JPACO.

الشركة الأردنية الفلسطينية لتسويق المنتجات الزراعية

Jordanian-Palestinian Agricultural Products Marketing Company

تعلن الشركة الاردنية الفلسطينية لتسويق المنتجات الزراعية JPACO عن رغبتها في اعداد الدراسة التالية :

١- دراسة البنية التحتية التسويقية وتقنيات ما بعد الحصاد الخاصة بالشركة في دولة فلسطين والمملكة الاردنية الهاشمية .

٢- دراسة احتياجات الطلب في الاسواق العالمية UNMET DEMAND على المنتجات ذات الميزة التنافسية في البلدين للدول : (اندونيسيا - الامارات العربية المتحدة - الولايات المتحدة الامريكية - بريطانيا – المانيا) او اي اسواق اخرى مقترحة.

٣- دراسة منتجات المحاصيل الزراعية الواعدة التي تتسم بميزة تنافسية في دولة فلسطين والمملكة الاردنية الهاشمية .

وعلى الجهة الاستشارية الراغبة بتقديم عرض لاعداد هذه الدراسة الاطلاع على التفاصيل المطلوبة والشروط المرجعية (TOR) وذلك على موقع وزارة الزراعة الاردنية :

www.moa.gov.jo

وعلى الراغبين بالتقدم بالعروض لاجراء الدراسة ارسال عروضهم مستوفاة للشروط

في موعد اقصاه ٣٠ ابريل ٢٠٢٢ الى الايميل : info@jpapmc.com

JPMCO.

الشركة الأردنية الفلسطينية لتسويق المنتجات الزراعية

Jordanian-Palestinian Agricultural Products Marketing Company

الشروط المرجعية TOR لتقديم الدراسة الاستشارية التالية

١- دراسة البنية التحتية التسويقية وتقنيات ما بعد الحصاد الخاصة بالشركة في دولة فلسطين والمملكة الاردنية الهاشمية .

٢- دراسة احتياجات الطلب في الاسواق العالمية UNMET DEMAND على المنتجات ذات الميزة التنافسية في البلدين للدول : (اندونيسيا - الامارات العربية المتحدة - الولايات المتحدة الامريكية - بريطانيا – المانيا) او اي اسواق اخرى مقترحة.

٣- دراسة منتجات المحاصيل الزراعية الواعدة التي تتسم بميزة تنافسية في دولة فلسطين والمملكة الاردنية الهاشمية .

مواقع الدراسة : المملكة الاردنية الهاشمية + دولة فلسطين

تاريخ بدء العمل بالدراسة : ASAP

اولاً : مقدمة

الشركة الاردنية الفلسطينية لتسويق المنتجات الزراعية هي شركة عربية مملوكة للحكومة الاردنية وحكومة دولة فلسطين، وتم انشاء الشركة لتطوير البنية التحتية التسويقية ومعالجة المشاكل التسويقية للمنتجات الزراعية في كلا الدولتين وتهدف الشركة الى الاستفادة من الاتفاقيات الدولية لكلا الدولتين في مجال التجارة والتبادل التجاري وزيادة صادرات الدولتين الى الاسواق التقليدية والاسواق الجديدة من المنتجات والمحاصيل الزراعية ذات الميزة التنافسية وبناء على هذه الاعتبارات ستقوم الشركة بإنشاء نظام للزراعة التعاقدية مع المزارعين تستطيع من خلاله تامين جزء من احتياجات الاسواق العالمية من المنتجات والمحاصيل الزراعية الاردنية والفلسطينية ذات الميزة التنافسية الواعدة .

ثانيا .مجالات الدراسة :

تتناول الدراسة ثلاث دراسات شاملة بالمجالات التالية :

١- دراسة البنية التحتية التسويقية للمنتجات الزراعية في الاردن وفلسطين وطاقاتها الانتاجية القصوى والطاقات الانتاجية المستغلة فعليا وتحديد وتحليل الفرص المتوفرة لتطوير شراكات ما بين الشركة والقطاع الخاص في كلا الدولتين لضمان الاستغلال الامثل للبنية التحتية المتوفرة وتفادي التداخل والتنافس .

٢- دراسة الطلب والعرض UNMET DEMAND على المنتجات والمحاصيل الزراعية ذات الميزة التنافسية في الدولتين (الاردن وفلسطين) مع الاخذ بالاعتبار التنافسية مع الدول المنتجة الاخرى وكلف التصدير لدى الدول المنافسة وذلك لاسواق دولية مختارة (المانيا- بريطانيا – الولايات المتحدة الامريكية – الامارات العربية المتحدة – اندونيسيا) واقتراح اي دول واسواق اخرى اكثر ملائمة للمنتجات ذات الميزة التنافسية في الدولتين.

٣- دراسة المحاصيل والمنتجات الزراعية الواعدة ذات الميزة التنافسية في كلا الدولتين (فلسطين والمملكة الاردنية الهاشمية).

ثالثا .أهداف الدراسة : تهدف الدراسة الى تحقيق الأهداف والغايات التالية:

١- تحليل البنية التحتية التسويقية في كل من الاردن وفلسطين.

٢- تحديد اوجه القصور ونقاط القوة في هذه البنية لمواكبة المنافسين بتوفير البنبة التحتية المناسبة.

٣- مسح شامل لكافة المنشآت التسويقية في كلا الدولتين وطاقاتها التشغيلية وكفاءة مخرجاتها ومناسبتها للمنافسة الدولية .

٤- تحديد مجالات وسيناريوهات دخول الشركة في الاستثمار في البنية التحتية التسويقية .

٥-دراسة الطلب على المنتجات و المحاصيل الزراعية ذات الميزة التنافسية الواعدة في الاسواق الدولية UNMET DEMAND (المانيا - بريطانيا - الولايات المتحدة الامريكية – الامارات العربية المتحدة – اندونيسيا)او اي اسواق اخرى مقترحة .

٦- تحليل فجوات الطلب والعرض في الاسواق الدولية الطلب والعرض الموسمي (على اسبوع او شهر على الاقل).

٧ - تحليل متطلبات الدخول الى الاسواق الدولية .

٨ - تحليل امكانية انتاج المنتجات والمحاصيل الزراعية خلال فجوات العرض.

٩ - تحليل امكانية انتاج المنتجات والمحاصيل الزراعية ذات الميزة التنافسية للاسواق الدولية المختارة (الولايات المتحدة الامريكية – الامارات العربية المتحدة – اندونيسيا – المانيا - بريطانيا) واي اسواق اخرى مقترحة.

١٠- الاخذ بالاعتبار معايير تحديد الميزة التنافسية مثل (الاستدامة ، الكميات ، توقيت الانتاج والحصاد ، الميزة المناخية لتوقيت الانتاج وكلفتها ، البنى التحتية المتوفرة لهذه المحددات ، المنافسة الخارجية)

١١ - تحليل تقنيات ما بعد الحصاد السائدة في المزارع الاردنية والفلسطينية.

١٢ - تحليل سيناريوهات تطوير تقنيات ما بعد الحصاد لملائمة المتطلبات في الاسواق الدولية.

١٣ - تحليل الزراعات التعاقدية السائدة في القطاع الزراعي في الدولتين.

١٤ - تحليل المخاطر الفنية والقانونية للزراعات التعاقدية.

١٥ - تحليل السيناريوهات الزراعية الممكن للشركة القيام بها (المنتجات المناسبة والمواصفات والكميات والجدول الزمني .

١٦- تقديم توصيات تتضمن عدة سيناريوهات لاعمال الشركة بناء على نتائج التحليل السابقة.

١٧- دراسة التنافس مع الدول الاخرى للمنتجات ذات الميزة التنافسية وكلف التصدير لهذه الدول.

رابعا :الوثائق المطلوبة تقديمها :

١- تقديم عرض فني ومالي ومنهج تفصيلي للتعرف على الهدف من هذا الدراسات ونتائجها.

٢- تقديم تقرير بداية متضمن خطة عمل من قبل الجهة الاستشارية بعد أسبوعين من توقيع العقد.

٣-يجب على الجهة الاستشارية تقديم النتائج من خلال ورشة عمل قبل تقديم التقرير النهائي.

٤- سيتم تقييم التقرير النهائي من قبل مقيمين من كلا الدولتين.

٥-يجب تقديم التقرير الكامل باللغتين العربية والإنجليزية في نهاية كل مرحلة من مراحل العمل (البداية، منتصف المدة، والنهاية.).

٦-جميع البيانات المتعلقة بهذا العمل مملوكة للشركة ولا يسمح للجهة الاستشارية استخدامها في اي أعمال او دراسات أخرى حتى الحصول على موافقة خطية من الشركة .

خامسا: النتائج المتوقعة من الدراسة :

١-تحديد المنتجات والكميات التي ستقوم الشركة بإنشاء البنية التحتية لتطوير انتاجها وتجهيزها وتعبئتها وتبريدها وتجهيزها للشحن الدولي والمجالات التي تتعاون فيها مع القطاع الخاص.

٢- تحديد مجالات توجيه الانتاج للمنتجات التي تستطيع الشركة تسويقها من خلال فجوات العرض والطلب والزراعات التعاقدية في الدول المحددة للدراسة او الدول الاخرى المقترحة .

٣-تحديد الفرص والسياسات التي من شأنها دعم وتعزيز الزراعة التعاقدية والشراكة مع القطاع الخاص .

٤- تطوير سياسة وخطة عمل الشركة وتوجهاتها للسنوات الخمس القادمة.

سادسا :المؤهلات المطلوبة من الجهة الاستشارية :

١- يتوجب على الجهة الاستشارية تعيين مستشار مستقل لكل بلد من البلدين لديه الخبرة المناسبة والكافيه في الاسواق الزراعية ودراسات التسويق الزراعي والبنى التحتية .
٢- شهادة جامعية متقدمة في مجال التسويق او الاقتصاد للمستشارين لكل بلد .
٣- سنوات من الخبرة ذات الصلة في دراسات التسويق الزراعي الدولية ما لا يقل عن ١٥ سنة .
٤- خبرة في تقديم الخدمات الاستشارية وصياغة المقترحات وخبرات في التسويق الزراعي.
٥- قدرة مثبتة على العمل والتفاعل مع أشخاص من خلفيات متنوعة ومهنية واجتماعية وثقافية.
٦- مهارات ممتازة في تحليل السياسات وكتابة التقارير.
٧- سجل جيد من المنشورات والتقارير العلمية في المجالات ذات الصلة .
٨- اتقان اللغتين الإنجليزية والعربية .

سابعا :الإشراف :

سيعمل الاستشاري تحت الإشراف المباشر من قبل المدير العام للشركة

الإطار الزمني :

سيتم انجاز الدراسة خلال مدة اقصاها ٤٥ يوم عمل من تاريخ توقيع العقد وضمن جدول زمني للنشاطات يتم تحديده بعد توقيع العقد.