين في القطاع الزراعي في الأردن، وفي ضوء عملية تحليل استجابات أفراد الدراسة، أظهرت نتائج تحليل البيانات وجود عدة محاور يمكن أن تعد منطلقات رئيسية لدور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن.

أشارت نتائج تحليل السؤال الرئيسي للدراسة ما يلي:

- أن معظم المشاركون في الدراسة أكدوا على ضرورة التسويق الزراعي ودوره الكبير في تحسين نشاط القطاع الزراعي بشكل عام وفي تحسين مستوى الأمن الغذائي.
- وأشار المشاركون في الدراسة إلى أن التسويق الزراعي هو أداء كامل لأنشطة المشروع التي تتعلق بتدفق السلع الزراعية والخدمات من مراكز الإنتاج الزراعي إلى المستهلك.
- وأشار غالبية أفراد الدراسة إلى أن التسويق الزراعي يساهم في وصول السلع والمنتجات الزراعية إلى المستهلكين عبر الأسواق المختلفة، فمعلومات وأخبار السوق، جزء أساسي من التسويق المزارعين حول أين ومتى وكم من السلع يمكن أن ينتجها وبيعها المزارعون مما يساعد في تحسين الأمن الغذائي وأن التسويق الزراعي يساعد في انتصاف الإنتاج من الحقول إلى الأسواق ومن ثم المستهلكين بشكل يربط القطاع الزراعي مع القطاعات الأخرى مما يحقق مستويات عالية من التنمية المستدامة للقطاع الزراعي.
- وأشار غالبية المشاركون في الدراسة إلى أن التسويق الزراعي يعمل على تركيز الإنتاج الزراعي وتجميده في الأسواق محلية، ومن ثم في الأسواق المركزية، بهدف القيام بالوظائف التسويفية الالزمة لنقل السلع إلى مراكز الاستهلاك. الموازنة بين العرض والطلب، ويقصد بها التحكم في العرض حتى يتتوافق مع الطلب من حيث الزمن والكمية والنوع.
- وأكد معظم أفراد الدراسة أن للتسويق الزراعي دور مهم في التنمية الاقتصادية وازدهار الدول وتقديرها. وتحسين دخل المزارعين وانخفاض التكاليف مما يساعد على الحصول على مستوى مناسب من الأمن الغذائي.
- وأن التسويق الزراعي يساعد في تحقيق الاكتفاء الذاتي الغذائي وتحقيق الاعتماد الكامل على الموارد والإمكانات الذاتية في إنتاج كل احتياجات المجتمع الغذائية محلي.
- وأشار المشاركون في الدراسة إلى أن التسويق الزراعي هو أداء كامل لأنشطة المشروع التي تتعلق بتدفق السلع الزراعية والخدمات من مراكز الإنتاج الزراعي إلى المستهلك.
- وأشار غالبية أفراد الدراسة أن التسويق الزراعي يساعد في رفع مستويات الإنتاج الزراعي في الأردن بما يعادل أو يفوق الطلب المحلي وذلك لتحقيق مستوى عالي من الأمن الغذائي.
- ويرى الخبراء والمحترفين والعلماء في القطاع الزراعي أن تسويق المنتجات الزراعية، أحد أبرز معنيقات التنمية الزراعية ومحدداتها ويجب دراسة هذه المعتقدات والتغلب عليها ووضع رؤى وتصورات مستقبلية لتطوير البنية التحتية بالتسويق الزراعي في الأردن. وهذا ما يتفق ودراسة موري ون ناصر (2015) والتي أشارت نتائجها أن ترقية الزراعة الصحراوية بالاعتماد على التسويق الزراعي قد تساهم في الحد من استيراد بعض المنتجات الزراعية مما قد يساعد على تحقيق أمن غذائي وطني. دراسة بن تفاف (2011) وأظهرت نتائجها أن التسويق الزراعي هو فرع من فروع علم الاقتصاد الزراعي حيث يتم بإيصال السلع الزراعية المنتجة من أماكن إنتاجها إلى حيث يكون استهلاكها وهو يحوي كافة العمليات المرتبطة بتوصيل المنتجات الزراعية إلى المستهلك النهائي كالعمليات التحويلية أي خلق المنفعة الشكلية، فالصناعات الغذائية هي جانب من اهتمام فرع التسويق الزراعي، بالإضافة إلى أن فرع التسويق الزراعي يسعى إلى تحقيق منافع مكانية وزمنية وحيازية. ومع دراسة سابع (2020) والتي أشارت نتائجها إلى أن ارتفاع تكلفة المدخلات الإنتاجية وعدم توفر مخازن مجذزة لاستقبال هذا النوع من المنتجات التي تعرف بسرعة تلفها هي من أهم المعوقات التي تعترض التسويق الزراعي ومع دراسة بوفنش (2019) والتي أشارت نتائجها إلى أن التسويق الزراعي في الجزائر يعاني من عدة مشاكل تحول دون تطوره

أشارت نتائج تحليل السؤال الثاني للدراسة ما يلي: هل هناك فروقات في استجابات عينة الدراسة دور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن بين استجابات عينة الدراسة يعزى للخصائص والديموغرافية لعينة الدراسة كالنوع الاجتماعي، المؤهل العلمي؟ اتفق جميع الإفراد المشاركون بالدراسة على دور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن بغض النظر عن خصائصهم والديموغرافية كالنوع الاجتماعي، المؤهل العلمي.

2.3. التوصيات:

- في ضوء النتائج المتحصلة توصي الباحث بما يلي:
- إجراء العديد من الدراسات والأبحاث حول الموضوع نظرًا لأهميته.
- عقد ورشات تدريبية للعاملين والممتهنين في القطاع الزراعي عن أهمية التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي.
- الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة والرائدة في مجال التسويق الزراعي.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

1. بن ثفات، عبد الحق. (2011). دور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي – مع الإشارة إلى حالة الصناعات الغذائية الجزائرية. مجلة الباحث: 192-179(9).
2. البياري، سمر. (2018). جودة الحياة الوظيفية وأثرها على الالتزام التنظيمي لموظفي وزارة العمل والتنمية الاجتماعية في قطاع غزة. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الجامعة الإسلامية بغزة.
3. خيري، سهام. (2016). مساهمة القطاع الخاص في تنمية النشاط الزراعي في العراق 1970-2010 الواقع والآفاق. مجلة دنانير: 1(8).
4. أبوزيد، عطيات. (2016). دراسة إقتصادية لدور تعاونيات الإصلاح الزراعي في تسويق مستلزمات الإنتاج الزراعي. مجلة الاقتصاد الزراعي والعلوم الاجتماعية: 7(11): 1095-113.
5. سايج، فاطيمه. (2022). التسويق الزراعي بين المعيقات والمتطلبات: دراسة استطلاعية لرأي عينة من المزارعين في ولاية تيبازة. مجلة آفاق العلمية: 12(5): 659-678.
6. السرحان، عطا الله. (2007). تقدير أنشطة التسويق الزراعي في المملكة الأردنية الهاشمية: دراسة حالة على منطقة الباذلة الشمالية الأردنية. مجلة السائل: جامعة مصراتة – ليبيا، 3(3): 142-193.
7. السعدي، جميلة. (2016). التسويق الزراعي في الجزائر: واقع وافق. مجلة الإدارة والتنمية للبحث والدراسات: 6(1): 148-164.
8. بو فنش، وسيلة. (2019). التسويق الزراعي في الجزائر: واقعه واستراتيجيه تطوره. مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة: 4(1): 124-134.
9. المشaque، عبدالرحمن. (2019). الحياة الزراعية في الأردن. دار وائل للنشر والتوزيع.
10. مقبل، كريم. (2003). القطاع الزراعي الأردني: المحددات ومصادر النمو. رسالة ماجستير، كلية الزارعة، الجامعة الأردنية.
11. موري، فوزية وبن ناصر، عيسى. (2015). دور التسويق الزراعي في تحسين الزراعة الصحراوية. مجلة العلوم الإنسانية: 26(2): 455-478.
12. وزارة الزارعة. (2021). "الوثيقة الزراعية". موقع وزارة الزراعة الأردنية. تم الاسترجاع بتاريخ 19/4/2022. متوفّر على الموقع: <http://www.moa.gov.jo/agri%20document>

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Shalaby, M. Y., Al-Zahrani, K. H., Baig, M. B., Straquadine, G. S., & Aldosari, F. (2011). Threats and challenges to sustainable agriculture and rural development in Egypt: implications for agricultural extension. *The Journal of Animal & Plant Sciences*, 21(3), 581-588.



The Role of Agricultural Marketing in Improving Food Security in Jordan

Ehsan Ali Al-Salaimeh

Ministry of Agriculture, Jordan
ehsansalaymh@gmail.com

Received: 23/4/2022

Revised: 9/6/2022

Accepted: 22/6/2022

DOI: <https://doi.org/10.31559/GJEB2022.12.4.5>

Abstract: The aim of the study was to identify the role of agricultural marketing in improving food security in Jordan. The researcher used the qualitative curriculum. The tool was to prepare a comparative interview, verified its honesty and consistency by the correct scientific methods and distributed to an intentional sample: 35 individuals working, specialists and experts in the agricultural sector. The results of the study showed that most participants in the study emphasized the need for agricultural marketing and its significant role in improving agricultural sector activity in general and in improving food security. There is agreement among all individuals involved in the study on the role of agricultural marketing in improving food security in Jordan regardless of their demographic characteristics such as gender and scientific qualification. In light of the findings, the researcher recommends that many studies and research on the subject should be carried out due to its importance. Training workshops were held for workers and interested persons in the agricultural sector on the importance of agricultural marketing in improving food security.

Keywords: Agricultural Marketing; Food Security; Jordan.

References:

- Albyary, Smr. (2018). Jwdt Alhyah Alwzyfyh Wathrha 'la Alaltzam Altnzymy Lmwzfy Wzarty Al'ml Waltnmyh Alajtma'yh Fy Qta' Ghzh. Rsalt Majstyr Ghyr Mnshwrh, Klyt Alaqtad Wal'lwm Aledaryh, Aljam'h Aleslamyh Bghzh.
- Bw Fnsh, Wsylh. (2019). Altswyq Alzra'y Fy Aljza'r: Waq'h Wastratyjh Ttwrh. Mjlt Albhwth Alaqtadyh Almtqdmh: 4(1): 124-134.
- Khyry, Sham. (2016). Msahmh Alqta' Alkhas Fy Tnmyt Alnhat Alzra'y Fy Al'raq 1970-2010 Alwaq' Walafaq. Mjlt Dnanyr: 1 (8).
- Mqbl, Krym. (2003). Alqta' Alzra'y Alardny: Almhddat Wmsadr Alnmw. Rsalt Majstyr, Klyt Alzar'h, Aljam'h Alardnyh.
- Almshaqbh, 'bdalrhmn. (2019). Alhyah Alzra'yh Fy Alardn. Dar Wa'l Llnshr Waltwzy.
- Mwry, Fwzyh W Bn Nasr, 'ysa. (2015). Dwr Altswyq Alzra'y Fy Thsyn Alzra'h Alshrawyh. Mjlt Al'lwm Alansanyh: 26(2):455-478.
- Als'ydy, Jmylh. (2016). Altswyq Lzra'y Fy Aljza'r: Waq' Wafq. Mjlt Aledarh Waltnmyh Llbhth Waldrasat: 6(1): 148-164.
- Sabh, Fatymh. (2022). Altswyq Alzra'y Byn Alm'yqat Walmttibat: Drash Astlla'yh Lara' 'ynh Mn Almzar'yn Fy Wlayt Tybazh. Mjlt Afaq Al'lmyh: 12(5): 659-678.
- Alsrhan, 'ta Allh. (2007). Tqyyim Anshth Altswyq Alzra'y Fy Almmikh Alardnyh Alhashmyh: Drast Halh 'la Mntqt Albadyh Alshmalyh Alardnyh. Mjlt Alsatl: Jam't Msrath - Lybya, 3(3): 142-193.
- Bn Tfat, 'bd Alhq. (2011). Dwr Altswyq Alzra'y Fy Thsyn Alamn Alghda'y - M' Alesharh Ela Halt Alsna'at Alghda'yh Aljza'ryh. Mjlt Albahth: 9(9): 179- 192.
- Abwzyd, 'tyat. (2016). Drash Eqtsadyh Ldwr T'awnyat Aleslah Alzra'y Fy Tswyq Mstlzmat Alentaj Alzra'y. Mjlt Alaqtad Alzra'y Wal'lwm Alajtma'yh: 7(11): 1095-113.
- Wzart Alzar'h. (2021). "Alwthyqh Alzra'yh". Mwq' Wzart Alzar'h Alardnyh. Tm Alastrja' Btarykh 19/4/2022. Mtwfr 'la Almwq': <http://www.moa.gov.jo/agri%20document>