

# دور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن

إحسان علي السلايمه

وزارة الزراعة - الأردن

ehsansalaymh@gmail.com

---

قبول البحث: 2022/6/22

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](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

## دور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن

إحسان علي السلايمة

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>

### المخلص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن، واستخدمت الباحثة المنهج النوعي وتمثلت الأداة في إعداد مقابلة شبة مقننة وتم التأكد من صدقها وثباتها بالطرق العلمية الصحيحة وتم توزيعها على عينة قصدية بلغت (35) فرداً 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 نظراً لأهميته. وعقد رشاشات 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 والموروث 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 لاقترانها 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 متطورة 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 التسويقية لمخرجات هذا القطاع وكذلك المؤسسات التصنيعية (سابع، 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 (السعيد، 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 يركز على مجموعة من العوامل البيئية والطبيعية فإن الاستثمار به ضئيل جدًا ومحدود. (خير، 2016).

وتأسيسًا 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 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 يركز 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 الزراعة ركنًا أساسيًا من الأركان الاقتصادية وأركان التنمية الاجتماعية، كما وتلعب الزراعة دورًا هامًا 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 تأكيدًا على الأهمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية لهذا القطاع، وقام الأردن باتباع نهج الدول المتقدمة حيث سعى جاهدًا في السنوات الأخيرة إلى دعم قطاع الزراعة 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 أغلب وقت وجهد ورأس مال السكان في هذه الدول يوجه من أجل الناتج الزراعي، حيث يعمل معظم السكان بالزراعة، وعليه فإن كفاءة الجهاز التسويقي في هذه الدول إنما تكون له آثار بعيدة المدى على رفاهية هؤلاء السكان. وتلعب التنظيمات التسويقية الزراعية الأهلية دورًا هامًا في تسويق السلع الزراعية، ويعود ذلك إلى تأثيراتها الكبيرة على النظام التسويقي والناجمة عما تحدثه من تغييرات على قوى السوق البائعة منها والمشتريّة ومن خلال خبرة الباحث الواسعة في وزارة الزراعة 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 تمحورت 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:

- يستسعى الدراسة الحالية لتحقيق الأهداف الآتية:
- الكشف عن اتجاهات المزارعين والمختصين والخبراء في القطاع الزراعي مما يعملون في وزارة الزراعة في الأردن لدور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن.
- التعرف على الاختلافات في اتجاهات عينة الدراسة تبعًا 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 والمُعنيين 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 اللازمة لنقل المنتجات الزراعية من المزارعين ومراكز الإنتاج إلى الزبون النهائي ومراكز الاستهلاك، وتشمل تخطيط الإنتاج والزراعة، والحصاد، والتصنيف والفرز، والتغليف والتوضيب، والنقل والشحن، والتخزين، والعرض والبيع (Shalaby, 2011).
- **الأمن الغذائي:** ويعرف بأنه جميع الظروف والمعايير الضرورية اللازمة خلال عمليات إنتاج وتصنيع وتخزين وتوزيع وإعداد الغذاء، لضمان أن يكون الغذاء آمناً وموثوقاً به وصحياً وملائماً للاستهلاك الآدمي. فأمان الغذاء متعلق بكل المراحل من مرحلة الإنتاج الزراعي وحتى لحظة الاستهلاك من طرف المستهلك الأخير (المشاقبة، 2019).

## 5.1. حدود الدراسة:

- ستقتصر حدود هذه الدراسة في الحدود الآتية:
- الحدود المكانية: تم إجراء الدراسة في المملكة الأردنية الهاشمية.
- الحدود الزمانية: 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 سابح (2020) بدراسة هدفت إلى تحديد أهم المعوقات التي تواجه تسويق المنتجات الزراعية من الخضار والفواكه في ولاية تيبازة، وقد تم توزيع 60 استمارة 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 مقترحات نأمل أن تلقى صدها لدى كافة أطراف العملية التسويقية.
- وأجرى بوفنش (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 تطوره. وخلصت الدراسة إلى أن التسويق الزراعي في الجزائر يعاني من عدة مشاكل تحول دون تطوره، والتي قمنا على ضوئها بتقديم بعض المقترحات 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 للأسواق 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 تطوراً 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 توحى إلى إمكانية تطوير الزراعة بشكل أكبر في ظل تسخير الدولة لكل الوسائل والإمكانات 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 بتسويق زراعي فعال يضمن توزيع المنتجات الزراعية و إيصالها 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 تفات (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 يهتم بإيصال السلع الزراعية المنتجة من أماكن إنتاجها إلى حيث يكون استهلاكها وهو يحوي كافة العمليات المرتبطة بتوصيل المنتجات الزراعية إلى المستهلك النهائي كالمعاملات 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.
- وهدفت دراسة السرحان (2007) إلى تحليل أثر عدد من التغيرات في تسويق الخضار والفواكه في البداية الشمالية الأردنية وتمثلت هذه التغيرات 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 البادية الشمالية. هذا 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 البادية 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 البادية 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 واختيار المزروعات المناسبة حسب المساحة المزروعة تجنباً للاختناقات التسويقية التي تواجه الإنتاج الزراعي أثناء موسم الإنتاج الصيفي. استخدام المزارعين للبذور المحسنة المستوردة في زراعة الخضار والفواكه في منطقة البادية الشمالية والتي تعطي إنتاجاً ذا جودة عالية لتسهيل عملية تسويقها في الأسواق المركزية المحلية أو الخارجية بأسعار مربحة للمزارعين".

#### التعقيب 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 نسبياً 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. منهجية الدراسة وإجراءاتها:

### 1.2. منهج الدراسة:

استخدمت الدراسة المنهج النوعي لمناسبتها لطبيعة الدراسة وأهدافها، وهو المنهج الذي يسمح بالتقصي المتعمق وأيضاً المزيد من التقصي واستجواب المستجيبين بناء على ردودهم، حيث يحاول الباحث فهم مقترحاتهم وروايتهم اتجاه موضوع الدراسة وبالتالي الحصول على نتائج معمقة للدراسة، وبناءً 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 وعينتها:

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

## 3.2. أداة الدراسة:

استخدم الباحث أداة الدراسة (المقابلة شبه المقننة) لغايات الكشف عن تصورات العاملين والخبراء والمختصين 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 البحوث النوعية، 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 وبالإطلاع والاستفادة من الأدب النظري والدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع.

## • صدق الأداة

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

## • ثبات الأداة

قام الباحث بعرض المقابلة بعد تفريغها على المشارك لبيان وجهة نظرة 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 للتأكد من دقة التعبير من خلال إعادة طرح الأسئلة التي وجهت في المرة الأولى وهذا يدل أيضاً على ثبات المقابلة وكذلك التحقق من ثبات المقابلة من خلال قيام أحد الزملاء من نفس التخصص بإعادة عملية التحليل للكشف عن توافقه بين المحللين في المجالات والسمات الرئيسة والفرعية للمقابلة وكانت النسبة مقبولة لإجراء المقابلة.

## 4.2. إجراءات تنفيذ المقابلة:

- اتباع الباحث الخطوات الآتية للمقابلة مع الباحثين والمختصين ومشرفي الدراسات الاجتماعية في المدارس الحكومية في الأردن:
- جرى تحديد أفراد الدراسة المشاركين والمتمثل بمجموعة من العاملين والخبراء والمختصين 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.
- تكوين 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 يدلي بها، هي لغرض البحث وتكون محل سرية الباحث، وبأهمية مشاركته في البحث.
- تم تحديد مواعيد وأماكن المقابلات مع العاملين والخبراء والمختصين في المجال الزراعي في عام 2022م بما يتناسب ومناطق عملهم أو سكنهم.
- تم إعداد مجموعة من الأسئلة الخاصة بالمقابلات وتوثيق فعاليتها كتابياً وتسجيلاً بعد استئذان 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 حرفياً على الورق ما يذكر حرفياً دون أضافه، أو حذف، وبعد الانتهاء من المقابلة ستقوم الباحث بقراءة المقابلة وتدوينها بصورة حرفية.
- تم تسجيل إجابات المبحوث، وأية ملاحظات إضافية وذلك بإتباع أحد أساليب التسجيل المعروفة، من مثل: التدوين الكتابي لأجوبة المبحوث، والتسجيل الحرفي لكل ما يقوله المبحوث، أو لكل ما يمكن أن يسجل من أقوال، واستخدام أجهزة التسجيل الصوتي، 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 لهدف استخلاص الأفكار والسمات المتضمنة في بيانات المقابلات. وتدعيمها بالأقوال المقتبسة من قبل كل مشارك أو مشاركة.

## 3. نتائج الدراسة ومناقشتها:

## 1.3. 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 والمختصين في القطاع الزراعي في الأردن، وفي ضوء عملية تحليل استجابات أفراد الدراسة، أظهرت نتائج تحليل البيانات وجود عدة محاور يمكن أن تعد منطلقات رئيسة لدور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي في الأردن.

أشارت نتائج تحليل السؤال الرئيسي للدراسة ما يلي:



- أن معظم المشاركين 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.
- أشار 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 لتوجيه المزارعين حول أين ومتى وكم من السلع يمكن أن ينتجها ويبيعها المزارعون مما يساعد في تحسين الأمن الغذائي وأن التسويق الزراعي يساعد في انسيابية فائض 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 المشاركين في الدراسة إلى أن التسويق الزراعي يعمل على تركيز الإنتاج الزراعي وتجميعه في الأسواق المحلية، ومن ثم في الأسواق مركزية، بهدف القيام بالوظائف التسويقية اللازمة لنقل السلع إلى مراكز الاستهلاك. الموازنة بين العرض والطلب، ويقصد بها التحكم في العرض حتى يتوافق مع الطلب من حيث الزمن والكمية والنوع.
- وأكد معظم أفراد الدراسة أن للتسويق الزراعي دور مهم في التنمية الاقتصادية وازدهار الدول وتقدمها. 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.
- وأكد 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 والمختصين والعاملين في القطاع الزراعي أن تسويق المنتجات الزراعية، أحد أبرز معوقات التنمية الزراعية ومحدداتها ويجب دراسة هذه المعوقات والتغلب عليها ووضع رؤى وتصورات مستقبلية لتطوير البنية التحتية المتعلقة 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. ودراسة بن تقات (2011) وأظهرت نتائجها أن التسويق الزراعي هو فرع من فروع علم الاقتصاد الزراعي حيث يهتم 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 وحيادية. ومع دراسة سايح (2020) والتي أشارت نتائجها إلى أن 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 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 الأفراد المشاركين 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 نظراً لأهميته.
- عقد ورشات تدريبية للعاملين والمهتمين 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 تفات، عبد الحق. (2011). دور التسويق الزراعي في تحسين الأمن الغذائي – مع الإشارة إلى حالة الصناعات الغذائية الجزائرية. *مجلة الباحث*: 9(179-192).
2. البياري، سمر. (2018). *جودة الحياة الوظيفية وأثرها على الالتزام التنظيمي لموظفي وزارتي 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. سايح، فاطيمة. (2022). التسويق الزراعي بين المعوقات والمتطلبات: دراسة استطلاعية لآراء عينة من المزارعين في ولاية تيبازة. *مجلة آفاق العلمية*: 12(5): 659-678.
6. السرحان، عطا الله. (2007). تقييم أنشطة التسويق الزراعي في المملكة الأردنية الهاشمية: دراسة حالة على منطقة البادية الشمالية الأردنية. *مجلة الساتل: جامعة مصراتة – ليبيا*, 3(3): 142-193.
7. السعيد، جميلة. (2016). التسويق لزراعي في الجزائر: واقع وأفق. *مجلة الإدارة والتنمية للبحث والدراسات*: 6(1): 148-164.
8. بوفنش، وسيلة. (2019). التسويق الزراعي في الجزائر: واقعه واستراتيجيه تطوره. *مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة*: 4(1): 124-134.
9. المشاقبة، عبدالرحمن. (2019). *الحياة الزراعية في الأردن*. دار وائل للنشر والتوزيع.
10. مقبل، كريم. (2003). *القطاع الزراعي الأردني: المحددات ومصادر النمو*. رسالة ماجستير، كلية الزراعة، الجامعة الأردنية.
11. موري، فوزية و بن ناصر، عيسى. (2015). دور التسويق الزراعي في تحسين الزراعة الصحراوية. *مجلة العلوم الانسانية*: 26(2): 455-478.
12. وزارة الزراعة. (2021). "الوثيقة الزراعية". موقع وزارة الزراعة الأردنية. تم الاسترجاع بتاريخ 2022/4/19. متوفر 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 Alwzyfih Wathrha 'la Alaltzam Altnzymy Lmwzfy Wzarty Al'ml Waltnmyh Alajtma'yh Fy Qta' Ghzh. Rsalt Majstyr Ghyr Mnshwrh, Klyt Alaqtasat Wal'lwm Aledaryh, Aljam'h Aleslamyeh Bghzh.
- Bw Fnsh, Wsylyh. (2019). Altswyq Alzra'y Fy Alja'r: Waq'h Wastratyjyeh Ttwrh. Mjlt Albhwth Alaqtasadyh Almtqdmh: 4(1): 124-134.
- Khyry, Sham. (2016). Msahmh Alqta' Alkhas Fy Tnmyt Alnshat 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 Alshrawyeh. Mjlt Al'lwm Alansanyh: 26(2):455-478.
- Als'ydy, Jmylyh. (2016). Altswyq Lzra'y Fy Alja'r: Waq' Wafq. Mjlt Aledarh Waltnmyh Llbhth Waldrasat: 6(1): 148-164.
- Sabh, Fatymh. (2022). Altswyq Alzra'y Byn Alm'yqat Walmttlbat: Drash Asttla'yh Lara' 'ynh Mn Almzar'yn Fy Wlayt Tybzh. Mjlt Afaq Al'lmyh: 12(5): 659-678.
- Alsrhan, 'ta Allh. (2007). Tqyym Anshth Altswyq Alzra'y Fy Almmlkh Alardnyh Alhashmyh: Drast Halh 'la Mntqt Albadyh Alshmaryh Alardnyh. Mjlt Alsatl: Jam't Msarath - Lybya,3(3): 142-193.
- Bn Tfah, 'bd Alhq. (2011). Dwr Altswyq Alzra'y Fy Thsyn Alamn Alghda'y - M' Alesharh Ela Halt Alsna'at Alghda'yh Alja'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 Alaqtasat 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>