

مشکلات بازاریابی

شرکت‌های تعاونی کشاورزی

در کناره باختری رود اردن و نوار غزه

نویسنده: محمود الجعفری

مترجم: عبدالمجید مقتدری

مأخذ: Agricultural Cooperatives in Transition - 1993

لزوم اعمال مدیریت بر تعداد زیادی از واحدهای تجاری و نیز ضرورت سرمایه‌گذاری هفت در شرکت‌های تعاونی، از دلایل اصلی تشکیل اتحادیه شرکت‌های تعاونی کشاورزی در کناره باختری رود اردن بوده است.

تا سال ۱۹۹۱ میلادی به ترتیب ۲۵۳ شرکت تعاونی کشاورزی در کناره باختری رود اردن و ۷ شرکت از نوار غزه تأسیس شده است، اما نقش این تعاونی‌ها همچنان در محدوده وظایف مشروحه ذیل باقی مانده است:

۱- صدور گواهی مبدأ برای آن دسته از محصولات کشاورزی که قرار است در بازارهای اردن و سایر کشورهای عربی به فروش برسد.

۲- تأمین کمک‌های فنی، مدیریتی و مالی برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان محلی.

۳- تحویل محصول نهایی به بازار، پس از جمع‌آوری به منظور بهبود قیمت‌ها براساس کمیت و کیفیت.

از سوی دیگر با توجه به دلایلی از قبیل: عدم تصمیم‌گیری به موقع، وجود قوانین دست و پاگیر و مشکلاتی که در راه جذب منابع مالی شرکت‌ها وجود دارد، تعاونی‌های کشاورزی به سادگی قادر نیستند به بازارهای صادراتی و بهبود خدمات بازاریابی دست یابند. بنابراین توسعه و تدارک خدمات بازاریابی کشاورزی در سرلوحه تقاضاهای تولیدکنندگان در زمان عضویتشان در تعاونی قرار دارد.

به منظور توسعه عملیات و کارآیی در امور

۱- مشکلات بازاریابی خارجی

در حالی که مشکلات داخلی به موقعیت بازار فروش محلی ارتباط دارد، مشکلات خارجی منعکس‌کننده موانعی است که جریان تولید ملی کشاورزی در بازارهای صادراتی را محدود می‌سازد. اهمیت این بررسی در نیاز به فراهم نمودن زمینه اطلاعاتی و تنظیم خط مشی بازار فروش محصولات کشاورزی کرانه باختری رود اردن و نوار غزه نهفته است. بنابراین، بحث ذیل به تجزیه و تحلیل مشکلات بازاریابی که باعث تاخیر در انجام اهداف و وظائف تعاونی می‌گردد، اختصاص داده شده است.

صادرات محصولات کشاورزی از کرانه باختری رود اردن و نوار غزه به سه بازار عمده فلسطین اشغالی، اردن و جامعه اقتصادی اروپا به عمل می‌آید. در حالی که صادرات به اردن و جامعه اقتصادی اروپا از طریق شرکت‌های تعاونی انجام می‌پذیرد، عرضه محصولات کشاورزی فلسطینی‌ها در بازار فلسطین اشغالی بعد از اخذ تاییدیه اداره کشاورزی منطقه توسط کشاورزان پیگیری می‌شود.

سه شرکت تعاونی عمده به صورت مستقیم و غیرمستقیم درگیر صادرات به جامعه اقتصادی اروپا می‌باشند. در کناره باختری رود اردن، شرکت تعاونی اریحا «جریکو» / Jericho واقع در دره اردن، (بعنوان یک شرکت واسطه‌ای) با جمع‌آوری محصول از هر کشاورز در منطقه و سایر تعاونی‌ها، با هدف صادر کردن آنها عمل می‌نماید. شرکت تعاونی «دیرالباله» / Der Elbalah نیز در نوار غزه، مسئولیت صادرات محصولات کشاورزان ناحیه به جامعه اقتصادی اروپا را به عهده دارد. در مقابل، هر شرکت تعاونی مجاز به صدور کالا به بازار اردن به طور مستقیم می‌باشد. در این مورد، شرکت تعاونی «شهادا» / Shehada را به عنوان مثال می‌توان ذکر کرد.

مشکلات بازار فروش داخلی

به طور کلی، موانعی که باعث نزول

بازاریابی و خدمات مربوط به آن، اخیراً شرکت‌های تعاونی کشاورزی کرانه باختری رود اردن اتحادیه شرکت‌های تعاونی کشاورزی تشکیل داده‌اند. اتحادیه مذکور طبق اساسنامه موجود خود دارای اهداف بلندمدت از جمله:

بازاریابی برای محصولات کشاورزی فلسطینی‌ها به روش‌های نوین (هم در بازارهای داخلی و هم در بازارهای صادراتی) می‌باشد. مشکل بازاریابی برای محصولات کشاورزی در مناطق تحت اشغال، در واقع یک مشکل اساسی است که بر جریان عرضه محصول در بازارهای داخلی و خارجی نیز اثر می‌گذارد. هدف اصلی این مقاله، بحث در مورد مشکلات بازاریابی داخلی و خارجی شرکت‌های تعاونی در کناره باختری رود اردن و نوار غزه است. بالطبع بحث‌هایی که در خصوص بازاریابی محصول در بازارهای رژیم اشغالگر، اردن و جامعه اقتصادی اروپا وجود دارد، فارغ از امور اقتصادی و سیاسی نمی‌تواند باشد.

بهرحال به منظور درک ماهیت مشکلات بازاریابی می‌توان آنان را به موارد ذیل تقسیم‌بندی نمود:

۱- مشکلات بازاریابی داخلی

کیفیت محصول کشاورزی گردیده، ناشی از عدم وجود یک ساختار صحیح در بازار فروش است. مشکلات بازاریابی با توجه به اهداف آن دسته‌بندی می‌شوند. نقاط ضعف و جزئیات را می‌توان به شرح ذیل بیان نمود:

۱- روش‌های نامناسب انتخاب، درجه‌بندی و بسته‌بندی:

در کرانه باختری رود اردن و همچنین نوار غزه سیستمی که بتواند انتخاب، درجه‌بندی و بسته‌بندی سبزیجات و میوه‌های تازه را انجام دهد، وجود ندارد.

در سطح مزارع، تعاونی‌ها پس از جدا نمودن میوه و سبزیجات خراب، بقیه را بسته‌بندی می‌نمایند. گرچه از جهت بسته‌بندی صحیح، در کرانه باختری رود اردن و نوار غزه به خاطر شرایط سیاسی حاکم، همواره مشکلاتی وجود دارد.

در حال حاضر بسته‌بندی با استفاده از جعبه‌های چوبی فاقد کیفیت لازم صورت می‌پذیرد. به لحاظ رعایت مقررات و اجرای تحریم توسط اتحادیه عرب، اردن مجاز به استفاده از کارتن‌های ساخت رژیم صهیونیستی جهت بسته‌بندی نمی‌باشد. مواد اولیه عمده‌ای که از طریق بنادر فلسطین اشغالی وارد می‌گردد، می‌بایستی دارای گواهی مبدایی باشد که توسط تعاونی‌ها صادر می‌شود. این تاییدیه نشان دهنده صدور کالا از مبدائی خارج از سرزمین فلسطین است.

به هر حال، مراحل درجه‌بندی و بسته‌بندی برای مرکبات در نوار غزه، حالت استثنایی دارد. در صنایع بسته‌بندی مرکبات در نوار غزه ۷ واحد بسته‌بندی که در سال ۱۹۹۰ به ثبت رسیده‌اند، وجود دارند که به دلیل تاسیس آنان در دهه ۱۹۶۰ واحدهای مذکور هنوز با مشکلات فنی و استاندارد کردن کالا روبرو

می‌باشند. در سال‌های اخیر، درصد محصول مرکبات بسته‌بندی شده به کل تولید آنها برای صادرات روندی نزولی داشته است. در سال ۱۹۸۷ در حالی که میزان صادرات به کل محصول رقم ۴۸٪ را نشان می‌داد، این میزان در سال‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ به ترتیب به ۴۴٪ و ۴۰٪ کاهش پیدا کرد. از سال ۱۹۸۹ تاکنون، اردن صدور محصولات کشاورزی فلسطینی‌ها را در بسته‌های مقوایی که قابل قبول در بازارهای بین‌المللی بوده و هزینه کمتری نسبت به جعبه‌های چوبی دارد، تصویب نموده است. اتحادیه تولیدکنندگان مرکبات در نوار غزه هم با واحدهای تولیدکننده کارتن در قبرس قراردادی را منعقد نموده است. به هر حال، هزینه کارتن‌های وارداتی هنوز از آنهایی که در فلسطین اشغالی تهیه می‌شود بالاتر می‌باشد و به خاطر موقعیت سیاسی و شرایط نامعلوم در منطقه و همچنین مقررات اتحادیه عرب، اجتناب از این مشکل، توسط تعاونی‌ها امکان‌پذیر نیست.

۲- خدمات نامناسب انبارداری و سردخانه:

سرمایه‌گذاری در احداث سردخانه و انبار این روزها به عنوان یک نیاز قطعی در بازاریابی پیشرفته شناخته شده است. به خصوص این تسهیلات به دلایل زیر از اهمیت خاصی برخوردار می‌باشند.

الف: افزایش عرضه سالیانه میوه و سبزیجات تازه

ب: افزایش زمان بازاریابی برای اینگونه محصولات فاسدشدنی تا اینکه در تمام طول سال مصرف کنندگان خارجی مرتباً به اقلام مذکور دسترسی داشته باشند.

ج: کاهش نوسانات در قیمت صادرات.

در کرانه باختری رود اردن و نوار غزه، تسهیلاتی از قبیل انبار و سردخانه به طور محدود و حتی پایین‌تر از سطح مورد نیاز از نظر جنبه‌های فنی و ظرفیت‌های جذب شده، وجود دارد. این موضوع نشان دهنده هزینه‌های بالای سرمایه‌گذاری در احداث انبار و سردخانه می‌باشد.



بین سال‌های ۱۹۸۴ و ۱۹۸۷ نسبت هزینه‌های بازاریابی به قیمت‌کالا‌های صادراتی به طور تقریب ۳۵ درصد بود. هزینه حمل میوه و تره‌بار با کامیون ده تنی، به طور متوسط ۳۷۰ دلار برآورد می‌گردد.

احداث انبار و سردخانه با ظرفیت زیاد، نیاز به یک سرمایه‌گذاری کلان دارد و تعاونی‌ها به دلیل فوق و همچنین نرخ زیاد سود و کارمزد وام بانک‌های اردن، فلسطین اشغالی، از گرفتن تسهیلات مالی خودداری می‌کنند، علاوه بر این اعطاء تسهیلات اعتباری برای کشاورزان واقعاً وجود ندارد و ضوابط و مقرراتی که توسط کشورهای واردکننده (رژیم صهیونیستی و حکومت اردن) وضع گردیده، با توجه به میزان و نوع محصولی که می‌تواند وارد این کشورها شود و زمان حمل آن، سرمایه‌گذاری در احداث انبار و سردخانه را غیر سودآور نموده است.

بنابراین لزوم اعمال مدیریت بر تعداد زیادی از واحدهای تجاری و نیز ضرورت سرمایه‌گذاری هنگفت در شرکت‌های تعاونی، از دلایل اصلی تشکیل اتحادیه شرکت‌های تعاونی کشاورزی در کرانه باختری رود اردن بوده است.

این اتحادیه مجاز به سازماندهی اهداف شرکت‌های تعاونی می‌باشد. تمام تاسیسات پیشرفته بازاریابی و زیربنایی مورد نیاز به منظور تسریع در صادرات در شرکت تعاونی کشاورزی اریحا برپا شده است.

مشکلات حمل و نقل

مشکل فعلی که توسط مقامات امنیتی رژیم اشغالگر قدس برای عبور از دوپل احداثی رود اردن ایجاد شده است، در حقیقت جلوگیری از صدور محصولات کشاورزی تازه‌ای است که در این صورت دیگر برای صادرات بعدی مناسب نخواهند بود.

در قسمت متعلق به اردن، مسئولین فقط به تعداد معدودی از کامیون‌های غیر مسقف (حدود ۴۵۰ دستگاه) اجازه عبور می‌دهند. آنها قبل از سال ۱۹۶۷، دارای پروانه تردد در کرانه باختری رود اردن و نوار غزه بوده‌اند.

ولی بهر حال تعداد آنان برای حمل محصولات صادراتی کشاورزی به طور منظم و مؤثر کافی نیست. کامیون‌های مذکور دارای تجهیزات کافی برای حفظ محموله‌های کشاورزی صادراتی نمی‌باشند. مضافاً اینکه بنابه دلایل امنیتی، در راه بازگشت کاملاً بازرسی می‌گردند و این امر می‌باید در خلال ۲۴ ساعت انجام پذیرد.

احتمال تاخیر در هنگام تردد بسیار زیاد و امکان فساد محصول متصور است. کامیون‌ها احياناً در بازگشت بدون بار می‌مانند و برای بازرسی، مدت زمان قابل توجهی را صرف می‌نمایند.

پیشنهادات زیادی برای حل این مشکل به مسئولین اردن و رژیم صهیونیستی ارائه گردیده است. یکی از این پیشنهادات اعطاء مجوز به تعاونی‌ها به منظور بکارگیری تریلی‌ها برای صدور مستقیم کالا از کرانه باختری رود اردن و نوار غزه به اردن، کشورهای عربی و جامعه اقتصادی اروپاست، ولی تاکنون هیچگونه راه‌حل قطعی برای این معضل ارائه نگردیده است.



حمل و نقل و هزینه‌های مربوط به حق کمیسیون، به عنوان یک مانع دیگر در راه صدور محصولات کشاورزی فلسطینی‌ها در بازارهای صادراتی تلقی می‌گردد. درصد هزینه‌های بازاریابی به نسبت قیمت‌های صادرات بین سال‌های ۱۹۸۴ و ۱۹۸۷ به طور تقریب ۳۵٪ بوده است. هزینه حمل میوه و تره‌بار با کامیون ده تنی به طور متوسط ۳۷۰ دلار برآورد می‌گردد. به علاوه، مسئولین بخش اشغالی، مبلغ ۱۶۰ دلار برای صدور اجازه نامه به منظور تردد یک دستگاه کامیون از روی پسل به مقصد اردن اخذ می‌نمایند. ارقام نشانگر این موضوع است که عوارض پرداختی به مسئولین رژیم اشغالگر، ۳۰٪ کسب هزینه‌های حمل و نقل و حق کمیسیون را شامل می‌شود. در نتیجه هزینه‌های بازرگری به عنوان یک عامل تعیین شده در صادرات سرزمین‌های اشغالی فلسطین بشمار می‌رود. هزینه‌های فوق بسیار بالاست، بخصوص با توجه به فاصله کم ۵۰ مایلی حدفاصل اورشلیم و امان. در صورتی که تفاوت بین قیمت‌های بازار داخلی و بازار صادراتی از هزینه‌های بازاریابی بیشتر نباشد، بالطبع تولیدکنندگان و صادرکنندگان تمایلی به صدور محصولات کشاورزی ندارند.

در سال ۱۹۸۷ تعاونی‌های واقع در «هبرون» از بخش کرانه غربی رود اردن، دریافتند که عرضه تمام محصول انگور به بازار داخلی سودآورتر است. این موضوع به خاطر قیمت بالاتر انگور تازه در بازار داخلی در مقایسه با قیمت عمده‌فروشی همین محصول در بازار مرکزی امان بود. در اثنای همان فصل که قیمت عمده‌فروشی محصول انگور در بازار مرکزی امان تنی ۷۵۴ دلار اعلام گردید، انگور در بازار محلی تنی ۸۰۰ دلار به فروش می‌رسید. به همین ترتیب در سال ۱۹۸۸ قیمت‌های محلی روغن زیتون بالاتر از قیمت‌های صادراتی آن بود، به طوری که تولیدکنندگان و صادرکنندگان، انبارهای خود را از آن محصول انباشتند تا به تنظیم ذخایر محلی بپردازند. در آن سال قیمت روغن

از سال ۱۹۸۹ تاکنون، اردن صدور محصولات کشاورزی فلسطینی‌ها را در بسته‌های مقوایی که قابل قبول در بازارهای بین‌المللی بوده و هزینه کمتری نسبت به جعبه‌های چوبی دارد، تصویب نموده است.



زیتون در بازارهای داخلی تنی ۱۸۴۰ دلار معامله شد که ۱۴۰ دلار بالاتر از قیمت‌های موجود در بازار مرکزی امان بود. صادرات محصولات کشاورزی ساحل غربی رود اردن و نوار غزه فقط از طریق بنادر و فرودگاههای فلسطین اشغالی می‌تواند به طور مؤثر حمل گردد.

متأسفانه مانع بزرگ برای صادرات مستقل از طریق رژیم اشغالگر قدس، قوانین آن کشور است که اختیار تام به «انجمن پرورش دهندگان مرکبات و شرکت صادرات محصولات کشاورزی» برای صادرات اعطاء نموده است. از طرفی صادرات از طریق مصر (پرت سعید) و یا اردن (بندر عقبه) گرانتر تمام خواهد شد.

مشکلات خارجی بازاریابی

الف: محیط رقابت آمیز در بازارهای

صادراتی:

رقابت با یک کشور، تحت تاثیر عواملی از قبیل قیمت و کیفیت کالا، تحویل کالا و خدمات مربوط به آن قرار می‌گیرد.

در سال‌های اخیر بین ۱۹۸۲ و ۱۹۸۷

محصولات کشاورزی فلسطینی‌ها در معرض رقابت فشرده بین‌المللی بوده است. اثر این رقابت در کاهش صادرات محصولات کشاورزی کرانه غربی رود اردن و نوار غزه مشهود بود. اردن و کشورهای حوزه خلیج فارس واردات خود را از سرزمین‌های اشغالی فلسطین به سایر رقبا مانند: ترکیه، تونس و یونان تغییر دادند. برای مثال اردن در سال‌های ۱۹۸۳ و ۱۹۸۷ روغن زیتون خود را از تونس وارد نمود و این به خاطر قیمت پایین آن نسبت به قیمت همین کالا در بازارهای داخلی بود.

قیمت‌های وارداتی روغن زیتون از تونس به ترتیب تنی ۱۰۰۰ دلار و ۱۲۰۰ دلار در سال‌های ۱۹۸۳ و ۱۹۸۷ بوده است. تعاونی‌های فلسطین همیشه سعی در قرار گرفتن در سطح استاندارد از نظر کیفی دارند و این به نوبه خود به آنان در منطقه اعتبار می‌بخشد.

همین دلیل توان رقابت با صادرکنندگانی از قبیل ترکیه، یونان و اسپانیا به منظور ارسال محصول به اردن و کشورهای خلیج فارس را ندارند. به‌رحال کنترل کیفیت می‌بایستی در محل و زمان بسته‌بندی انجام شود.

بنابراین برای اجرای کنترل کیفیت، به پرسنلی آموزش دیده که بتواند از هنگام چیدن محصول تا بسته‌بندی آن به طور صحیح نظارت داشته باشند، نیاز فوری احساس می‌گردد. نهایتاً چنانچه قرار است محصولات فلسطینی‌ها از یک اعتبار خوب در بازارهای اروپا برخوردار باشد، لزوم پیروی از یک استاندارد دائمی و کنترل کیفیتی مؤثر غیرقابل اجتناب است.

ب - سهمیه واردات کالا و مقررات زمانی آن:

اجرای روش سهمیه‌بندی، مهمترین مانع

تقاضا در بازارهای صادراتی برای میوه و تره‌بار بسیار زیاد و رقابت آمیز است و کوچکترین مانع ممکن است به موفقیت آن لطمه وارد نماید. در دهه ۱۹۸۰ تعاونی‌های کشاورزی بازاریاب دریافتند که نگهداری محصولات کشاورزی در وضعیت مطلوب، مشکل‌تر و سخت‌تر گردیده است.

در ساحل غربی رود اردن و نوار غزه، مشکل کیفیت میوه و تره‌بار بسیار جدی‌تر شده است. از آنجا که عرضه آب توسط مسئولین سرزمین‌های اشغالی، بسیار گران و محدود است، کشاورزان آبیاری و غرس درختان میوه را متوقف نموده‌اند. نتیجتاً، این امر موجب کاهش بازدهی درختان میوه موجود که نهایتاً تاثیر بر کیفیت و کمیت محصولات آن دارد گردیده است. بیشتر درختان باغ‌های مرکبات در نوار غزه در دهه ۱۹۵۰ غرس شده‌اند و به

از آنجا که عرضه آب توسط مسئولین سرزمین‌های اشغالی بسیار گران و محدود است، کشاورزان آبیاری و غرس درختان میوه را متوقف نموده‌اند. این امر موجب کاهش بازدهی درختان میوه موجود و تأثیر بر کیفیت و کمیت محصول دارد.

خارجی می‌باشد. این محدودیت مستقیماً بر روی میزان کالایی که قرار است سالیانه وارد شود تأثیر می‌گذارد و به محض اینکه میزان مشخصی از کالا وارد کشور گردید، واردات بیشتری در این زمینه برای بقیه سال ممنوع اعلام می‌گردد.

این محدودیت کمی توسط اردن اجرا شد و فقط به ۵۰٪ از کل محصول کشاورزی ساحل غربی اجازه ورود به بازارهای اردن اعطاء گردید. این وضعیت برای نوار غزه متفاوت بوده است، در حالی که اردن سالیانه به ۱۵۰۰۰۰ تن مرکبات اجازه ورود از غزه را داد، ورود تره‌بار به بازارهای داخلی را ممنوع ساخت.

بعد از اینکه اردن در جولای ۱۹۸۸ روابط خود را با مناطق فلسطینی تحت اشغال قطع نمود، سیاست اقتصادی آن کشور در قبال صادرات کشاورزی فلسطینی‌ها دچار دگرگونی شد. در نتیجه، حمایت از شرکت‌های تعاونی واقع در کرانه باختری توسط سازمان تعاون اردن به اتمام رسید. سازمان مذکور معمولاً به تعاونی‌ها در زمینه‌های مدیریت، تخصص‌های فنی، و مالی یاری می‌رساند. بنابراین باتوجه به قطع کمک‌ها، محصولات کشاورزی مربوط به کرانه باختری و نوار غزه تنها به عنوان کالای درجه دوم می‌تواند وارد بازار اردن شود. در حقیقت میزان صادرات بستگی به نیاز بازار اردن دارد.

طراحی این سیاست به عنوان یک ابزار حمایتی، این اطمینان را بوجود می‌آورد که محصولات کشاورزی متعلق به اردن، از حق تقدم در بازار داخلی برخوردار شوند. برای اجرای این سیاست، مسئولین اردن تاریخ‌های معینی برای عرضه محصولات کشاورزی فلسطینی‌ها در بازار خود مشخص کرده‌اند، اما در بیشتر موارد این اوقات با الگوهای تولید و

فصل برداشت در کناره غربی رود اردن و نوار غزه مطابق ندارد. بعلاوه، فقدان سردخانه و واحدهای فرآوری، امکان نگهداری مازاد محصولات کشاورزان را از آنان سلب نموده است. طبعاً کشاورزان در حال حاضر محصولات خود را ترجیحاً در بازار داخلی به فروش می‌رسانند.

ج: سیاست‌های تجاری رژیم اشغالگر قدس در قبال سرزمین‌های اشغالی:

تا قبل از سال ۱۹۶۷، محصولات کشاورزی صادراتی نوار غزه به اروپای غربی و شرقی ارسال می‌شد، در حالی که هیچگونه روابط تجاری، با فلسطین اشغالی، اردن و ساحل غربی وجود نداشت، بدین ترتیب صادرات ساحل غربی رود اردن فقط به بازارهای اردن و کشورهای خلیج فارس انجام می‌پذیرفت. به هر حال، بعد از سال ۱۹۶۷ مسئولین نواحی اشغالی فلسطین، الگوی تجاری خود را در ساحل غربی رود اردن و نوار غزه تغییر دادند. در ظرف مدت یک سال از اشغال سرزمین‌های فلسطین توسط صهیونیست‌ها تجارت با اروپای غربی قطع شد. مضافاً، رژیم اشغالگر، سیاست «درهای باز» را به طور یکجانبه و به منظور ارتباط تجاری مابین سرزمین‌های اشغالی و کشورهای عرب پی‌ریزی کرد. متأسفانه با توجه به توسعه سیاسی و اقتصادی در اردن و سایر کشورهای خلیج فارس، بخصوص از سال ۱۹۸۰ تاکنون، زنگ خطر برای تعاونی‌های کشاورزی صادرکنندگان و تولیدکنندگان فلسطینی به صدا درآمد تا برای بقای خود در جستجوی بازارهای دیگر باشند. این موضوع، به خاطر قیمت‌های پایین‌تر نسبت به آنچه که صادرکنندگان فلسطینی از بازارهای داخلی

دریافت می‌کنند، می‌باشد.

در حال حاضر تولیدکنندگان و صادرکنندگان فلسطینی، باب مذاکره را با «انجمن پرورش دهندگان مرکبات و شرکت صادرات محصولات کشاورزی» و سازمان مرکزی توسعه صادرات باز نموده‌اند. انجمن مذکور در حقیقت یک شرکت تعاونی است، که در تملک سازمان کشاورزی رژیم اشغالگر می‌باشد. تخصص سازمان مذکور در صادرات میوه، سبزیجات و گل است. در خیلی از موارد انجمن مذکور به عنوان یک قدرت انحصاری در صادرات محصولات کشاورزی به بازار کشورهای عضو جامعه اقتصادی اروپا عمل می‌کند و برای بقای انجمن فوق‌الذکر، مسئولین رژیم اشغالگر، تولیدکنندگان و صادرکنندگان فلسطینی را مجبور به بازاریابی در جامعه اقتصادی اروپا از طریق سازمان مذکور می‌کنند. تولیدات کشاورزی فلسطینی‌ها در صورت صدور به جامعه اقتصادی اروپا از طریق این تعاونی، می‌بایستی منقوش به آرم رژیم مذکور باشد. معذالک، باز هم حق تقدم در این مورد به محصولات کشاورزی صهیونیست‌ها داده شده و در همین رابطه شرکت مزبور، سهمیه‌ای برای حجم تولیداتی که بتواند از کرانه باختری رود اردن و نوار غزه صادر گردد، وضع نموده است.

این محدودیت براساس نیاز به استاندارد و حجم تولیداتی که به طور غیرمستقیم می‌تواند با صادرات رژیم صهیونیستی رقابت نماید، شکل گرفته است. بعلاوه، قیمت‌های دریافتی توسط تولیدکنندگان فلسطینی بنابه گزارش‌های واصله، پایین و در عوض هزینه‌های بازاریابی و مخارج کلی بالا و مبلغ پرداختی به کشاورزان در قبال تولیدشان، اغلب نازل بوده است.

باتوجه به این وضعیت، شرکت‌های تعاونی کشاورزی متعلق به فلسطینی‌ها در این که مجبور به بازاریابی از طریق «شرکت صادرات محصولات کشاورزی» باشند، از خود مقاومت نشان می‌دهند. آنها ترجیحاً تمایل به صدور محصولات خود به جامعه اقتصادی اروپا

(مستقل از سازمان‌های رژیم اشغالگر) دارند و از شواهد چنین برمی‌آید که بعضی از مجاری فروش در اروپای غربی، آماده مذاکره مستقیم با تولیدکنندگان نوار غزه و کرانه باختری می‌باشند. بهرحال این تمایل توسط مسئولین رژیم مزبور و شرکت صادرات محصولات کشاورزی مردود شناخته شده است، البته نه فقط به خاطر دلایل سیاسی، بلکه به دلیل احتمال افزایش رقابت بین تولیدکنندگان صهیونیست و فلسطینی در بازارهای جامعه اقتصادی اروپا.

برای مدت ۲۰ سال از ۱۹۶۸ تا ۱۹۸۸، مسئولین رژیم اشغالگر و شرکت صادرات محصولات کشاورزی، با اعمال محدودیت‌هایی از صدور محصولات کشاورزی فلسطینی‌ها در بازارهای جامعه اقتصادی اروپا مستقیماً و مستقلاً جلوگیری نموده‌اند.

بالاخره در سال ۱۹۸۸، یک قرارداد بین کمیونی از جامعه اقتصادی اروپا، وزارت کشور دولت صهیونیستی و اتحادیه شرکت‌های تعاونی واقع در کرانه غربی و بن و لنت Benevolent در نوار غزه منعقد گردید. در این قرارداد، دو ضابطه در نظر گرفته شد که طبق آن صدور مستقیم کالا مابین کرانه غربی و نوار غزه با جامعه اقتصادی اروپا تحت کنترل درمی‌آید. یکی از این ضوابط، ارائه برنامه فصلی تولید و صادرات شرکت‌های تعاونی فلسطینی‌ها به مقامات رژیم اشغالگر است که جهت جلوگیری از رقابت بین تولیدات کشاورزی صهیونیست‌ها و فلسطینی‌ها در بازارهای جامعه اقتصادی اروپا پی‌ریزی گردیده است.

دومین ضابطه پیش‌بینی شده در قرارداد، شامل بازرسی امنیتی کالاها، است که بنابه اظهار صادرکنندگان، این مانع باعث تاخیر در تحویل میوه و سبزیجات می‌گردید. معمولاً این نوع بازرسی‌ها بعد از بسته‌بندی و نصب برچسب میوه و سبزیجات صورت می‌پذیرد. که در صورت لغو و تغییر آن به شکلی که بتواند کارآیی بیشتری بوجود آورد برای



صادرکنندگان، از نظر اجتناب از تأخیر در تحویل کالا و یا خسارت، مفید واقع می‌شود. به طور کلی، تابحال چندین روش به منظور جلوگیری از ورود محصولات کشاورزی فلسطینی‌ها که به عنوان تهدیدی برای زارعین صهیونیست قلمداد می‌گردند به بازارهای سرزمین اشغالی اعمال گردیده است و در همین راستا سهمیه مشخصی برای محصولات کشاورزی ساحل باختری رود اردن و نوار غزه در نظر گرفته‌اند. این سیاست باعث ایجاد تسهیلات در برنامه‌ریزی و بازاریابی برای محصولاتی شده است که در سرزمین‌های اشغالی تولید می‌شود و این سهمیه‌ها در هنگام کمبود و یا در زمانی که تقاضا در بازار داخلی و صدور آن برای محصولات کشاورزی تولیدشده در فلسطین اشغالی از عرضه آن در داخل کشور بیشتر گردد، لغو می‌شود. ولی برعکس، محصولات کشاورزی صهیونیست‌ها بدون محدودیت

وارد سرزمین‌های اشغالی فلسطین شده و به نظر می‌رسد در موقعی که منافع صهیونیست‌ها در میان باشد، سیاست آنان در جهت تضییع حقوق کشاورزان فلسطینی اتخاذ می‌گردد.

نتیجه

برای توسعه و کارآیی شرکت‌های تعاونی بازاریابی در کرانه غربی رود اردن و نوار غزه لازم است اقداماتی نظیر احداث تاسیساتی به منظور درجه‌بندی، بسته‌بندی و نگهداری کالا در سردخانه و فرآوری آن که مطمئناً در بردارنده منافع کشاورزان است، انجام شود. تلفیق این اقدامات که در جهت بهبود کیفیت تولیدات است، منجر به افزایش قدرت بازاریابی شرکت‌های تعاونی (هم در بازارهای داخلی و هم در بازارهای صادراتی) و ارائه خدماتی که قبلاً وجود نداشته خواهد شد. همچنین عاملی در جهت کاهش ریسک در آمد و قیمت خواهد بود.

شرکت‌های تعاونی فلسطینی می‌بایست هم خود را مصروف پیدانمودن بازارهای صادراتی جدید برای محصولات کشاورزی بنمایند. بعلاوه هدف آنان باید در جهت تکمیل نمودن و تنوع بخشیدن به محصولات و استفاده از زمانهایی که مناسب رقابت است باشد، ولی تاکنون هرکدام از شرکت‌های تعاونی مذکور به تنهایی فاقد سبیه مالی لازم جهت عمل‌آوری محصولات کشاورزی بوده است. بهرحال با یک نگاه دقیق‌تر در بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی، نیاز به تنوع در تولیدات به صورت کنسرو، برکه، آب مرکبات احساس می‌شود.

برای حصول به اهداف فوق، کشاورزان فلسطینی می‌بایستی با برنامه‌ریزی بلندمدت نسبت به تولید آن دسته از محصولاتی که شبیه تولیدات اردنی‌ها و صهیونیست‌ها نیست، اهتمام ورزند. در واقع اتخاذ چنین سیاستی، کسب‌کننده است در جهت کاهش بعضی از مشکلات بازاریابی خارجی که توسط اردن و رژیم صهیونیستی برای صادرات محصولات کشاورزی فلسطینی‌ها ایجاد شده است.