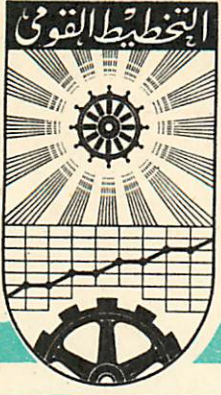


الجمهورية العربية المتحدة



مَعْد التَّخْطِيط القومى

مذكرة رقم (٦٣٢)
تسويق الـزروع
فى
الجمهورية العربية المتحدة

Marketing of Agricultural
products in U.A.R.

تأليف
دكتور
عز الدين همام احمد

أبريل ١٩٦٦

ما من شك في أن التطور في عهد الثورة قد شمل شتى نواحي الحياة في الجمهوريه العربيه المتحده لدرجه أصبحت معها مهمه الباحثين والمؤلفين شاقه في تتبعه وملاحظته بما هو جدير به من دراسه وبحث وتأليف . مما ترتب عليه تصور كثير من المؤلفات والمراجع حتى حديث التأليف منها عن اشباع رغبة القراء في التعرف على كل ما هو جديد في أى ميدان من الميادين .

ولما كان تسويق الزروع أحد الأنشطة الاقتصادية الهامة التي شملها هذا التطور لدرجه أصبح فيها من المتعذر وجود المؤلف الذي يحقق رغبة القراء في التعرف على ما هو جديد فيه .

لهذا ضمنت هذا المؤلف موجزا عن تسويق أهم الزروع الحقلية النباتية والحيوانية عدا القطن الذي سبق وأن أفردت له مؤلفا خاصا تحقيقا لنفس الهدف - شاملا لأحدث التطورات في هذا الميدان عسى أن يفيد من ذلك القراء في اشباع رغبتهم في التعرف على كل جديد .

ويسعدني في هذا المقام ان اشكر كل من الساده محمد محمود عبد الرؤوف ومحمد عبد المنعم عفر ومحمد محمود رزق على معاونتهم القيمة في سبيل اخراج هذا المؤلف .

والله ولي التوفيق ،

دكتور

عز الدين همام احمد
ع.الدهم

ابريل ١٩٦٦

الفهرس

<u>الصحيفه</u>	<u>الموضوع</u>
١	١- تسويق الأرز
٩	٢- تسويق القمح
١٦	٣- تسويق البصل
٢٢	٤- تسويق الفاكهه
٣١	٥- تسويق الخضـر
٣٥	٦- تسويق الأنتجه الحيوانيه
٣٥	أ- تسويق اللحوم
٤١	ب- تسويق الألبان
٤٥	ج- تسويق البيض
٤٧	٧- المراجع

أولاً : تسويق الأرز

١ - مقدمه

يحتل الأرز مركزاً هاماً في اقتصاديات ج . ع . م . خاصة في التصدير إذ يعتبر المحصول الثاني بعد القطن في الصادرات .

ويزرع الأرز صيفياً في ج . ع . م . في كل من محافظات الدقهلية وميماط وكفر الشيخ والبحيره والشرقيه والغربيه ويمثل انتاجه نحواً من ١٦,٧ ٪ من المحصول ، كما يزرع أيضاً في الموسم النيلسي بمحافظه الفيوم حيث يمثل انتاجه نحواً من ١٨ من المحصول . أما باقى المحافظات فان انتاج الأرز بها لا يمثل سوى ١,٥ ٪ فقط من جملة الانتاج . هذا وقد تطور انتاج الأرز في ج . ع . م . نحو الزيادة خلال النصف قرن الأخير حيث زاد متوسط الانتاج من ٣٢٣ الف ضريبه خلال الفتره من ١٩٠٩ - ١٩١٤ الى ١٢٩٧ الف ضريبه فى الفتره من ٩٥٣ - ١٩٥٧ او ما يعادل أربعه أمثالها والى ٤٦٤ و ٥٧٢ و ٢٥٧ ضريبه خلال موسم ١٩٦٣ ويرجع السبب فى هذه الزيادة الى زياده المساحه المنزوعه بسبب توفر مياها الرى وزياده غله الفدان ورغم أن كميته الانتاج من المحصول تتباين من سنه لأخرى بتباين المساحه والغله الا أن تباين المساحه يعتبر بمثابة العامل الأكثر أهميه من هذه الوجهه حيث يتم تحديدها سنوياً طبقاً لما تصرح به الحكومه من موارد مائيه بمعد تحقيق كفايه القطن والمحاصيل الأخرى ، على أنه رغم هذا التحديد فان الزراع كثيراً ما تجسأ وزوا المساحه المحدده متأثرين فى ذلك بالنسبه السعرية بين الأرز والقطن فتزيد جملة المساحه المنزوعه بالأرز عندما تكون أسعار الأرز بالنسبه لأسعار القطن مرتفعه فى السنه السابقه وتتخفف فى الحاله العكسيه اما المساحه التى لا تتم زراعتها بالقطن او الارز فتزرع بالذره الشاميه ولهذا فان مساحه الذره تتناسب عكسياً مع مساحتي القطن والارز .

ويتوقف الطلب على الأرز في ج . ع . م . على أسعار الارز نفسه بدرجة كبيره وعلى أسعار الحبوب الأخرى بدرجة أقل وعموماً يعتبر الطلب على الأرز مرناً حيث يولد أى تغير قليل فى

(١) لاستخدام الاصناف المحسنه والأساليب العلميه الحديثه فى الزراعه

أسعاره الى تغيير اكبر نسبيا في الكمية المطلوبة منه . فقد تبين أن التغيير في سعر الأرز بمقدار وحدة واحدة يؤدى الى تغيير الطلب بمقدار وحدة ونصف هذا بينما يؤدى تغيير الوحدة في اسعار الحبوب الأخرى الى تغيير الطلب عليها بمقدار نصف وحدة فقط . هذا وتخضع أسعار الارز منذ عام ١٩٣٩ لسياسة التحكم السعرى أما قبل هذا التاريخ فان أسعاره كانت تخضع للأسعار العالميه .

ويتمتع الارز بميزه نسبيه على بديله من المحاصيل وهو الذره الشاميه ويرجع ذلك الى أنه في الوقت الذى تبلغ فيه القيمة التقديه لانتاج الفدان من الذره الشاميه نحواً من ٣٠ جنيهاً تبلغ هذه القيمة نحواً من ٩٠ جنيهاً للفدان من الأرز أما القيمة المضافه فتبلغ ٧٥ جنيهاً للأرز مقابل ١٨ جنيهاً للذره هذا اذا قومت الأسعار بالسعر العالمى اما اذا قومت بسعر المزرعه فان هذه القيمة تبلغ نحواً من ٢٨ جنيهاً للأرز مقابل ١٥ جنيهاً للذره الشاميه .

ب - التسويق التقليدى للأرز فى ج.ع.م.

مر تسويق الأرز بعدة مراحل تميزت فيها كل مرحله عن غيرها فى الفتره السابقه على عام ١٩٣٩ حيث كانت السوق خاضعه لظروف المنافسه الحره كان الزارع يبيع ما يفيض عن حاجته لتجار الداخل الذين يتداولون المحصول بدورهم حتى يصل الى تجار وشركات التصدير التى تقوم بتصديره وفقاً للأسعار العالميه . هذا وقد كان التصدير حراً لا يخضع لقيود سوى قيد واحد فقط هو ضربيه الصادر المفروضه منذ عام ١٨٨٤ بنسبه ١ % من قيمه المصدر .

وفى عام ١٩٣٩ صدر القانون رقم ٩٥ الذى اعطى لوزير الدفاع الحق فى حصر الكميات الموجوده من الأرز فى الدوله ورقابتها . ثم انتقل هذا الحق فى نفس السنه من وزير الدفاع الى لجنه التموين ثم وزاره التموين عام ١٩٤٠ فوزاره التجاره والصناعه عام ١٩٤٦ بعد الغاء وزاره التموين مره أخرى عام ١٩٤٨ بعد أن أعيد تشكيلها .

وتقوم وزاره التموين بتنظيم الانتاج والتسويق والاستهلاك بما فى ذلك الاستيلاء على الحصص المقرره على الزراع والترخيص بتبييض الارز وتحديد الاسعار وتنظيم المبيعات والمشتريات وغير ذلك . وتعتبر وزاره التموين منذ عام ١٩٥٨ المشتري الوحيد للأرز الشعير حيث يقوم بنك التسليف

الزراعى والتعاونى وبنك مصر وبنك الاسكندريه بشراء الأرز الشعير من الزراع مباشرة او من صغار التجار نيابة عن الوزارة . كما كان يقوم بهذه المهمة أيضا مضارب الأرز بتصريح خاص من الوزارة وفقا للكميات المصرح بها .

وتقوم مضارب الأرز بتهيض المحصول فى حدود الكميات المحدده ومن ثم تقوم بتسليم تجار الجملة حصصهم المقرره من قبل الوزارة والتي تتفق مع متوسط مبيعات كل منهم خلال عامين . ويقوم تجار الجملة بتسليم تجار التجزئه العقيديين لديهم الحصة المقرره لكل منهم . ويوضح الجدول التالى سعر المنتج للضربيه من الأرز (١) خلال الفتره من ١٩٥٤ - ١٩٥٩ .

الصف	سعر الضربيه بالجنيهه (وزن الضربيه ٩٤٥ كيلو)	١% علاوه عن درجه ٩٦% بالجنيه	١% نقص عن درجه ٩٦% بالجنيه
يابانى	١٧	٠ار٨	٠ار٠
نياتسى	١٦	٠ار٧	٠ار٩
سبعينى	١٤ر٤	-	-

هذا بالنسبه للأرز الشعير اما بالنسبه للأرز المبيض فان الجدول التالى يوضح اسعاره تسليم المضارب كما يوضح اسعار الجملة ونصف الجملة والتجزئه خلال نفس الفتره

الصف	الاسعار تسليم المضرب		
	اسعار الجملة	اسعار نصف الجملة	اسعار التجزئه
مقشور (كارجو)	٢ر٤٨٥	٢ر٦٠٥	٢ر٨
مبيض عادى	٢ر٣٠	٢ر٩٥٠	٣ر١
مبيض مخصوص	٢ر٩١	٣ر٠٣٠	٣ر٢
ملمع	٢ر٩٦٠	٣ر٠٨٠	٣ر٢

(٥) لدرجه نظافه ٩٦%

هذا وتمثل الكميات التي تشرف وزارة التموين على تسويقها النسبة الكبرى من المحصول سواء داخل الجمهورية او خارجها اما بقيه المحصول فكان عبء تسويقه محليا يقع على تجار الريف الذين يقومون بتبيضه في الفراكات المنتشرة في القرى . وعاده ما كان يتم تسويق هذه الكميات باسعار تتراوح بالزيادة او النقص عن اسعار وزارة التموين تبعا لطول الفترة التي تمر بين ظهور المحصول وتاريخ التسويق ففي فترة ظهور المحصول تصل الاسعار الى أقل ما يمكن بينما تصل الاسعار الى ذروتها في نهاية الموسم هذا وقد ظل تسويق الأرز خاضعا لهذه النظم منذ عام ١٩٥٨ حتى موسم ١٩٦٦/٦٥ حيث ظهر تسويق الأرز تعاونيا .

ج - التسويق التعاوني للأرز

تعميما للأساليب التعاونية في تسويق الحاصلات الزراعيه أسندت الحكومة مهمه تسويق محصول الأرز للمؤسسة المصرية العامة للمطاحن والعضارب والمخابز ابتداءً من الموسم ١٩٦٦/٦٥ (١) وتحقيقا لهذا الغرض .

١- ألزمت الحكومة زراع الأرز بتوريد حصه قدرها ٥ ا ضريبه على كل فدان منزرع ارزا لمن يزرع ٥ أفدنه فأقل ، $\frac{3}{4}$ ضريبه لمن يزرع اكثر من ٥ أفدنه الى مركز تجميع مؤسسه المطاحن

والعضارب والمخابز القريب من كل منهم والتي قامت المؤسسه بانشائها تحقيقا لهذا الغرض .

٢- عقب تسليم الزراع للحصه المقرره عليهم يقوم مندوب المؤسسه ومندوب بنك التسليف ومندوب الجمعيه التعاونيه الزراعيه بتحديد رتبه الارز وسعره وقيمه طبقا للأوزان التي يحددها الوزانون المعتمدون من قبل المؤسسه . ثم يقوم صراف المؤسسه المقيم في المركز بصرف المستحق لكل زارع فورا . هذا اذا لم يحدث خلاف على تحديد الرتبه اما اذا حدث هذا الخلاف قامت لجنه

(١) صدر قرار بتحريم التعامل في محصول الأرز على تجار القطاع الخاص . ومنعا للأضرار بهم قامت المؤسسه بتعيين عدد كبير منهم في مراكز التسويق كما قصر استخدام الفراكات القائمة بالريف على ضرب الأرز المخصص لاستهلاك الزراع الخاص دون الاتجار به .

(٢) يخضع وزانوا المؤسسه لرقابه وتفتيش يورصه مينا البصل .

التحكيم المشكله بكل مضرب بتحديد الرتبه ويعتبر قرارها في هذا الشأن نهائيا . هذا وقد أبحاث
المؤسس للزراع ببيع أى فائض من المحصول يرغبون في بيعه بعد تسديد حصه الحكومه لمراكز
التجميع طبقا للأسعار المحدده او لا قرب مضرب أرز يتبع له مركز التسويق في القرية فاذا كانت المسافه
بين القرية وبين المضرب تزيد عن ٥ كيلو مترات منح الزارع تكلفه النقل بواقع ١٢ قرشا من كل ضريبه .
هذا وقد فرضت غرامه قدرها ٢٤ جنيها عن كل ضريبه يتخلف الزراع عن توريدها وبوضع الجدول التالي
ما حددته وزاره التموين من أسعار لمحصول الأرز الشعير خلال الموسم ١٩٦٦ / ٦٥

الصف	درجه النظافه	سعر الضريبه بالجنيه	الزفاده لكل درجه بالقروش	النقص لكل درجه بالقروش
يابانسي	٩٦	٢٤	٢١	٢٣
نباتات	٩٦	٢٣	٢٠	٢٢
سبعينس	٩٦	٢١	١٨	٢٠
عربى	٩٨	٢٨.٥	٢٥	٢٧

كما يبين هذا الجدول أسعار الأرز المبيض لنفس الموسم :-

الصف	سعر الضريبه بالجنيه	الصف	سعر الضريبه بالجنيه
طبيعى ١	٤٤ر٠٠٥	جلاسيه ٢	٤٤ر٣٥٥
طبيعى ٢	٤٣ر٥٠٥	كامولينو ١	٤٤ر٥٠٥
" ٣	٤١ر٥٠٥	" ٢	٤٤ر٠٠٥
" ٤	٤٠ر٩٠٥	كارجنو ١	٤٠ر٢٠٥
جلاسيه ١	٤٤ر٨٨٥	" مطاز	٤٠ر٢٠٥

وتحويله الى دقيق يتم بيعه اما للمخابز او للمستهلكين مباشرة .

هذا ولم تكن تجاره القمح وصناعته في هذا الوقت خاضعة لرقابه محكمة فلارقابه على الأسعار أو المطاحن أو المخازن وكان دور الحكومة قاصرا فقط على مجرد مراقبة جديده عقد الصفقات وجديده الأسعار حتى تكون معبره الى حد ما عن ظروف العرض والطلب الحقيقيه عن طريق مندوبيها في سوقى الحبوب بساحلى روض الفرج وأثر النبى . وربما كان ذلك راجع الى كفايه المنتج محليا من القمح للطلب عليه بل وزيادته عن حاجه الطلب في هذا الوقت .

٢- عندما نشبت الحرب العالميه الثانيه وأصبح الناتج المحلى من القمح لايفى بحاجه الاستهلاك اضطرت الحكومه للتدخل في سوق القمح وبدأت أوامر الاستيلاء في الظهور .

فى بدايه كل موسم كانت الحكومه تصدر قرارا بالاستيلاء على كميته محدد من انتاج كل فدان يلزم الزراع بتسليمها مقابل سعر محدد . وكانت الكميته المقرره على كل فدان تتراوح بين أردب وثلاثه طبقا لخصوبه الأرض . وكان بنك التسليف الزراعى والتعاونى يقوم بتسليم الكميات المستولى عليها ودفع ثمنها المحدد للزراع نيايه عن الحكومه وكان الثمن يتراوح بين ٣ - ٣.٢٠ جنيهها للأردب تبعا لنوع القمح ودرجه نظافته أما ما يفيض للزراع بعد ذلك فله أن يتصرف فيه كيف يشاء مع اعطائه الحق في توريد الفائض بعد الوفاء بحصه الحكومه الى شون البنوك المعتمده من وزاره التموين بسعر يزيد عن السعر الرسمى بما لا يتجاوز خمسون قرشا للأردب هذا ويفرض القانون على كل حائز لايقوم بالوفاء بحصه الحكومه بدلا نقديا مقداره جنيهان عن كل أردب لايقوم بتوريده كما حظر القانون على الأفراد نقل القمح أو دقيقه من جهه الى أخرى بدون اذن خاص من وزاره التموين ، وكانت الحكومه تقوم ببيع القمح المستولى عليه للمطاحن بسعر ٣.١١ قرشها للأردب بعد تقدير حصه لكل مطحن تتناسب وقدرته الانتاجيه كما كانت المطاحن تقوم ببيع الدقيق للمخازن وفقا للتسعير الذى تفرضه وزاره التموين بعد تحديد حصه كل مخبز بما يتناسب وقدرته الانتاجيه . كما كانت وزاره التموين تقوم بمراقبه أسعار بيع الدقيق للمخازن أو للمستهلكين وكذلك وزن الرغيف منعا للتلاعب في الأسعار أو الأوزان .

٣- وفى موسم ١٩٥٤ عدلت الحكومه عن سياسة الاستيلاء على حصص القمح من الزراع واكتفت بشراء كل ما يعرض عليها منه خلال الفتره من أول يونيو الى أول اكتوبر من كل عام وكان بنك التسليف الزراعى والتعاونى وبنك باركليز (بنك الاسكندريه فيما بعد) وبنك القاهره وغيرها من البنوك تقوم باستلام القمح نيايه عن الحكومه . وبهذا أصبح من حق أى فرد أو هيئه أن تقوم

التحكيم المشكله بكل مضرب بتحديد الرتبه ويعتبر قرارها في هذا الشأن نهائيا . هذا وقد أبحاث
المؤسس للزراع ببيع أى فائض من المحصول يرغبون في بيعه بعد تسديد حصه الحكومه لمراكز
التجميع طبقا للأسعار المحدده او لا قرب مضرب أرز يتبع له مركز التسويق في القرية فاذا كانت المسافه
بين القرية وبين المضرب تزيد عن ٥ كيلو مترات منح الزارع تكلفه النقل بمواقع ١٢ قرشا عن كل ضريبه .
هذا وقد فرضت غرامه قدرها ٢٤ جنهمها عن كل ضريبه يتخلف الزراع عن توريدها ويوضع الجدول التالي
ما حددته وزاره التموين من أسعار لمحصول الأرز الشعير خلال الموسم ١٩٦٦ / ٦٥

الصف	درجه النظافه	سعر الضريبه بالجنيه	الزياده لكل درجه بالقروش	النقص لكل درجه بالقروش
يابانسي	٩٦	٢٤	٢١	٢٣
نياتات	٩٦	٢٣	٢٠	٢٢
سبعيني	٩٦	٢١	١٨	٢٠
عربي	٩٨	٢٨.٥	٢٥	٢٧

كما يبين هذا الجدول أسعار الأرز المبيض لنفس الموسم :-

الصف	سعر الضريبه بالجنيه	الصف	سعر الضريبه بالجنيه
طبيعي ١	٤٤ر٠٠٥	جلاسيه ٢	٤٤ر٣٥٥
طبيعي ٢	٤٣ر٥٠٥	كامولينسو ١	٤٤ر٥٠٥
" ٣	٤١ر٥٠٥	" ٢	٤٤ر٠٠٥
" ٤	٤٠ر٦٠٥	كارجنو ١	٤٠ر٢٠٥
جلاسيه ١	٤٤ر٨٨٥	" ممتاز	٤٠ر٢٠٥

هذا عن التصويق الداخلى للأرز أما عن التجاره الخارجيه فيه فان حركه الصادرات تدل على تزايد الكميات المصدره بصفه مستمره فبينما كانت الصادرات لا تتجاوز ٢٥ ألف طن مترى سنه ١٩٠٩ / ١٩١٠ زادت الى ٢٢١ ألف طن مترى منه ١٩٥٢ / ١٩٥٨ أو ما يعادل تسعه أمثالها . وكانت تركيا تعتبر بمثابة العميل الأول لصر فى محصول الأرز قبل الحرب العالميه الأولى يليها فى ذلك فرنسا والى ما قبل بدايه الحرب العالميه الثانيه فكانت سوريا وفلسطين ورومانيا عملاء رئيسيين لهذا المحصول اما بعد الحرب الثانيه فقد اصحت الهند وسيلان بمثابة العملاء الرئيسيين ثم أصبح الاتحاد السوفيتى والمانيا وسوريا ولبنان والاردن فى مكان الصداره بعد عام ١٩٥٦ واخيرا بعض دول الشرق الاقص . وتتمتع الصادرات لبلاد العملة الصعبه بتعريفه جمركيه ثقل نسبيا عن الصادرات الى الدول التى تتعامل بالجنيه المصرى عملا على زياده التصدير لهذه البلاد كما خضعت التعريفه أيضا على الصادرات لبعض البلاد العربيه التى لا تفرض ضريبه استيراد على الأرز المصرى مثل لبنان والسودان والعراق تحقيقا لنفس الهدف .

وتقوم المؤسسه المصريه العامه للسلطن والمضارب والمخابز فى الوقت الحاضر بتوريد الأرز لحساب مؤسسه التجاره الخارجيه التى تقوم بتصديره بأسعار تتراوح بين (٤١ - ٤٥) جنيهها للطن المترى (فوب) للبلاد التى تربطنا بها اتفاقيات تجاريه وكذلك للبيع فى السوق العالميه بالاسعار العالميه الحره وفقا لمواصفات التصدير . ويوضح الجدول التالى مواصفات التصدير للأرز المصرى :

والتجارة في جميع بلادها من بلاد الهند والجزيرة العربية واليمن والحبشة والهند وغيرها من بلادها
والتي هي من بلادها من بلاد الهند والجزيرة العربية واليمن والحبشة والهند وغيرها من بلادها

والتي هي من بلادها من بلاد الهند والجزيرة العربية واليمن والحبشة والهند وغيرها من بلادها
والتي هي من بلادها من بلاد الهند والجزيرة العربية واليمن والحبشة والهند وغيرها من بلادها

والتجارة

والتي هي من بلادها من بلاد الهند والجزيرة العربية واليمن والحبشة والهند وغيرها من بلادها
والتي هي من بلادها من بلاد الهند والجزيرة العربية واليمن والحبشة والهند وغيرها من بلادها

:- التي هي من بلادها من بلاد الهند والجزيرة العربية واليمن والحبشة والهند وغيرها من بلادها

ب - التجارة في بلادها من بلاد الهند والجزيرة العربية واليمن والحبشة والهند وغيرها من بلادها

والتي هي من بلادها من بلاد الهند والجزيرة العربية واليمن والحبشة والهند وغيرها من بلادها
والتي هي من بلادها من بلاد الهند والجزيرة العربية واليمن والحبشة والهند وغيرها من بلادها

ب - التجارة

ب - التجارة في بلادها من بلاد الهند والجزيرة العربية واليمن والحبشة والهند وغيرها من بلادها

هذا ولم تكن تجارته القمح وصناعته في هذا الوقت خاضعة لرقابه محكمة فلارقبه على الأسعار أو المطاحن أو المخازن وكان دور الحكومة قاصرا فقط على مجرد مراقبة جديده عقد الصفقات وجديده الأسعار حتى تكون معبره الى حد ما عن ظروف العرض والطلب الحقيقيه عن طريق مندوبيها في سوق الحبوب بساحل روض الفرج وأثر النسي . وربما كان ذلك راجع الى كفايه المنتج محليا من القمح للطلب عليه بل وزيادته عن حاجه الطلب في هذا الوقت .

٢- عندما نشبت الحرب العالميه الثانيه وأصبح الناتج المحلي من القمح لايفي بحاجه الاستهلاك اضطرت الحكومة للتدخل في سوق القمح وبدأت أوامر الاستيلاء في الظهور .

ففي بدايه كل موسم كانت الحكومة تصدر قرارا بالاستيلاء على كميته محدد من انتاج كل فدان يلزم الزراع بتسليمها مقابل سعر محدد . وكانت الكميته المقرره على كل فدان تتراوح بين أردب وثلاث طبقا لخصوبه الأرض . وكان بنك التسليف الزراعي والتعاوني يقوم بتسليم الكميات المستولى عليها ودفعت ثمنها المحدد للزراع نيابه عن الحكومة وكان الثمن يتراوح بين ٣ - ٢.٥ ر جنيها للآردب تبعاً لنوع القمح ودرجه نظافته أما ما يفيض للزراع بعد ذلك فله أن يتصرف فيه كيف يشاء مع اعطائه الحق في توريد الفائض بعد الوفاء بحصه الحكومة الى شون البنوك المعتمده من وزاره التموين بسعر يزيد عن السعر الرسمي بما لا يتجاوز خمسون قرشا للآردب هذا ويفرض القانون على كل حائز لايقوم بالوفاء بحصه الحكومة بدلا نقديا مقداره جنيهان عن كل أردب لايقوم بتوريده كما حظر القانون على الأفراد نقل القمح أو دقيقه من جهه الى أخرى بدون اذن خاص من وزاره التموين ، وكانت الحكومة تقوم ببيع القمح المستولى عليه للمطاحن بسعر ٣١١ قرشا للآردب بعد تقدير حصه لكل مطحن تتناسب وقدرته الانتاجيه كما كانت المطاحن تقوم ببيع الدقيق للمخابز وفقا للتسعير الذي تفرضه وزاره التموين بعد تحديد حصه كل مخبز بما يتناسب وقدرته الانتاجيه . كما كانت وزاره التموين تقوم بمراقبه أسعار بيع الدقيق للمخابز أو للمستهلكين وكذلك وزن الرغيف منعا للتلاعب في الأسعار أو الأوزان .

٣- وفي موسم ١٩٥٤ عدلت الحكومة عن سياسة الاستيلاء على حصص القمح من الزراع واكتفت بشراء كل ما يعرض عليها منه خلال الفتره من أول يونيو الى أول اكتوبر من كل عام وكان بنك التسليف الزراعي والتعاوني وبنك باركليز (بنك الاسكندريه فيما بعد) وبنك القاهره وغيرها من البنوك تقوم باستلام القمح نيابه عن الحكومة . وبهذا أصبح من حق أي فرد أو هيئه أن تقوم

... من ذلك ...

... في ذلك ...

... (1) ...

... من ذلك ...

... من ذلك ...

... من ذلك ...

... من ذلك ...

... من ذلك ...

... من ذلك ...

... من ذلك ...

... من ذلك ...

(1)

... من ذلك ...

... من ذلك ...

... من ذلك ...

... من ذلك ...

... من ذلك ...

٣٧٦	٩٠	٥٧	٣٧٠	بلائي
٣٧٦	٩٥	٩٠	٣٧٠	مندي
باجنيه	الشم	تيراط	باجنيه	الصف
باجنيه	باجنيه	باجنيه	باجنيه	باجنيه

... من ذلك ...

... من ذلك ...

ولما انشئت المؤسسة المصرية العامة للمطاحن والمضارب والمخابز قامت البنوك بتوريد القمح الى مطاحن المؤسسة حيث تقوم هذه بطحنه وتوزيعه دقيقا على مخابز القطاع العام وكذلك مخابز القطاع الخاص هذا وقد أصدرت وزارة التموين بتاريخ ١٢/٢٨/١٩٦٥ تسعيره جديده لأسعار شراء القمح من الزراع ولأسعار بيع الدقيق الناتج في مطاحن القطاع العام كما حددت أوزان الرغيف المتداول في محافظات الجمهوريه وفقا للجدول التالي .

المحافظات	سعر شراء القمح بالجنيه للارنب	سعر شوال الدقيق ١٠٠ كجم بالجنيه	وزن الرغيف بالجرام
القاهرة والجيزه	٤٢٠٦	٣٣٨٥	١٤٧
اسكندريه - بورسعيد - الاسماعيليه	٤٢٥٢	٣٤٢٥	١٣٥
القنطره شرق			
البحريه	٤٢٨٦	٣٤٢٥	١٣٥
السويس - البحر الاحمر - سيناء			
القنطره شرق	—	٣٤٩٠	١٤٢
الصحراء الغربيه	—	٣٤٦٠	١٣٤
باتى المحافظات	٤٢٣٤	٣٣٨٥	١٤٤
بندر القصوره	٤٢٣٤	٣٣٨٥	١٤٤
رأس البر	—	٣٣٨٥	١٤٣
بلطيم	—	٣٣٨٥	١٤٥
جصه	—	٣٣٨٥	١٤٠
الوادى الجديد	—	—	١٤٨

هذا وما يجدر ذكره في هذا المجال أن الكميات التي يتم تسويقها داخليا من القمح ليست كلها من انتاج الجمهوريه العربيه المتحده بل تشمل كذلك الكميات الضخمه المستورده من الخارج .

ح - تسويق القمح المستورد

تستورد الجمهورية العربية المتحدة سنويا ما يقرب من ٨ مليون طن من القمح ، X مليون طن من السدقات بما تعادل قيمته ٤٠ مليون من الجنيهات وتقوم وزارة التموين عن طريق المؤسسة المصرية العامة للصوامع والتخزين والمؤسسة المصرية العامة للائتمان الزراعي وشركاتها في الاقاليم (بنك التسليف الزراعي والتعاوني وفروعه سابقا) بتسلم القمح الوارد للموانئ المصرية وتغريفه في صوامعها المقامة بالموانئ وتخزينه فيها الى أن يتم نقله الى صومعه القاهرة أو شون البنوك في داخله البلاد . وتقوم مطاحن القطاع العام باستلام حاجتها من القمح من الصوامع أو الشون ثم تقوم بطحنه وتوزيعه على مخازن القطاع العام والخاص وفقا للأسعار الرسمية .

د - تخزين القمح في الجمهورية العربية المتحدة

يتم حصاد القمح في أوائل شهر مايو من كل عام وبذلك يتدفق المحصول على السوق بكميات وفيه تزايد عن حاجة الطلب في هذا الوقت فتتخفض الاسعار . لهذا وتنادي لانخفاض الاسعار بسبب الموسمي انشأت الحكومة صوامع الغلال لتخزين المحصول وتنظيم عرضه في الأسواق . ويرجع تاريخ انشاء صوامع الغلال الى عام ١٩٣٢ حين فكرت مصلحة التجاره والصناعه في انشاء صوامع بأثر النسبي بالقاهرة غير أن المشروع لم يخرج الى حيز التنفيذ . وفي عام ١٩٤٠ قام بنك التسليف بانشاء ثلاث مجموعات من الصوامع في كل من النجيزة وكفر الزيات والمنصوره تتكون كل مجموعه منها من عشرين صومعه سعه الصومعه ٧٠ أردبا تكلف انشاء المجموعه الواحده منها ٩١١ جنيهها . فلما نجحت التجربه وأثبتت تخزين القمح في هذه الصوامع سلامه عليه التخزين لمدته تزيد على ٧ اشهر قام البنك عام ١٩٤٢ بانشاء ٢٦ مجموعه أخرى من هذه الصوامع في الشون المملوكه له في السنبلابين ودكرنس وميت عمر وفاقوس والدلنجات والمنصوره وكفر الزيات تعميما للمشروع ولمواجهه التوسع في تخزين القمح لحساب وزاره التموين .

وفي عام ١٩٤٣ اتتمت الحكومة مبلغ ٦٢٥ ألف جنيه لانشاء صوامع جديده للتخزين فأقامت ٢٨٠٠ صومعه سعه الواحده منها ١٠٠ أردب في كل من دمشهور ووطنطا والمحلط الكبرى وزفتى والمنصوره وميت غمر والزقازيق ومنها القمح وأبو حماد وهيها وشين الكوم وقويسنا وتلا ومنوف وبينها وطوخ وأسست ادارتها والاشراف عليها لبنك التسليف الزراى كما قامت وزاره الزراعه فى نفس الوقت ايضا بانشاء مجموعات من الصوامع فى مزارعها وكذلك قامت بعض شركات أخرى كشركه المطاحن بالمحموديه والاسكندريه بانشاء صوامع خاصه بها .

وفي عام ١٩٥٣ عنى المجلس الدائم لتنميه الانتاج القومى بتنظيم عمليات تخزين ونقل الحبوب فى جميع انحاء الجمهوريه ومن أجل هذا قام بانشاء صومعتين كبيرتين الأولى فى الاسكندريه بسعه قدرها ٤٨ ألف طن والاخرى بالقاهره بسعه قدرها ٥٨ ألف طن كما جهز كل منهما بالوسائل الآليه المعينه على تفريغ القمح الوارد سواء بالبوأخر أو السكه الحديد أو اللوريات أو الصنادل أو غير ذلك من وسائل النقل . هذا وتفكر المؤسسه المصريه العامه للصوامع والتخزين فى الوقت الحاضر فى انشاء مزيد من صوامع الغلال تعميما للفائده .

ويؤدى تعميم الصوامع فى جميع انحاء الجمهوريه الى تفادى خيباره سنويه تقدر بما يقرب من ٢ مليون جنيه تتسبب عادة من سوء التخزين .

وفى ختام هذا الموضوع نورد فيما يلى جدولا لتوضيح مساحه وانتاج محصول القمح والحركه التجاريه فيه خلال الفتره من ١٩٣٥ - ١٩٦٢ .

مساحة محصول القمح والحركة التجارية فيه

جهة المخصص الاستهلاك المحلي بالاروب	المصدر بالاروب	الوارد بالاروب	جهة المحصول بالاروب	متوسط محصول القمح بالاروب	المساحة المزروعة بالاروب	سنوات الانتاج
٨٢٨.٠٣٦١	٧٢١٧٠	٣٣٧٨٤	٨٣١٨٧٤٧	٥٩٠	١٤١٠٢٥١	١٩٣٩ - ٣٥
٨٠٣٢٢٨٨	١٣٤٨١٤	١٨٨٧٣٦	٧٩٧٨٣٦٦	٤٨٩	١٦٣٠٥٥٢	١٩٤٤ - ٤٠
٩٢١٥١٠٧	٥٢٠٦٨	١٧٥٢٢٤٦	٧٥١٥٩٢٩	٤٨٢	١٥٥٩١٠٢	١٩٤٩ - ٤٥
٣٤٠٢٦١٩	٨٠٥٤٧	٦٢٢٢٧٥٩	٧٢٠٦٤٠٧	٨١٨	١٤٠٢٠٠٥	١٩٥٢
١٤٨٧٩٣٩٠	١٥٢٧٢	٤٥٧٨٥٧٣	١٠٣١٦١٨٩	٦٥٧	١٥٧٠١٩١	١٩٥٦
١٥٩٦٢٢٤٣	٣٠٢٣٥	٥٩٩٨٣٥٢	٩٩٩٤٢٢٦	٦٨٦	١٤٥٦٣١٣	١٩٦٠
٢٠٩٢٨٤٦١	٣٣٦٥٧	١١٢٨٩٢٧٨	٩٥٧٢٨٤٠	٦٩٢	١٣٨٤٠٤٣	١٩٦١
—	—	—	١٠٦٢٠٦٦٦	٧٣٠	١٤٥٥٠٢٥	١٩٦٢

ثالثا : تسويق البصل

تعتبر ج . ع . م . رابع دول العالم المنتجة للبصل بعد الولايات المتحدة الأمريكية واليابان وأسبانيا ، كما وتعتبر من أكبر الدول المصدره لهذا المحصول منذ سنوات عديدة . هذا ويحتل البصل المصرى المركز الثالث فى صادرات الجمهوريه العربيه المتحده بعد القطن والأرز من حيث القيمة .

ويزرع البصل فى جميع الأراض الزراعيه ، غير أن محافظات سوهاج والدقهليه والمنيا والمنوفيه تعتبر أهم المحافظات المنتجه له حيث تنتج نحو من $\frac{3}{4}$ جملة المحصول هذا ويتم انتاج

البصل فى ٤ عروات هى :

١- العروة الشتويه : وتساهم بنحو ٥٦ % من الانتاج ، وتنتج محافظات سوهاج (بشندويل) والمنيا وأسيوط وبني سويف نحو من $\frac{4}{5}$ محصول هذه العروة .

٢- العروة الصيفيه المحمله : وتساهم بنحو من ٣٧ % من الانتاج ، وتنتج محافظات الدقهليه والمنوفيه ودمياط $\frac{4}{5}$ محصول هذه العروة .

٣- العروة الصيفيه المنفرده : وتساهم بنحو من ٦ % من الانتاج وتنتج محافظات القليوبيه والجيزه والغريبه والشرقيه $\frac{4}{5}$ محصول هذه العروة الذى يستهلك معظم محصولها محليا .

٤- العروة النيليه : وتساهم بنحو ١ % فقط من الانتاج ، وتنتج محافظات سوهاج والمنيا وأسيوط وبني سويف محصول هذه العروة .

ويتباين انتاج البصل تبانيا كبيرا من سنه لآخرى هذا وان كان الانتاج يميل نحو الزيادة نسبي السنوات الأخيره . ويبدأ ظهور البصل الصعيدي فى الأسواق فى أواخر فبراير . اما البصل البحيرى فيبدأ فى الظهور فى شهر يونيو ، وعادة ما يخزن البصل البحيرى للاستهلاك المحلى حتى يظهر المحصول الصعيدي فى أشهر الشتاء .

وتعتبر الاسكندريه الميناء الرئيس الذى يصدر منه البصل الى الخارج وتأتى بورسعيد

بعدها فى الأهميه ثم ميناء السويس ، ومن سوق الإسكندريه تعلن الأسعار التى يجرى التعامل عليها فى الأسواق المحليه الأخرى وفى داخل البلاد .

ولم تكن للبصل فى مصر سوق منظمه قبل عام ١٩٣٤ حتى انشأت وزاره التجاره والصناعه سوقا للجمله للتجاره فيه فى ذلك العام بمدينة الاسكندريه فقامت بتخصيص أرصفه خاصه بالقبارى بالاتفاق مع صلحه السكك الحديديه لتكون بمثابة سوق عامه لتجاره الجمله فى البصل ، وعند ورود الرسائل الى هذه الارصفه تحصر كمياتها من واقع بوالص السكك الحديدية ، ثم يجرى بيعها بالمزاد العلنى الى التجار المقيدىن فى السوق والمعتمدين من اللجنه المشرفه عليها هذا وفى حاله تكديس كميات البصل على أرصفه القبارى بما يتجاوز ٣٠ ألف جوال فى أى وقت فانه يسمح بالبيع بطريق الممارسه للتجار المقيدىن بالسوق . ويقوم باجراء المزاد سمساره معتمدون من لجنه السوق مقابل عموله معينه ويتم البيع بفتح جوال أو جوالين من الرساله المرغوب فى بيعها للفحص والشراء على أساسها ، وتتم عليه المزاد بالناداء ويحدد السعر بالمليم للقنطار الذى يزن مائه رطل . كما وتتم عليه الوزن بواسطه قبانيه معتمدون ، وأما الوارد من البصل عن طريق السيارات فاما أن يشون فى الأرض الفضاه المحيطه بالسوق تمهيدا لبيعه أو يباع محملا على السيارات نفسها ويتم التعامل فيه كيفما اتفق فى مكان وجوده .

ومن الأمور التى تشوب تصويق البصل فى سوق القبارى أمران يجب العمل على تلا فيهما الأول التصريح للوكيل بالعموله بالشراء لحسابه فى حاله رغبته فى ذلك وهذا ما يتنافى مع ما يجب أن يكون عليه من حياد . والثانى التعليمات التى تقضى بعدم جواز ترك رسائل البصل فوق الارصفه أكثر من ٢٤ ساعه والا فرضت رسوم الارضيه (١٠ مليم عن كل جوال) على بقائهما مما تضطر البائع احيانا البيع بشمن أقل مما يساويه محصوله حتى لا يترتب عليه الاضرار بالمنتجين . وبعد تمام البيع للمصدرين يقوم المصدرون بنقل ما اشتروه من رسائل الى شونهم (الزرائب) حيث تجرى عليه عمليات الفرز والتدريج بما يتفق والمواصفات المرغوبه للأسواق الخارجيه .

أما التعامل فى سوق بورسعيد فانه يفضل التعامل فى الاسكندريه بسبب شمول اجراءات البيع لجميع البصل الوارد لسوقها الخاضعه لاشراف الغرفه التجاريه سواء أكان البصل واردا بالسكك الحديدية أو بالسيارات هذا وقد حدد مكتب مراقبه صادرات البصل شروطا ومواصفات يتحتم استيفاءها للأذن بالتصدير بحيث لا يقبل من رتبته معينه سوى المحصول المستوفى لجميع الشروط الموضوعه لذلك

ومن هذه الشروط سلامه الابصال من الرطوبة وضربه الشمس (المسلوقه) والخلو من العطب والحمبوط وأوراق البصل الجافه أو أيه ماده غريبه أخرى والا تكون وحدات البصل مزرقه أو يـكـون العنق جافا أو ذابلا كما لا يصرح بتصدير البصل القديم ابتداءً من فبراير عند ظهور المحصول الصعيدى الجديد .

ويقسم البصل الصادر الى الرتب التجاريه الآتيه :

١- خاص : وهو ما لا تزيد فيه نسبة البصل المسلوق والمزدوج والمزرق وغير التام النضج

والصاب بالعفن الاسود والمزوقه قشرته وغير المنتظم الشكل والطول والعنق ٧ %

وتدرج هذه الرتب الى الاحجام الآتيه :

أ - كبير وهو ما يزيد قطر البصله فيه على ٦ سم

ب - متوسط وهو ما يزيد قطر البصله فيه على ٤ سم

ج - صغير وهو ما يزيد قطر البصله فيه على ٣ سم ولا يتجاوز ٤ سم

د - تخليل : وهو ما لا يزيد قطر البصله فيه على ٣ سم

هـ - غير مدرج وهو البصل الذى لا يدرج الى هذه الاحجام .

٢- تجارى وهو ما تزيد فيه نسبة البصلات غير المرغوب فيها والمذكوره فى الرتب الاولى

على ٧ % الى ٢٠ %

٣- نقضه وهو ما تزيد فيه نسبة الابصال غير المرغوب فيها على ٢٠ %

ويصدر البصل المصرى الى كل من انجلترا والمانيا وفرنسا وبلجيكا والسويد والنرويج وسويسرا وكندا والولايات المتحده الأمريكيه فى حاله قله المحصول أو تأخره فى هذه البلاد . كما يصدر البصل المصرى أيضا الى كولومبيا وسيلان وسنغافوره والفلبين والبلاد المجاوره لبحر وحموض البحر الأبيض المتوسط .

ولا يقوم تصدير البصل المصرى على امتيازه بصفات خاصه تجعله مفضلا للاستهلاك على غيره

من أنواع البصل الأوروبى ، ولكن يرجع فضيله بصفه أساسيه لظهوره فى وقت لا تتوفر فيه هذه

الأصناف ويزود البصل المصرى الاسواق الأوربيه بحاجتها منه لعدده تتراوح بين شهرين وثلاثه أشهر

(مارس - مايو) حتى يظهر البصل الأوروبى الذى يتفوق على البصل المصرى ويحاصه بسبب قرب

مناطق انتاجه من الأسواق المستهلكه له .

ويمكن اجمال العوامل التى تؤثر فى حركة تصدير البصل المصرى فيما يلى :

أولاً : محصول البصل الهولندى : يؤثر محصول البصل الهولندى تأثيراً كبيراً فى الطلب

على البصل المصرى فى حاله كبر حجم محصوله اذ فى هذه الحاله يتمكن المصدرون الهولنديون من تزويد الأسواق الانجليزيه والألمانيه والفرنسيه والسويديه والنرويجيه لفته تزيد عن الفتره المعتاده (من سبتمبر - مارس) الأمر الذى يترتب عليه قلة الطلب على البصل المصرى فى موسم المعتاد . هذا ومن العوامل المعينه لمحصول البصل الهولندى على الاستمرار مده طويله بعد شهر مارس عرض المخزون منه فضلاً عن ضعف استهلاكه محلياً بسبب دفء الجو فى أشهر الشتاء فى كثير من السنين هذا وتتأثر اسعار البصل محلياً فى ج . ع . م . بزيادة حركة الصادرات عادة .

ثانياً : تاريخ ظهور محصول البصل الأسباني (١) . انداكبر المحصول الأسباني فى النضج

أسبوعين أو ثلاثه عن موعده المعتاد فى حاله ملائمه الظروف الجويه أدى ذلك الى قصر موسم تصدير محصول البصل فتزيد كميته الفائض منه فى داخل القطر وتنخفض اسعاره تبعاً لذلك .

ثالثاً : كميته المحصول الأمريكى وموعده نضجه (٢) : تؤثر زيادة محصول البصل الأمريكى

الى قلة الطلب على المحصول المصرى خاصة فى حاله تبكير النضج فى ولايه تكساس .

وتتوقف العوامل المؤثره السابقه على أثر الظروف الجويه فى موعده النضج للأبصال المنافسه

للبصل المصرى وما يترتب على ذلك من أثر فى الناتج وكلها عوامل يصعب التنبؤ بها ، لذلك كانت أسعار البصل فى مصر كثيره التقلب بدرجة كبيره الأمر الذى يترتب عليه دائماً عدم استقرار دخول المزارع .

هذا وقد جرت عادة زراع البصل على التخلص من محصولهم بالبيع فى بدايه الموسم أملاً فى

الاستفاده من ارتفاع الاسعار فى هذا الوقت غير أنه كثيراً ما كان يخيب ظنهم بسبب كثرة المعروض فى وقت واحد ، وبسبب عدم انتظام ورود البصل الى السوق طبقاً للطلب الفعلى للتصدير وهبوط السعر

(١) يظهر عادة فى شهر يونيو .

(٢) خاصة فى ولايه تكساس

عما يجب أن يكون عليه . وتتمثل ظاهره عدم انتظام ورود البصل الى السوق فى وصول بعض الرسائل مثلا فى مدى خمسة أو سبعة أيام من تاريخ الشحن من مناطق انتاجه فى الصعيد ، ووصول البعض الآخر بعد ثلاثة أسابيع من تاريخ الشحن مما يترتب عليه زياده نسبة التالف وعدم الصلاحيه للتصدير فتباع بضمن بخت للاستهلاك المحلى . هذا فضلا عما يتسم به تسويق البصل من عيوب منها عدم تماثل وحده التعامل فبينما يباع البصل فى بعض الجهات بالجوال فانه يباع فى جهات أخرى بالقنطار الكبير الذى يزن ٣٠٠ رطل وفى جهات ثالثة يتم البيع بالقنطار الصغير الذى يزن ١٠٠ رطل وهكذا . هذا فى حين أن النشرة الرسمية للأسعار الصادرة عن سوق القبارى تتم على أساس القنطار الذى يزن ١٠٠ رطل ، مما يترتب عليه عدم تماثل المعامله والاضرار بالمنتجين ، هذا ومما يعاب على نشره السوق الرسمية قصرها اذاعه الاسعار على الحديدين الأعلى والأدنى للسعر اليومى فقط مما يودى الى عدم افادة المنتج منها فى السوق المحليه للفتاوت الكبير بين حدى السعر المذاع .

ويخزن البصل المخصص للاستهلاك المحلى او للتقاوى او لانتاج البذور . فى مخازن هاويه ومظللله الى حد ما فوق أرضيه مفروشه بالرمل أو الطين المغطى بالقش أو العرش ويوضع البصل فوقها على هيئة كومات هرمية ثم يغطى بقش القمح أو الشعير .

هذا ويتم التخزين بعد اقتلاع البصل وقطع عروشه (الاوراق) ونسوره (الجذور) وتجفيفه فى الشمس لمدة ثلاثة أو أربعة أيام مع التقليب بين وقت وآخر . هذا وقد يخزن البصل دون قطع عروشه فيربط فى شكل حزم ويعلق على أحبال مشدودة للجدران او على أوتاد مثبتة فى حائط داخل المخزن ويحفظ بذلك مدة طويله بدون تلف ، غير أنه من الملاحظ أن الكمية التى تخزن بهذه الطريقة عادة ما تكون قليلة لكثرة نفقاتها واحتياجها الى اماكن متسعه .

اما عن فرز وتدرج البصل لأغراض التصدير فان ذلك يتم بتدرجه الى الثلاث رتب السالف الاشارة اليها وعادة مايسمح بالتجاوز عن المقاسات المذكوره فى البصل المتوسط والصغير فى حدود نسبه لا تزيد عن ٢٠ % كما يسمح بنسبه لا تتجاوز ١٠ % بالنسبه للبصل الكبير (الذى يزيد قطره على ٢ سم) .

هذا عن تسويق البصل حتى موسم ١٩٦٢/١٩٦١ أما في الموسم التالي وتنظيما لتسويق هذا المحصول وتلافيا للعيوب التي كانت تشوب تسويقه قررت لجنة الزراعة والري أن يتم تسويق البصل تعاونيا تحت اشراف كل من المؤسسه المصريه الاستهلاكيه العامه والمؤسسه المصريه العامه للتجاره . كما أنشأت وزاره الاقتصاد مكتب لتسويق وتصدير البصل حددت اختصاصاته على الوجه الآتى :-

- ١- العمل على تنميه وتسويق البصل فى الأسواق الخارجيه مسترشدا فى ذلك بنشرات الاسعار العالميه .
 - ٢- تبصير المصدرين بحاجه الأسواق الخارجيه وأحوال الانتاج فى الدول المنافسه .
 - ٣- تنسيق عمليات التصدير بين المصدرين منعا للتنافس فى السوق الواحد .
 - ٤- توجيه المصدرين الى مايساعد على الارتفاع بمستوى جوده السلع ويصون سمعه البلاد فى الخارج .
 - ٥- تنظيم عمليات الشحن بما يتمشى مع السوق الخارجى
 - ٦- دراسة العروض الخاصه بالتعاقد على عمليات التصدير وتوزيع الكميات المتعاقد عليها مع المصدرين وفقا لمكانياتهم مع وضع حد أدنى سواء بالنسبه للمصدر أو بالنسبه لكل سوق بما يتفق مع ظروف التسويق ويضمن التعاون على كسب الأسواق .
 - ٧- اقتراح مايتخذ بشأن المصدرين الذين يخالفون تعهداتهم الخاصه بالتصدير أو يتصفون بما يسيء الى سمعه السلع بالخارج .
 - ٨- اقتراح المواصفات الخاصه بالسلع والرقابه عليها بما يساعد على الارتفاع بمستواها واقتراح وسائل تحقيق ذلك .
- وقد قصد من هذه الاجراءات :

- ١- ضمان أسعار مجزيه للمنتج المحلي
- ٢- العمل على رفع مستوى البصل المصدر
- ٣- ضمان الحصول على أحسن الاسعار فى الأسواق الخارجيه
- ٤- الاحتفاظ بالأسواق التقليديه

رابعاً : تسويق الفاكهة

تحتل الحاصلات البستانيه - ومنها الفاكهة - مكانه ملحوظه فى الانتاج الزراعى بالجمهوريه العربيه المتحدہ نظرا لملاءمہ الظروف الجويه لكثير من أنواع الفاكهة والخضر وأصنافها . هذا وتعتبر الموالح اكثر انواع الفاكهة ملائمہ لظروف الانتاج فى الدج ٠ ع ٠ م ٠ وقد بلغت المساحه المنزعه منها ما يقرب من ٧٩٠٠٠ فدان أو ما يعادل ٥٧ % من جملة المساحه المنزعه بالفاكهه والبالغ قدرها ١٣٨٠٠٠ فدان وذلك عام ١٩٦٢ . وقد بلغ انتاج هذه المساحه فى نفس العام نحو ٤٣٠٠٠٠ طن .

وتمثل المساحه المنزعه بالبرتقال حوالى ٦٨ % من المساحه الكليه للموالح بينما تمثل مساحه اليوسفى ١٨ % ، والليمون المالح ١٣ % ، اما بقيه المساحه فمنزعه بأنواع أخرى من الموالح قليله الأهميه . ورغم أن جانبها لا بأس به من ثمار الموالح يصدر الى الدول الأوروبيه والعربيه الا أن معظم الانتاج يستهلك محليا طازجا أو مصنعا .

ويعتبر الموز ثانى حاصلات الفاكهة من حيث الأهميه . وتبلغ المساحه المنزعه به ما يقرب من ٨٤٠٠ فدان يصل انتاجها الى نحو ٦٦٠٠٠ طن سنويا .

وتبلغ المساحه المنزعه بأشجار المانجو نحو من ١٧٠٠٠ فدان يستهلك معظم محصولها محليا . أما العنب فالظروف الجويه تلائم تماما انتاجه وتبلغ المساحه المنزعه به ما يقرب من ٢١٠٠٠ فدان .

أما نخيل البلح فتتعد زراعته فى أماكن متفرقه من ساحل البحر الأبيض المتوسط حتى الحدود السودانيه ويبلغ عدد النخيل ٦ مليون نخله يصل انتاجها الى ما يقرب من ٣٧٠٠٠ طن سنويا ومعظم انتاجها من الأصناف الجافه والطريه التى يتم استهلاكها محليا .

وتحتل الموالح المركز الأول من حيث القيمه النقدية إذ تمثل قيمتها نحو من ٢٧ % من اجمالى القيمه النقدية للفاكهه البالغ قدرها ٢٦ مليون جنيه يخص البرتقال منها نحو ١٧ % واليوسفى

نحو من % أما بقيه القيمة فموزعه بين بقيه الأصناف .
ويكتف تسويق الفاكهه فى ج ° ع ° م ° العديد من الصعوبات لارتباط تسويقها بدرجته
ارتفاع مستوى دخول المستهلكين ، فضلا عن عدم توافر الكفايه الاداريه والفنيه لأغلب منتجى الفاكهه
حيث ينهون مهمتهم بيدى نضج الشمار ، وبيع الحدائق صفقه واحده بالكلاله ٠٠٠٠٠ الأمر الذى
يفوت عليهم فرصه التعرف على حقيقه انتاجهم وبالتالي يفوت عليهم الكثير من المزايا التى تعود على
التجار بالنفع .

وربما كان السبب فى التجاه المنتجين لهذه الطريقه راجع الى عدم قدرتهم على تحمل المسئوليات
المترتبه على حراسه حدائقهم وقطف ثمارها وما يستتبع ذلك من عمليات فرزها وتدرجها وتعبئتها فى
أقفاص أو صناديق ذات سعاه موحده تساعد على تقدير ثمن بيع الوحده على أساس ما يحويه كل منها
عددا وصنفا ورتبه . الأمر الذى يترتب عليه عدم معرفته بكميه انتاجه ورتبته على مر السنين وممن
ثم استنتاج العوامل التى تكثف خدمه الحدائق والعنايه بثمارها .

أن جميع العمليات التى ذكرناها يمكن اعتبارها وظائف انتاجيه فاذا لم يقم بها زارع الحديقه
أو صاحبها وطلب الى الغير ادائها ، فان التاجر المشتري للحديقه هو الذى يقوم عادة بذلك نيابه
عنه ، ولهذا يستحق التاجر عليها أجرا يستقطعه عدلا من ثمن ثمار الحديقه عند شرائها .

تسويق الموالح :-

يمكن تميز مرحلتين فى تسويق الموالح فى ج ° ع ° م ° المرحله الاولى : حيث يتم التسويق
على مستوى الحقل مبتدأ بشراء الحديقه وقطف ثمارها وتعبئتها وشحنها الى أسواق الجملة وهى خدمات
غالبا ما يقوم بها التاجر لا المنتج . أما المرحله الثانيه فتتطوى على تسويق المحصول فى أسواق الجملة
المحليه وأعضها سوقى الجملة بروض الفرج بالقاهره ، والنزهه بالاسكندريه .

التسويق على مستوى المزرعه :-

تبدأ المرحله التسويقيه بالاعلان عن بيع الحدائق (الموالح) فى شهر سبتمبر واکتوبر ، حيث
يقضن الاعلان بيانات عن مساحه الحديقه ، والأصناف المزرعه بها ، ومكان المزرعه وبعدها عن

طرق المواصلات والمدن الكبيرة وتاريخ جلسه المزاد ، وذلك بالنسبه للحدائق الكبيره الساحه نسبيا (اكثر من عشره أفدنه) . أما الحدائق الصغيره فيتم بيعها عادة بالمعارسه بين التجار المحليين بالمنطقه فيقوم التجار بمعايينه الحدائق عقب الاعلان عن بيعها لتقدير قيمتها وعادة ما يعتمدون في ذلك على التقدير الشخص لكيبه الحمل في الأشجار عاما بعد آخر .

ويتبع التجار وسائل عديده لتقدير محصول الحديقه ، منها حصر عدد الأشجار وتقدير متوسط محصول الشجره ثم تقدير المحصول الكلى . أو تقسيم الحديقه اقساما يختارون من كل قسم منها عدده أشجار تمثل حاله الاثمار وعلى أساسها يجرى تقدير المحصول ، أو أن يقدر التاجر حاله الاثمار بالحديقه بثلاث درجات تمثل كل منها عددا من الثمار لكل شجره ثم يجرى تصنيف أشجار الحديقه الى هذه الدرجات الثلاث ثم يقدر المحصول على أساس هذا الحصر الفعلى .

ويدخل في اعتبار التاجر المشتري عند تقدير ثمن الحديقه حاله الاثمار في الحدائق الأخرى تقدير لظروف العرض أثناء الموسم كما يدخل في ذلك ايضا حركه التصدير للخارج ، وأسعار الموسم الماض فضلا عن مراعاة حاله الامن بالمنطقه ، ودرجه الاصابه بالآفات ، ومدى قربها او بعدها عن طرق المواصلات السهله ، وتكاليف النقل الى الأسواق ، وامكانيه البيع المحلى بالمنطقه حيث يفضل التجار دائما بيع اكبر كميه ممكنه محليا تفاديا لجانب كبير من نفقات التعبئة والنقل والعموله والمصاريف المختلفه اللازمه للتصريف في أسواق الجملة .

ويتعام شراء الحديقه يتولى التجار جميع المسؤوليات المترتبه على حراستها وقطف ثمارها ، وما يعقب ذلك من عمليات فرزها وتدرجها وتعبئتها في أقماس . أو في صناديق ذات سعده موحده وفقا للعرف التجارى ليسهل تحديد الثمن على أساس ما يحتويه كل منها عددا وصنفا ورتبه .

وقد يكون التاجر المشتري مجرد تاجر حديقه يقوم بتسويق انتاجها بعد ذلك في سوق الجملة عن طريق أحد تجار الجملة بالسوق والذي يقوم بدوره بتسويقها لحسابه نظير عموله ، أو أن يكون له محل خاص به في سوق الجملة . وقد يكون التاجر مصدرا في الوقت نفسه فتجرى تعبئه الثمار بعد فرزها وتدرجها سوا بدويا أو في محطات التعبئة بغرض تصديرها لحسابه أو لحساب جهه أخرى يتعمد بالتوريد اليها .

ويجرى قطف الثمار على مرحلتين فتقطف الثمار أولاً في محيط الشجرة الخارجى حيث تكون الثمار أكثر نضجاً ثم تقطف الثمار الداخلى بعد ذلك عندما تبلغ درجة النضج المطلوبه . وعادة ما يقوم العمال (ومعظمهم غير مدربين) بجمع الثمار باليد أو عن طريق هز الشجرة وجمع ما يسقط منها فإذا كانت الثمار معدة للتصدير تستعمل مقصات القطف حيث تشترط قوانين رقابه الصادرات أن تكون الثمار مقطوعه بعنق فى مستوى سطح الشمره .

ثم تعبأ الثمار فى صناديق وترسل الى محطات التعبئة اذا كان التصدير سيتم عن طريقها ، اما اذا كانت الثمار سوف تسوق محلياً بالقرب من الحديقه أو فى أسواق الجملة المحليه ، فانها تعبأ بدون تدريج فى أقفاص من الجريد .

ويتم شحن الثمار ونقلها بواسطة السيارات وقد تستعمل أحياناً العربات التى تجرها الحيوانات اذا كانت الحديقه قريبه من أماكن التصريف .
ويعتبر إسويق الموالح على مستوى المزرعه فى صر عدة عيوب يمكن تلخيصها فيما يأتى :-

١- عدم قطف الثمار بالطريقه المثلى ، حيث يجرى القطف بجذب الثمار من الشجرة اما باليد أو بواسطة خطاف مركب فى قطعته من الخشب للثمار البعيده عن متناول العامل او بهز الا شجاره . وفى هذه الحاله تتعرض الثمار لكثير من الجروح والتشمس فتصبح بلا عنق مما يؤدى الى سرعه اتلافها .

٢- تخزين الثمار على الأشجار بالحدائق ليتم تصريفها بالتدريج ، وجمع ما يتساقط منها على الأرض يومياً تمهيداً لبيعها بالسعر السائد ، حيث يعتقد التجار فى امكان تخزين ثمار الموالح على أشجارها لمدته قد تمتد الى عام كامل وذلك دون اعتبار لما يعترى الثمار من تغيرات فيسيولوجيه قد تؤثر على صفاتها كما وأن قطف الثمار يؤدى الى تعطيل القيام بالخدمه اللازمه للأرض ، الامر الذى يؤدى الى انخفاض حملها فى السنه التاليه .

٣- عدم فرز الثمار بطريقه جديده فلا تستبعد سوى الثمار الظاهره العطب . أما الثمار المصابه باصابات غير واضحه فيجرى تعبئتها أيضاً مما يتسبب عنه وجود كثير من الثمار غير الصالحه للاستهلاك كالثمار المصابه بذبابه الفاكهه .

تسويق الموالح فى أسواق الجملة :

(التسويق بواسطة تجار الجملة)

يباع جانب كبير من انتاج الموالح يعادل نحو ٣٠ % من الانتاج الكلى فى أسواق الجملة وتتحصر هذه الأسواق فى سوق الجملة للخضر والفاكهة بروض الفرج فى القاهرة وسوق الجملة للخضر والفاكهة بالنزهة فى الإسكندرية .

وفى سوق روض الفرج يقوم بالبيع تجار الجملة الذين يستأجرون محال بالسوق وترسل الثمار الى تاجر الجملة الذى يتعاقد معه تاجر الحديقه على تصريف المحصول نظير عموله ، او أن يكون الجملة هو نفسه مشتري الحديقه فيقوم بتصريف الثمار لحسابه الخاص ، وفى أحوال قليله يكون التصريف لحساب المنتج نفسه مباشره . وترسل الثمار الى السوق بالسيارات معبأه فى أقفاص كبيره بعد فرزها آليا بالنسبه للحجم بحيث تختلف عبوه الاقفاص بالنسبه للحجم والعدد . ويتم البيع اما بالمزايدة أو بالممارسة أو بالشراء المباشر فى الوكاله . وتكون عموله التاجر بين ٥ % ، ٨ % من القيمة يدفعها البائع الذى يقوم التاجر بالتسويق لحسابه .

ويجرى البيع بالمزاد العلنى لكل قفص على حده وأحيانا على عدد من الأقفاص ، والدفنح أما أن يكون فورا بعد رسو المزاد مباشره أو مؤجلا . والمشترون فى المزاد هم عادة تجار التجزئه او الباعه . وفى حاله الشراء المباشر يدفع الثمن بالتسعييره الجبريه للجملة . ويقوم المشترون فى سوق الجملة بالشراء بهذه الاسعار عند قله الكميات الوارده الى السوق وارتفاع اسعار المزاد حتى تصل الى مستوى أسعار التسعييره الجبريه .

وفى الإسكندرية ، يتم تسويق الموالح فى سوق الجملة بالنزهة على أسس مماثله تماما لتلك التى يجرى عليها التعامل فى سوق القاهرة ، فيما عدا الاختلاف فى حجم العبوات المستعمله ان تعبأ الثمار فى الإسكندرية فى أقفاص صغيره .

ومن عيوب تسويق الموالح فى أسواق الجملة ما يأتى :-

١- عدم توفر المخازن الملائمة لتخزين الموالح لتنظيم عرضها ، مما يضطر معه التاجر الى بيع كل ما يورد اليه بالأسعار السائده دون انتظار . وهذا يؤدى الى قبوله هذه الأسعار التى تعكس ظروف العرض والطلب اليومى بالسوق .

٢- عدم توحيد سعه الأقفاص مما يجعل الرقابه على الأسعار متعذره . وبهين لتاجر الجملة فرصه للتلاعب بحقوق المنتج والمستهلك . فضلا عن أن كثرة الثمار فى القفص الواحد تساعد على ارتكاب الغش التجارى بوضع الثمار الجيده فقط فى الأماكن الظاهره الأمر الذى يمكن تلافيه بتوحيد عدد ثمار القفص ودرجتها .

٣- يعمد التجار عموما الى عدم تدرج الثمار قبل تعبئتها فى الأقفاص وذلك بوضع كميته من الثمار الكبيره الحجم جدا والتي يقل عددها عن الحد الأعلى لعدد الثمار المعين فى الكيلو جرام بكثير وتكملة القفص من الثمار صغيره الحجم جدا ، بحيث أنه اذا أجرى وزن ثمار القفص الواحد وعددها وجد أنه من الدرجه الأولى التى لا يزيد فيها عدد الثمار فى وحده الوزن عن حد معين طبقا لقوانين التسعير الجبرى . وفى هذا غش واضح حيث أن الثمار الكبيره الحجم جدا تكون غير مرغوبه الصفات خاصة فى أصناف البرتقال بسره والشموتى فضلا عن بيع جزء من ثمار الدرجه الثانيه على أنها من الدرجه الأولى .

التسويق التعاونى للفاكهه

تبدو مزايا التسويق التعاونى واضحه فى تسويق الفاكهه ، حيث أن أعباء التسويق باهظه التكاليف الى جانب صعوبات النقل والفرز والتدريج والتعبئه وعدم معرفه المنتجين بالمعلومات الكافيه عن حاله الأسواق وعدم توافر رؤوس الأموال الضروريه لديهم . يضاف الى ذلك أن المنافسه بين المشترين لا تلعب دورها كاملا فى كثير من الأحيان . وذلك راجع الى أن المشترى قد يتمتع بنوع من الاحتكار الفعلى ، كأن يكون المنتج مدينا للتاجر ، أو لأن نقل المحصول يتطلب ترتيبات خاصه مكلفه لا يستطيع القيام بها الا كبار التجار والشركات الكبيره . أى أن التسويق التعاونى يستهدف حصول المنتج على أسعار مجزيه لمحصوله ، وحصوله على أرباح الوسطاء ، وخفض التكاليف التسويقيه وتقليل نفقات الانتاج ، ويتوقف نجاحه على كفايه المنتجات واستمرارها ، وتوافر رأس المال اللازم للقيام باحتياجات العمليات التسويقيه .

وتعد الجمعية التعاونية الزراعيه المصريه للتوريد والتسليف بالاسكندريه أهم الجمعيات التسويقيه التي تعمل في مجال التسويق التعاوني للحاصلات في ج . ع . م . وقد تأسست هذه الجمعيه عام ١٩٢٩ برأس مال قدره ٢٧٠ وقامت بإنشاء سوق لتجاره الخضر والفاكهه بالجملة في باكوس . ويتولى الاشراف على التعامل بالسوق موظفو الجمعيه والوكلاء ويتم التعامل في السوق بأن يرسل أعضاء الجمعيه حاصلاتهم اليها حيث يقوم مندوبو الجمعيه بوزنها وبيعها ، وذلك مقابل عموله قدرها ٨ % تحصل لحساب الجمعيه التي تقوم بخصم جميع مصروفاتها من المبالغ المتحصله ، ويوزع الباقي عائدا على معاملات الأعضاء . وتقوم الجمعيه أيضا بتصريف حاصلات المنتجين من غير أعضائها مقابل عموله تتقاضاها لحسابها . وتمنح الجمعيه في نفس الوقت قروضا لأعضائها بدون فائده تسدد من أثمان الحاصلات التي تباع بسوق الجمعيه وقد بلغت قيمه الفاكهه المباعه في السوق عام ١٩٦٠ نحو ٨٢٩ ألف جنيه كما بلغت قيمه القروض المقدمه لمنتجي الفاكهه في نفس السنه نحو ٤٠٠ ألف جنيه . وقد قامت الجمعيه بتصدير كميات كبيره عن الموالح والموز لحساب أعضائها بلغت قيمتها عام ١٩٦٠ مثلا نحو ٢٥٠ الف جنيه .

وترجع أهم عوامل نجاح هذه الجمعيه الى وحده هدف أعضائها من المنتجين وهم منتجي الموز والفاكهه والى تركيز الانتاج من الفاكهه في مساحات كبيره نسبيا على عكس الحال في غير ذلك من المناطق .

تسويق الموز :

يشترى تاجر الجملة مزارع الموز باحدى طريقتين الأولى أن يشتري الحقل صفقه واحده (بالكلاله) بعد أن يقوم بمعاينته جميعه وتقدير ما فيه من ثمار بنفس الطريقه التي يتبعها مشتري حديقته الموالح ثم يقدر ثمنا معيناً للحقل جميعه . والثانيه أن يشتري بالوزن ، ووحده ذلك الالف كيلو جرام من الموز الأخضر فعندما تصل ثمار الموز الى مرحله النضج يتفق التاجر على الشراء بهذه الوحده . والألف كيلو جرام من الموز الأخضر تسلم ألف وربع بشرط أن تنظف السباط من جميع الكفوف الميته (العيوش) ويستأصل الجزء العلوى من محورها حتى الكفوف الأولى من أعلى (الشموخ) او يستأصل الجزء السفلى منها وهو (النواره) ومعها كف او اثنتين من الكفوف الميته . ثم توزن السباط بعد ذلك للتسليم . أما في حاله عدم تنظيف السباط والاقتصاص على استئصال الشموخ والنواره فتسلم الالف الف وثلث . ويتم هذا التجاوز في الوزن في مقابل ما ينتظر فقده من وزن السباط

بالجفاف خلال مدة التسويه .

وتختلف اسعار بيع الموز الأخضر اختلافا كبيرا تبعاً لكمية المعروض من أنواع الفاكهة الأخرى المزاحمة له في الأسواق . فترتفع الأسعار في شهرى نوفمبر وديسمبر وتنخفض في أشهر فبراير ومايو ويونيو .

ويقوم التاجر بتسويق الموز الأخضر بعد تسويته بالمزاد بين السويحة وتجار التجزئه ، وعادة ما يقوم بالبيع بنفسه مع تحصيل الثمن فوراً وهو في ذلك يختلف عن تسويق الموالح والمانجو حيث يقوم العهده بالمعاونه في عملية البيع .

تسويق العنب :-

تباع معظم حدائق العنب صفقه واحده (بالكلاله) ويقدر الراغب في شراء الحديقه ثمارها باختبار شجره من أشجار العنب تمثل متوسط حاله الأثمار في الحديقه ، ثم يحصى عدد العناقيد فيها ثم يقدر وزنها على أساس أن كل ثلاثه او أربعه عناقيد تزن كيلو جرام ، ثم يحسب انتاج الفدان من حديقه العنب بضرب كميته الثمار في هذه الشجره الممثله في عدد أشجار الفدان .

ويتطلب العنب نفقات في التسويق أكثر مما تتطلبه الموالح في تسويقها لأنه يحتاج الى دقه أكثر في عمليات القطف والفرز والتعبئه التي تستلزم تغطيه الأقفاص بالورق الشفاف او ورق الزبد لتقليل التلف الناشئ عن الاحتكاك بجدران الأقفاص أثناء نقله . وبيع العنب بالمزاد في سوق الجملة كالموالح ، الا أن تسويقه يمتاز عن تسويق الموالح بأن أقفاص تعبئته تكاد تكون متماثله السعه ، ويجرى بيعه على أساس الكيلو في تلك الأقفاص التي تختلف سعتها بين ١٠ الى ١٦ كيلو جرام .

تسويق المانجو :

تباع معظم حدائق المانجو أيضا صفقه واحده (بالكلا له) ، ويعتمد التاجر فـسـي
تقدير ثمن الحديقه على صنف المانجو وعدد الأشجار المشمره فيقوم التاجر في هذه الحاله بحصر
الأشجار حصرا فعليا في كل شجره على حده لعدم تماثل العدد الذي يزرع من أشجار المانجو
في الفدان الواحد ، اذ تزرع الأشجار على بعد سبعة أمتار أو ثمانية أمتار وأحيانا على بعد
١٠ أمتاره ، وبعد حصر الأشجار تقدر الثمار التي تحمّلها كل شجره ويعرف تاجر الحديقه محصولها
بنفس الطريقه التي يتبعها تاجر حديقه الموالح ، غير ان اتمام نضج المانجو يكون عادة في محال
تجار الجملة بالسوق فتعمل لها ارفف تفرش عليها الثمار حتى يتم نضجها ثم تعرض بعد ذلك فـسـي
(مشنات) تحتوي كل منها على عدد مختلف من الثمار ، ويجرى المزاد على كل مشنه على حده
بعد أن يذكر العدد الموجود بها وصفه ، ويستعان في تصريف المانجو أيضا بالعهد لضمن
تحصيل ما يتأخر دفعه عند المزاد ، ويكاد يكون نظام العهد متبعا في تصريف جميع أنواع الفاكهه
ما عدا الموز ، ويستغنى تاجر الجملة عن العهد اذا كان ذا عصبه يخش بأسها السريحه
فيقوم التاجر بوظيفه العهد وتحصيل حقوقه بنفسه .

خامساً : تسويق الخضمر

تعتبر الخضمر ذات أهميه اقتصاديه بالنسبه للاستهلاك المحلى سواء طازجة أو مصنعة كما تعتبر كذلك بالنسبه للتصدير. هذا وقد زادت المساحه المنزعه بالخضمر فى ج ٠ ع ٠ م من ٢٦١ ألف فدان عام ١٩٥٢ انتاجها ١٨٣٤ ألف طن الى ٦٠٨ ألف فدان عام ١٩٦٢ انتاجها ٤٣٧٨ ألف طن كما زاد الدخل القومى منها من ٢٩ مليون جنيه عام ١٩٥٩ الى ٤٢ مليون جنيه عام ١٩٦١ بزياده قدرها ٤٥% كما زاد متوسط الاستهلاك الفردى منها من ٨٥ كج عام ١٩٥٩ الى ١٠٠ كج عام ١٩٦٢

ويوضح الجدول التالى بعض هذه الحقائق :-

الانتاج الكلى		المساحه المزروعه		السنوات
الرقم القياسى	طن	الرقم القياسى	فدان	
١٠٠	١٨٣٤	١٠٠	٢٦١	١٩٥٢
١٨٧	٣٤٢٤	١٩٠	٤٩٦	١٩٦٠
١٩٥	٣٥٦٩	١٩٤	٥٠٧	١٩٦١
٢١٤	٣٩١٧	٢٠٥	٥٣٥	١٩٦٢
٢٣٦	٤٣٢٠	٢٢٤	٥٨٥	١٩٦٣
٢٣٩	٤٣٧٨	٢٣٣	٦٠٨	١٩٦٤

هذا ويكتنف تسويق الخضمر فى ج ٠ ع ٠ م بعض عقبات تجعل تسويقها فى دور بدائى لايساعد على الارتقاء بمستوى انتاجها. ولعل أهم هذه العقبات ارتفاع تكاليف عمليات الفرز والتدريج والتعبئه والنقل مما يترتب عليه ارتفاع سعر المستهلك لدرجه تحفز الغالبية منهم وهم اصحاب الدخول الصغيره على شراء حاجتهم منها من الوسطاء المتجولين الذين لايعنون بمثل هذه الخدمات التسويقيه مقابل دفع سعر قليل. ليس هذا فقط بل فان أصحاب الدخول الكبيره كذلك عاده مايركزون فى شراء حاجتهم منها للخدم والطباء، الأمر الذى أدى الى حرمان السوق جزئيا من كثير من الخدمات المراديه الى تحسين الرتب.

ومن المشاهد أن الأسعار التي تبيعها السوق في معظم الأحوال لا تمثل حقيقته الأسعار التي تم بها البيع إذ لا توجد في أغلب المحال سجلات رسميه لتقييد حساب العملاء والأسعار التي تم بها بيع الأنواع المختلفه من الخضو الوارده ، فقط يقتصر الأمر على مجرد التقييد في مفكره التاجر التي يحاسب بها المورد ثم يستغنى عنها بعد ذلك .

ولهذا فان السوق بنظامها القائم لا تحصى الموردين من سوء معامله بعض التجار ، فكثيرا ما يتم الحساب على كميات أقل وزنا مما ورده الزارع أو سعرا عما تم به البيع .

خامساً : تسويق الخضر

تعتبر الخضرات أهميه اقتصاديه بالنسبه للاستهلاك المحلى سواء طازجة أو مصنعة كما تعتبر كذلك بالنسبه للتصدير . هذا وقد زادت المساحه المنزرعه بالخضرفى ج . ع . م من ٢٦١ ألف فدان عام ١٩٥٢ انتاجها ١٨٣٤ ألف طن الى ٦٠٨ الف فدان عام ١٩٦٢ انتاجها ٤٣٧٨ الف طن كما زاد الدخل القومى منها من ٢٩ مليون جنيه عام ١٩٥٩ الى ٤٢ مليون جنيه عام ١٩٦١ بزياده قدرها ٤٥ % كما زاد متوسط الاستهلاك الفردى منها من ٨٥ كج عام ١٩٥٩ الى ١٠٠ كج عام ١٩٦٢

ويوضح الجدول التالى بعض هذه الحقائق :-

الانتاج الكلى		المساحه المزروعه		السنوات
الرقم القياسى	طن	الرقم القياسى	فدان	
١٠٠	١٨٣٤	١٠٠	٢٦١	١٩٥٢
١٨٢	٣٤٢٤	١٩٠	٤٩٦	١٩٦٠
١٩٥	٣٥٦٩	١٩٤	٥٠٢	١٩٦١
٢١٤	٣٩١٢	٢٠٥	٥٣٥	١٩٦٢
٢٣٦	٤٣٢٠	٢٢٤	٥٨٥	١٩٦٣
٢٣٩	٤٣٧٨	٢٣٣	٦٠٨	١٩٦٤

هذا ويكتنف تسويق الخضرفى ج . ع . م بعض عقبات تجعل تسويقها فى دور بدائى لايساعد على الارتقاء بمستوى انتاجها . ولعل أهم هذه العقبات ارتفاع تكاليف عمليات الفرز والتدريج والتعبئه والنقل مما يترتب عليه ارتفاع سعر المستهلك لدرجة تحفز الغالبية منهم وهم اصحاب الدخل الصغيره على شراء حاجتهم منها من الوسطاء المتجولين الذين لايعنون بمثل هذه الخدمات التسويقيه مقابل دفع سعر قليل . ليس هذا فقط بل فان أصحاب الدخل الكبيره كذلك عادة مايركزون فى شراء حاجتهم منها للخدم والطهاه الامر الذى أدى الى حرمان السوق جزئيا من كثير من الخدمات المؤديه الى تحسين الرتب .

ومن المشاهد أن الأسعار التي تذيئها السوق في معظم الأحوال لا تمثل حقيقة الأسعار التي تم بها البيع إذ لا توجد في أغلب المحال سجلات رسميه لتقييد حساب العملاء والأسعار التي تم بها بيع الأنواع المختلفه من الخضو الوارده ، فقط يقتصر الأمر على مجرد التقييد في مفكره التاجر التي يحاسب بها المورد ثم يستغنى عنها بعد ذلك .

ولهذا فان السوق بنظامها القائم لا تحصى الموردين من سوء معامله بعض التجار ، فكثيرا ما يتم الحساب على كميات أقل وزنا مما ورده الزارع أو سعرا عما تم به البيع .

خامساً : تسويق الخضمر

تعتبر الخضمر ذات أهمية اقتصادية بالنسبة للاستهلاك المحلي سواء طازجة أو مصنعة كما تعتبر كذلك بالنسبة للتصدير. هذا وقد زادت المساحة المنزرعة بالخضمر في ج . ع . م من ٢٦١ ألف فدان عام ١٩٥٢ انتاجها ١٨٣٤ ألف طن الى ٦٠٨ الف فدان عام ١٩٦٢ انتاجها ٤٣٧٨ الف طن كما زاد الدخل القومي منها من ٢٩ مليون جنيه عام ١٩٥٩ الى ٤٢ مليون جنيه عام ١٩٦١ بزيادة قدرها ٤٥% كما زاد متوسط الاستهلاك الفردي منها من ٨٥ كج عام ١٩٥٩ الى ١٠٠ كج عام ١٩٦٢

ويوضح الجدول التالي بعض هذه الحقائق :-

الانتاج الكلي		المساحة المزروعة		السنوات
الرقم القياسي	طن	الرقم القياسي	فدان	
١٠٠	١٨٣٤	١٠٠	٢٦١	١٩٥٢
١٨٧	٣٤٢٤	١٩٠	٤٩٦	١٩٦٠
١٩٥	٣٥٦٩	١٩٤	٥٠٧	١٩٦١
٢١٤	٣٩١٧	٢٠٥	٥٣٥	١٩٦٢
٢٣٦	٤٣٢٠	٢٢٤	٥٨٥	١٩٦٣
٢٣٩	٤٣٧٨	٢٣٣	٦٠٨	١٩٦٤

هذا ويكتنف تسويق الخضمر في ج . ع . م بعض عقبات تجعل تسويقها في دور بدائي لا يساعد على الارتقاء بمستوى انتاجها . ولعل أهم هذه العقبات ارتفاع تكاليف عمليات الفرز والتدريج والتعبئة والنقل مما يترتب عليه ارتفاع سعر المستهلك لدرجة تحفز الغالبية منهم وهم اصحاب الدخل الصغير على شراء حاجتهم منها من الوسطاء المتجولين الذين لا يعنون بمثل هذه الخدمات التسويقيه مقابل دفع سعر قليل ليس هذا فقط بل فان أصحاب الدخل الكبير كذلك عادة ما يركزون في شراء حاجتهم منها للخدم والطهاة الأمر الذي أدى الى حرمان السوق جزئيا من كثير من الخدمات المؤدية الى تحسين الرتب .

ومن المشاهد أن الأسعار التي تبيعها السوق في معظم الأحوال لا تمثل حقيقه الأسعار التي تم بها البيع إذ لا توجد في أغلب المحال سجلات رسميه لتقييم حساب العملاء والأسعار التي تم بها بيع الأنواع المختلفه من الخضو الوارده ، فقط يقتصر الأمر على مجرد التقييم في مفكره التاجر التي يحاسب بها المورد ثم يستغنى عنها بعد ذلك .

ولهذا فان السوق بنظامها القائم لا تحمي الموردين من سوء معامله بعض التجار ، فكثيرا ما يتم الحساب على كميات أقل وزنا مما ورده الزارع أو سعرا عما تم به البيع .

خامسا : تسويق الخضار

تعتبر الخضرات أهميه اقتصاديه بالنسبه للاستهلاك المحلى سواء طازجة أو مصنعة كما تعتبر كذلك بالنسبه للتصدير. هذا وقد زادت المساحه المنزعه بالخضار فى ج . ع . م من ٢٦١ الف فدان عام ١٩٥٢ انتاجها ١٨٣٤ ألف طن الى ٦٠٨ الف فدان عام ١٩٦٢ انتاجها ٤٣٧٨ الف طن كما زاد الدخل القومى منها من ٢٩ مليون جنيه عام ١٩٥٩ الى ٤٢ مليون جنيه عام ١٩٦١ بزياده قدرها ٤٥% كما زاد متوسط الاستهلاك الفردى منها من ٨٥ كج عام ١٩٥٩ الى ١٠٠ كج عام ١٩٦٢

ويوضح الجدول التالى بعض هذه الحقائق :-

الانتاج الكلى		المساحه المزروعه		السنوات
الرقم القياسى	طن	الرقم القياسى	فدان	
١٠٠	١٨٣٤	١٠٠	٢٦١	١٩٥٢
١٨٧	٣٤٢٤	١٩٠	٤٩٦	١٩٦٠
١٩٥	٣٥٦٩	١٩٤	٥٠٧	١٩٦١
٢١٤	٣٩١٧	٢٠٥	٥٣٥	١٩٦٢
٢٣٦	٤٣٢٠	٢٢٤	٥٨٥	١٩٦٣
٢٣٩	٤٣٧٨	٢٣٣	٦٠٨	١٩٦٤

هذا ويكتنف تسويق الخضار فى ج . ع . م بعض عقبات تجعل تسويقها فى دور بدائى لا يساعد على الارتقاء بمستوى انتاجها . ولعل أهم هذه العقبات ارتفاع تكاليف عمليات الفرز والتدريج والتعبئه والنقل مما يترتب عليه ارتفاع سعر المستهلك لدرجه محفز الغاليه منهم وهم اصحاب الدخل الصغيره على شراء حاجتهم منها من الوسطاء المتجولين الذين لا يعنون بمثل هذه الخدمات التسويقيه مقابل دفع سعر قليل ليس هذا فقط بل فان أصحاب الدخل الكبيره كذلك عاده ما يركزون فى شراء حاجتهم منها للخدمه والطهاه الامر الذى أدى الى حرمان السوق جزئيا من كثير من الخدمات المؤديه الى تحسين الرتب .

ومن المشاهد أن الأسعار التي تبيعها السوق في معظم الأحوال لا تمثل حقيقه الأسعار التي تم بها البيع إذ لا توجد في أغلب المحال سجلات رسميه لتقييم حساب العملاء والأسعار التي تم بها بيع الأنواع المختلفه من الخضو الوارده ، فقط يقتصر الأمر على مجرد التقييد في مفكره التاجر التي يحاسب بها المورد ثم يستغنى عنها بعد ذلك .

ولهذا فان السوق بنظامها القائم لا تحمي الموردين من سوء معامله بعض التجار ، فكثيرا ما يتم الحساب على كميات أقل وزنا مما ورده الزارع أو سعرا عما تم به البيع .

خامساً : تسويق الخضار

تعتبر الخضرات ذات أهميه اقتصاديه بالنسبه للاستهلاك المحلى سواء طازجة أو مصنعة كما تعتبر كذلك بالنسبه للتصدير. هذا وقد زادت المساحة المنزعه بالخضار في ج . ع . م من ٢٦١ ألف فدان عام ١٩٥٢ انتاجها ١٨٣٤ ألف طن الى ٦٠٨ الف فدان عام ١٩٦٢ انتاجها ٤٣٧٨ الف طن كما زاد الدخل القومى منها من ٢٩ مليون جنيه عام ١٩٥٩ الى ٤٢ مليون جنيه عام ١٩٦١ بزيادة قدرها ٤٥% كما زاد متوسط الاستهلاك الفردى منها من ٨٥ كج عام ١٩٥٩ الى ١٠٠ كج عام ١٩٦٢

ويوضح الجدول التالى بعض هذه الحقائق :-

الانتاج الكلى		المساحة المزروعه		السنوات
الرقم القياسى	طن	الرقم القياسى	فدان	
١٠٠	١٨٣٤	١٠٠	٢٦١	١٩٥٢
١٨٧	٣٤٢٤	١٩٠	٤٩٦	١٩٦٠
١٩٥	٣٥٦٩	١٩٤	٥٠٧	١٩٦١
٢١٤	٣٩١٧	٢٠٥	٥٣٥	١٩٦٢
٢٣٦	٤٣٢٠	٢٢٤	٥٨٥	١٩٦٣
٢٣٩	٤٣٧٨	٢٣٣	٦٠٨	١٩٦٤

هذا ويكتنف تسويق الخضار في ج . ع . م بعض عقبات تجعل تسويقها في دور بدائى لا يساعد على الارتقاء بمستوى انتاجها . ولعل أهم هذه العقبات ارتفاع تكاليف عمليات الفرز والتدريج والتعبئه والنقل مما يترتب عليه ارتفاع سعر المستهلك لدرجه تحفز الفالبيه منهم وهم اصحاب الدخل الصغيره على شراء حاجتهم منها من الوسطاء المتجولين الذين لا يعنون بمثل هذه الخدمات التسويقيه مقابل دفع سعر قليل ليس هذا فقط بل فان أصحاب الدخل الكبيره كذلك عاده ما يركزون في شراء حاجتهم منها للخدم والطهاه الامر الذى أدى الى حرمان السوق جزئيا من كثير من الخدمات المؤديه الى تحسين الرتب .

ومن المشاهد أن الأسعار التي تبيعها السوق في معظم الأحوال لا تمثل حقيقه الأسعار التي تم بها البيع إذ لا توجد في أغلب المحال سجلات رسميه لتقييم حساب العملاء والأسعار التي تم بها بيع الأنواع المختلفه من الخضر الوارده ، فقط يقتصر الأمر على مجرد التقييم في مفكره التاجر التي يحاسب بها المورد ثم يستغنى عنها بعد ذلك .

ولهذا فان السوق بنظامها القائم لا تحصى الموردين من سوء معامله بعض التجار ، فكثيرا ما يتم الحساب على كميات أقل وزنا مما ورد الزارع أو سعرا عما تم به البيع .

خامساً : تسويق الخضار

تعتبر الخضرات أهميه اقتصاديه بالنسبه للاستهلاك المحلى سواء طازجة أو مصنعة كما تعتبر كذلك بالنسبه للتصدير . هذا وقد زادت المساحه المنزوعه بالخضار فى ج . ع . م من ٢٦١ الف فدان عام ١٩٥٢ انتاجها ١٨٣٤ ألف طن الى ٦٠٨ الف فدان عام ١٩٦٢ انتاجها ٤٣٧٨ الف طن كما زاد الدخل القومى منها من ٢٩ مليون جنيه عام ١٩٥٩ الى ٤٢ مليون جنيه عام ١٩٦١ بزيادة قدرها ٤٥ % كما زاد متوسط الاستهلاك الفردى منها من ٨٥ كج عام ١٩٥٩ الى ١٠٠ كج عام ١٩٦٢

ويوضح الجدول التالى بعض هذه الحقائق :-

الانتاج الكلى		المساحه المزروعه		السنوات
الرقم القياسى	طن	الرقم القياسى	فدان	
١٠٠	١٨٣٤	١٠٠	٢٦١	١٩٥٢
١٨٧	٣٤٢٤	١٩٠	٤٩٦	١٩٦٠
١٩٥	٣٥٦٩	١٩٤	٥٠٧	١٩٦١
٢١٤	٣٩١٧	٢٠٥	٥٣٥	١٩٦٢
٢٣٦	٤٣٢٠	٢٢٤	٥٨٥	١٩٦٣
٢٣٩	٤٣٧٨	٢٣٣	٦٠٨	١٩٦٤

هذا ويكتنف تسويق الخضار فى ج . ع . م بعض عقبات تجعل تسويقها فى دور بدائى لا يساعد على الارتقاء بمستوى انتاجها . ولعل أهم هذه العقبات ارتفاع تكاليف عمليات الفرز والتدريج والتعبئه والنقل مما يترتب عليه ارتفاع سعر المستهلك لدرجه تحفز الفالبيه منهم وهم اصحاب الدخل الصغيره على شراء حاجتهم منها من الوسطاء المتجولين الذين لا يعنون بمثل هذه الخدمات التسويقيه مقابل دفع سعر قليل ليس هذا فقط بل فان أصحاب الدخل الكبيره كذلك عاده ما يركنون فى شراء حاجتهم منها للخدم والطهاه الامر الذى أدى الى حرمان السوق جزئيا من كثير من الخدمات المؤديه الى تحسين الرتب .

ومن المشاهد أن الأسعار التي تديعها السوق في معظم الأحوال لا تمثل حقيقه الأسعار التي تم بها البيع إذ لا توجد في أغلب المحال سجلات رسميه لتقييم حساب العملاء والأسعار التي تم بها بيع الأنواع المختلفه من الخضراوات ، فقط يقتصر الأمر على مجرد التقييد في مفكره التاجر التي يحاسب بها المورد ثم يستغنى عنها بعد ذلك .

ولهذا فان السوق بنظامها القائم لا تحصى الموردين من سوء معامله بعض التجار ، فكثيرا ما يتم الحساب على كميات أقل وزنا مما ورده الزارع أو سعرا عما تم به البيع .

خامساً : تسويق الخضار

تعتبر الخضرات أهميه اقتصاديه بالنسبه للاستهلاك المحلى سواء طازجة أو مصنعة كما تعتبر كذلك بالنسبه للتصدير. هذا وقد زادت المساحه المنزعه بالخضرفى ج . ع . م من ٢٦١ ألف فدان عام ١٩٥٢ انتاجها ١٨٣٤ ألف طن الى ٦٠٨ الف فدان عام ١٩٦٢ انتاجها ٤٣٧٨ الف طن كما زاد الدخل القومى منها من ٢٩ مليون جنيه عام ١٩٥٩ الى ٤٢ مليون جنيه عام ١٩٦١ بزياده قدرها ٤٥% كما زاد متوسط الاستهلاك الفردى منها من ٨٥ كج عام ١٩٥٩ الى ١٠٠ كج عام ١٩٦٢

ويوضح الجدول التالى بعض هذه الحقائق :-

الانتاج الكلى		المساحه المزروعه		السنوات
الرقم القياسى	طن	الرقم القياسى	فدان	
١٠٠	١٨٣٤	١٠٠	٢٦١	١٩٥٢
١٨٧	٣٤٢٤	١٩٠	٤٩٦	١٩٦٠
١٩٥	٣٥٦٩	١٩٤	٥٠٧	١٩٦١
٢١٤	٣٩١٧	٢٠٥	٥٣٥	١٩٦٢
٢٣٦	٤٣٢٠	٢٢٤	٥٨٥	١٩٦٣
٢٣٩	٤٣٧٨	٢٣٣	٦٠٨	١٩٦٤

هذا ويكتنف تسويق الخضرفى ج . ع . م بعض عقبات تجعل تسويقها فى دور بدائى لايساعد على الارتقاء بمستوى انتاجها . ولعل أهم هذه العقبات ارتفاع تكاليف عمليات الفرز والتدريج والتعبئه والنقل مما يترتب عليه ارتفاع سعر المستهلك لدرجة تحفز الغالبية منهم وهم اصحاب الدخل الصغير على شراء حاجتهم منها من الوسطاء المتجولين الذين لايعنون بمثل هذه الخدمات التسويقيه مقابل دفع سعر قليل ليس هذا فقط بل فان أصحاب الدخل الكبيره كذلك عادة مايركزون فى شراء حاجتهم منها للخدم والطهاه، الامر الذى أدى الى حرمان السوق جزئيا من كثير من الخدمات الموده الى تحسين الرتب .

الطرق المتبعة في تسويق الخضر :

يتم تصريف الخضر في المدن الكبرى كالقاهرة والاسكندرية اما بطريق مباشر بواسطة صغار المنتجين أو عن طريق أسواق الجملة .

١- فأما صغار المنتجين خاصة في المناطق القريه من القاهره والاسكندريه فيقومون بأنفسهم بتسويق انتاجهم أثناء تجولهم داخل المدينتين وعاده ما يحقق هو له أرباحه أكثر من غيرهم بسبب صغر الكميات التي يعرضونها وقله نسبه التالف فيها . ولهذا السبب فقد توفرت لديهم القدره على مناقسه تجار التجزئه في هذا المجال .

٢- أما بالنسبه للكميات الكبيره من محاصيل الخضر والتي يتم انتاجها عاده في المناطق البعيده نسبيا عن سوق الجملة فيتم تسويقها عن طريق هذه السوق بعد نقلها بواسطة العربات أو بالسيارات والسكه الحديد كما هو الحال بالنسبه للطماطم والملوخيه والباويه الوارده من الصعيد

وتعبأ بعض أنواع الخضر كالطماطم والملوخيه والباويه الوارده من الصعيد بالسكه الحديده في أقفاص صغيره زنه الواحد منها من ٨ - ١٠ كج فاذا نقلت الطماطم بالسيارات فان سعته الاقفاص تكون عاده اكبر نسبيا حيث يتراوح وزنها بين ١٦ - ٢٠ كج أما الباويه والخرشوف والبقول الاخضر والقرع الكوسه فيتم نقلها في جثب زنه كل منها ٣٠ كج . وقد يرد البقول الاخضر والفاصوليا والبسله وغيرها من محاصيل الخضر الصغيره الحجم في زكائب . أما البطاطس فينقل في أجوله زنه كل منها من ١٦ - ٢٠ كج .

وبياع الخرشوف والكوسه والكرنب والقنبيط بالمائه وبياع البانجان والباويه والبقول الاخضر والملوخيه والفاصوليا والبسله واللوبياء والقلقاس والبطاطا والبطاطس بالكيلو . وبياع الخس بالجنه (وهي عشر وحدات) وبياع الكرفس بالحزمه (وهي ١٢ رأس) وبياع الشبت والمقدونس بالحزمه .

طريقه البيع :-

يتم البيع في سوق الجملة في الفتره بين طلوع الفجر والساعه الثامنه صباحا حيث يبلغ النشاط ذروته في هذه الفتره ثم تقل حركه السوق بعد ذلك وتأخذ الاسعار في الانخفاض لقله الطلب في غير هذه الفتره .

وتوجد فى أسواق الجملة عدده محال يمكن تأجيرها للزراع الذين يرغبون فى تسويق حاصلاتهم بأنفسهم وكذلك تجار الجملة الذين يشترون الخضراوات لحسابهم على ذمه اعادته بيعها للغير أو بيع الخضراوات التى ترد الى محالهم بالعموله لحساب الزراع الموردين لها . والوظيفه الاخيره هى السائده فى السوق ويكاد يكون البيع لحساب الغير بالعموله هو السائد فى تسويق الخضراوات .

ويجرى البيع بطريق الممارسه ويستتير التاجر فى ذلك بالاسعار التى جرى عليها التعامل فى اليوم السابق وكمية الوارد الى السوق والمعروض منها للبيع ويقوم تاجر العموله ببيع ما يرسل اليه من الخضراوات بالثمن الجارى دون حق للمورد فى الاعتراض عليه مادام حاضرا اثناء الممارسه .

وقد يبيع التاجر بالعموله الى وسيط بينه وبين تاجر التجزئه (الخضرى) ويشترى هذا العميل بنفس السعر الذى يشتري به تاجر التجزئه ولكن يصرح له بسماع فى الوزن يتراوح بين ٥% ، ٨% ، ٧% ، ١٠% ، ويسمى هذا الوسيط فى اللغة الدارجة (بالقماط) . وهو يشتري من تاجر الجملة وبيعه فى السوق نفسها فهو يساعد بذلك على سرعه تصريف الكميه الكبيره التى ترد اليه خصوصا وأن للقماط عملاء تعودوا على الشراء منه .
كما وأن لتاجر الجملة عملاء من تجار التجزئه .

وتختلف قيمه العموله التى يتقاضاها التاجر الموزع فى السوق باختلاف العملاء الذين يبيع لحسابهم وبحسب الاصناف التى يقوم بتصريفها . فتقل نسبة العموله اذا كان العميل زارعا كبيرا أو زارعا صغيرا معروفا لتاجر الجملة يحسن تعامله . وتزيد نسبة العموله اذا كان العميل زارعا صغيرا معتمدا على تمويل تاجر العموله فى انتاج محصوله وعاده ما يهدف التاجر من قيامه بتمويل الزارع الى ضمان تسويق محصوله وحصوله علاوة على فائده السلفه - على عموله البيع التى تصل فى هذه الحاله حدها الاعلى الذى يقرب من ١٠% أو أكثر .

وتختلف العموله ايضا باختلاف أنواع الخضراوات فى البطاطس تتراوح بين ٤% - ٥% وفى القلقاس ٥% وفى بقية الخضراوات ٨% - ١٠% .

ويجرى البيع فى السوق على أساس الكميات دون أيه مراعاة للمصفات فالمشترى سواء كان تاجر التجزئه أو الوسيط (القماط) يعلم أن ما يشتريه هو خليط من الجيد والردي .

ومن المشاهد أن الأسعار التي تديعها السوق في معظم الأحوال لا تمثل حقيقة الأسعار التي تم بها البيع إذ لا توجد في أغلب المحال سجلات رسمية لتقييم حساب العملاء والأسعار التي تم بها بيع الأنواع المختلفة من الخضار الواردة ، فقط يقتصر الأمر على مجرد التقييم في مفكره التاجر التي يحاسب بها المورد ثم يستغنى عنها بعد ذلك .

ولهذا فإن السوق بنظامها القائم لا تحصى الموردين من سوء معاملته بعض التجار ، فكثيرا ما يتم الحساب على كميات أقل وزنا مما ورده الزارع أو سعرا عما تم به البيع .

سادسا : تسويق الأنتجه الحيوانيه

تشمل الأنتجه الحيوانيه اللحوم والألبان والبيض والصفوف وعسل النحل وغير ذلك من الأنتجه الثانويه غير أنه بالنسبه لتسويق هذه الأنتجه فان الشرح سيتناول فقط اللحوم والألبان والبيض باعتبارها أكثر هذه الأنتجه أهميه .

أ - تسويق اللحوم

تعتمد الجمهوريه العربيه المتحده فى انتاجها من اللحوم على فصيلى الأبقار والجاموس التى تزود البلاد بنحو ٢٠% من جملته الانتاج المحلى والأغنام والماعز والجمال التى تزودها ببقية النسبه . ورغم أن الثروه الحيوانيه فى ج . ع . م . قد تزايدت فى السنوات الأخيره إلا أن الزياده لم تساير الزياده فى الاستهلاك الأمر الذى ترتب عليه ضروره تغطيه العجز عن طريق استيراد المواشى الحيه واللحوم المثلجه والدواجن من الخارج . ولهذا السبب استوردت البلاد من المواشى ما وزنه ١٥٠ مليون كيلو جرام وقيمه ٥٠ مليون جنيه عام ١٩٥٦ ، وما وزنه ٢٥٠ مليون كيلو جرام وقيمه ٩٠ مليون جنيه عام ١٩٦٠ ، كما بلغ المستورد من اللحوم المثلجه ما وزنه ٢٣ مليون كيلو جرام وقيمه ٣٠ مليون جنيه عام ١٩٥٦ ، وما وزنه ١٠٠ مليون كيلو جرام وقيمه ٣٠ مليون جنيه عام ١٩٦٠ . هذا فضلا عن لحوم الدواجن التى بلغ المستورد منها ٤٩٢ ألف كج عام ١٩٥٩ ، ١٠٤٤ ألف كج عام ١٩٦٤ .

لقد كان في ذلك يوم من أيام...

... في ذلك اليوم...

... في ذلك اليوم...

... في ذلك اليوم...

... (1) ...

... (2) ...

... في ذلك اليوم...

... في ذلك اليوم...

... في ذلك اليوم...

... في ذلك اليوم...

... في ذلك اليوم...

... في ذلك اليوم...

... في ذلك اليوم...

... في ذلك اليوم...

... في ذلك اليوم...

... في ذلك اليوم...

... في ذلك اليوم...

... في ذلك اليوم...

... في ذلك اليوم...

... في ذلك اليوم...

... في ذلك اليوم...

... في ذلك اليوم...

... في ذلك اليوم...

... في ذلك اليوم...

أما البيع بالمزاد العلني فعادة ما يتم في مواسم معينة من السنة وعلى عدد كبير من الحيوانات التي يكون قد سبق اعدادها لهذا الغرض حيث يجري المزاد في مكان معد لهذه المناسبة وقد جرت عادة المربين في هذه البلاد على طبع دليل للحيوانات التي ستحصل المزايدة عليها وتوزيعه قبل الموعد المحدد بوقت كاف . وعادة ما يتضمن هذا الدليل جميع المعلومات التي تهتم المشتري كاسم المربي وأسماء الحيوانات وأوصافها وتاريخ ميلاد كل منها ونسبه وبذلك يكون المشتري على درايه كافيته بالمعروض حتى اذا عاين هذه الحيوانات كان الدليل خير مرشد له في التعرف على الحيوانات .

هذا وتعتبر البيانات الواردة في الدليل محل ثقة المشتري نتيجة لتحرى الذقة فيها واشراف المكتب التنفيذي للأنواع على طبعها .

وفي التاريخ المحدد للمزاد يجتمع الراغبون في الشراء وتتم المزايدة بطريقه عنيه حتى اذا رسا المزاد على مشتر تمت الصفقه الا اذا رأى صاحب الحيوان أن الثمن غير مناسب فانه في هذه الحاله يرفض البيع اما المشتري الذي زايد على السعر فملزم بحكم القانون بالسعر الذي عرض الشراء به .

ومن النقاط الهامه الواجب مراعاتها عند شراء الحيوانات ما يأتي :-

- ١- أن يكون الزارع على بينه تامه بنوع الحيوان الراغب في شرائه والنمط المطلوب والعدد من كل نوع قبل الاقدام على المزايدة حتى لا يقع فريسه للبائعين والوسطاء واغرائهم .
- ٢- أن يكون على بينه بالأسعار على وجه من التقريب قبل الدخول في المزاد . ولعل أفضل الطرق لتحقيق هذا الغرض الاستئناس برأى ذوي التجربه الذين لامصلحة لهم في الشراء .
- ٣- أن يتحقق من حسن سمعه البائع .
- ٤- أن يستعين الزارع في الشراء برأى ذوي الخبرة الفنيه في تربيته الحيوانات .
- ٥- أن يتأكد من سلامه القطيع قبل الشراء من الناحيه الصحيه .
- ٦- أن يضع نصب عينيه شراء الحيوانات الممتازه فخير للزراع اقتناء عدد قليل ممتاز من

الحيوانات من عدد كبير ردى الصفات لما يستدعيه رفع انتاجيتها من مجهود قد لا يكون مضمون النتائج
٧- أن يقوم بعزل الحيوانات بعد الشراء بعيدا عن قطيعه الاصلى للتأكد من سلامتها .

ولاعداد الحيوان للبيع يجب :

أن يتم الاعداد قبل عرض الحيوان للبيع بوقت كاف لاظهاره بمظهر حسن وقت البيع لما فى ذلك من
تأثير على ثمن الشراء وعلى سمعه مربي القطيع . ولعل أهم الخطوات فى سبيل تحقيق هذا الغرض
تتلخص فيما يأتى :

١- تغذية الحيوان بالغذاء الملائم الذى يجعل الحيوان فى خاله جيدة عند البيع
بحيث يكسوه اللحم اذا كان معروضا للذبح ويظهره بالمظهر المناسب اذا كان معروض للبيع للتربيه
على أن تبدأ تغذية الحيوان قبل البيع بفترة تتراوح بين ٢ - ٤ شهور تبعا لنوع الحيوان .

٢- العناية برياضه الحيوان لما لذلك من أثر على تكوينه ومظهره .

٣- العناية بنظافه الحيوان لما لذلك من اثر على صحته ومظهره .

٤- العمل على اظهار الحيوان بمظهر جذاب بقص شعره وتقليم حوافره وتنظيفه
قبل العرض بمدة قصيرة .

ويتم تسويق الحيوانات فى ج . ع . م . سوا . بالنسبه للحيوانات المصريه او الاجنبيه على
الوجه التالى .

فأما بالنسبه للحيوانات المصريه - وتمثل أغلب الحيوانات التى تدخل السوق - فعاده ماتباع
وتشترى اما للتربيه فى المزارع من أجل العمل او انتاج اللبن او غير ذلك من وسائل الاستغلال وعاده
ما يتم بيعها بطريق الممارسه وخاصه بين كبار الزراع الذين يميلون عاده للحصول على الحيوانات
العمتازه ذات الصالحات الشكليه بجانب المنافع الاستغلاليه الاخرى .

اما صفار الزراع ومتوسطيهم فيشترى ويبيعون حيواناتهم عاده من الأسواق الريفيه التى تتعد
اسبوعيا فى ايام معينه ضمانا للحصول على الحيوانات بالاسعار الحقيقيه . ويتم التعامل فى الحيوانات
داخل هذه الأسواق اما بطريق مباشر بين البائع والمشتري واما بطريق غير مباشر على أيدى الوسطاء
وهى الطريقه الغالبه مقابل عموله معينه .

هذا وغالبا ما يتخصص وسطاء تسويق الحيوانات فى نوع معين من الحيوانات كالجاموس أو الأبقار مثلا كما لا يقصرون أداء مهنتهم على سوق معين بذاته بل عادة ما يتجولون فى الأسواق المختلفه لمزاولة مهنتهم . هذا والى جانب هؤلاء الوسطاء عادة ما يوجد الجاسون المتخصصون فى التعرف على حمل الحيوان والقصاصون وغيرهم .

وتشتهر بعض الأسواق المصريه بالتعامل فى انواع معينه من الحيوانات فأسواق طنطا وسمنود تشتهر بالجاموس ويعتبر سوق شين الكوم ذو شهره خاصه فى الماشيه البلديه والأغنام كما يشتهر سوق الجيزه بالجاموس الصميدى والعواشى المسمنه وسوق امبابه بجاموس اللبن ، اما أسواق ابوتيج والأقصر فليها شهره خاصه فى حيوانات الركوب .

هذا ومما يعيب تسويق الحيوانات فى ج . ع . م عدم وجود سجلات مضبوطه ومعتمده من هيئات مسئوله يمكن الاعتماد عليها فى شراء الحيوان وكذلك ميل كثير من الباعين والوسطاء الى اخفاء الحقائق عن المشترين ومحاولة تضليلهم بكل الوسائل الممكنه فاذا لم يكن المتعاملون معهم على درجه من الخبرة كان خداعهم من أسهل الامور .

وحمايه لمشتري الحيوانات فى ج . ع . م من الوقوع فريسه للوسطاء يحسن بالمشتريين الاسترشاد بمعظم القواعد المعمول بها فى البلاد الأجنبيه السالف الاشاره اليها بالاضافه الى ضروره اختبار حيوانات اللبن قبل شرائها لمدته اسبوع مثلا للتعرف على كميته الادرار ونسبه الدهن وخلو الحيوان من المرض والتحقق من عمره . اما بالنسبه لبقية انواع الحيوانات فيجب على المشتري أن يتحقق من مدى انطباق مواصفاتها على النموذج المطلوب ما يمكن .

هذا وقد فكر المسئولون فى تنفيذ مشروع للتسويق التعاونى للحوم عملا على زيادة دخل الزراع وتوفير مزيد من اللحم للمستهلكين .

وقد سار هذا المشروع نحو التنفيذ في ثلاث اتجاهات :-

(أ) قيام الجمعيات التعاونيه الزراعيه في بعض المحافظات بتسمين ١٦ ألف رأس من العجول على البرسيم خلال موسم ١٩٦٥/١٩٦٦ .

ولتحقيق هذا الهدف تم اتخاذ الخطوات الآتية :-

١- قامت اجهزه الحكم المحلى بالمحافظات بتزويد الجمعيات التعاونيه الزراعيه التي تم اختيارها على أساس درايه الأعضاء بعمليات التسمين وتوفر فائض البرسيم الذى يسمح بالتربيه بالعدد المناسب من العجول الذى قامت بشرائه من الأسواق بعد توصيف هذه العجول وترقيمها والتأمين عليها وتسجيلها بسجلات الجمعيه .

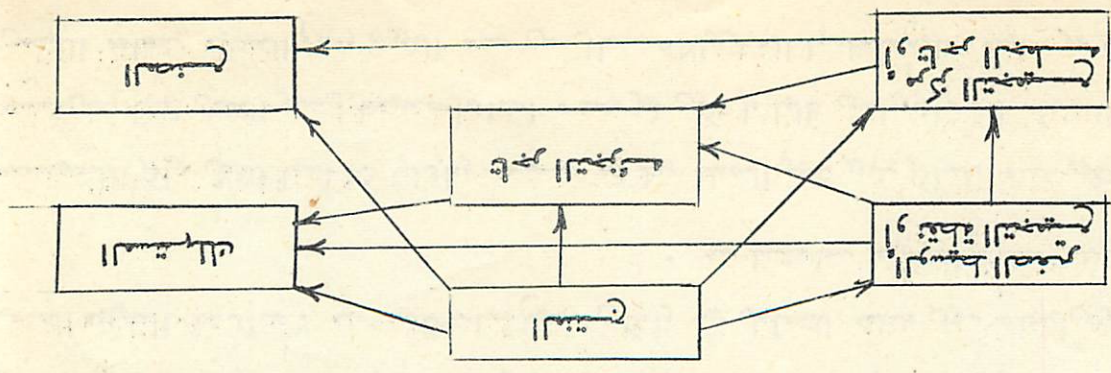
٢- قامت مؤسسات الائتمان الزراعى بالمحافظات بتمويل المشروع سواء بالنسبه لشراء العجول او الاعلاف او غير ذلك بعد موافقه المحافظات وضمن المؤسسه التعاونيه الزراعيه العامه .

٣- تقوم اجهزه الحكم المحلى بالمحافظات بمتابعه تنفيذ المشروع وتقوم مؤسسه الائتمان بالمحافظه باستلام العجول بعد التسمين وبيعها بعد أن يصل سن العجول سنتين على الأقل او يصل وزنها ٢٧٠ كيلو جراما مع سداد الثمن للزراع العريين فورا بعد خصم القروض المستحقه .

٤- اعطيت الجمعيات التعاونيه الاستهلاكيه بالمحافظات اولويه الحصول على عجول التسمين هذه يليها فى ذلك الجمعيه التعاونيه الاستهلاكيه لمحافظه القاهره ثم السوق المحلى بكل محافظه .

(ب) قيام الجمعيات التعاونيه الزراعيه العامه (المشتركة) بالمحافظات وعددها ١١ جمعيه بتسمين ٣٣ الف رأس بواقع ٣٠٠٠ لكل جمعيه فى دورتين أثناء العام على أن يتم التسمين جماعيا فى حلقات الجمعيات او الاصلاح الزراعى بواسطه العليقه الجافه مع اشراف اجهزه الحكم المحلى بالمحافظات على المشروع . هذا ويتم تمويل المشروع عن طريق مؤسسات الائتمان الزراعى وضمن المؤسسه التعاونيه الزراعيه العامه .

(ج) قيام الجمعيات التعاونيه المتخصصه فى تربيه الحيوان بتسمين العجول وفعلا قامت هذه الجمعيات وعددها ٢٨ بتسمين نحو من ١٩٢٢ و ١٩ رأسا من الماشيه عام ١٩٦٥ . ليس هذا فقط بل اتجه المسئولون الى زياده عدد هذا النوع من الجمعيات الى ٤٨ جمعيه تقوم كل منها بتسمين ٦٠٠ رأس سنويا على أن يتم ذلك خلال عام ١٩٦٥/١٩٦٦ .



الاصحاح الثاني عشر :
 في بيان ما جرى عليه من احوالهم في ذلك الزمان
 من احوالهم في ذلك الزمان من احوالهم في ذلك الزمان
 من احوالهم في ذلك الزمان من احوالهم في ذلك الزمان

الاصحاح الثالث عشر :
 في بيان ما جرى عليه من احوالهم في ذلك الزمان
 من احوالهم في ذلك الزمان من احوالهم في ذلك الزمان
 من احوالهم في ذلك الزمان من احوالهم في ذلك الزمان

الاصحاح الرابع عشر :
 في بيان ما جرى عليه من احوالهم في ذلك الزمان
 من احوالهم في ذلك الزمان من احوالهم في ذلك الزمان
 من احوالهم في ذلك الزمان من احوالهم في ذلك الزمان

الاصحاح الخامس عشر :
 في بيان ما جرى عليه من احوالهم في ذلك الزمان
 من احوالهم في ذلك الزمان من احوالهم في ذلك الزمان
 من احوالهم في ذلك الزمان من احوالهم في ذلك الزمان

في بيان ما جرى عليه من احوالهم في ذلك الزمان

وفيم يلي توضيح لدور كل من هو "لا الوسطا" :-

الوسيط الصغير :

يقوم هذا الوسيط بجمع اللبن من صغار المنتجين الذين يتعذر عليهم تسويق منتجاتهم مباشرة لضآله كميته ما ينتجون فيوفر بذلك وقت المنتج ويسهل له التعامل مع مراكز التجميع او تجار الجملة أو تجار التجزئه والصانع هذا فضلا عن أنه قد يقوم بتمويل المنتج بحاجته من السلف النقدية التي تعينه على شراء الماشية او العلف على أن يستوفى قيمه السلفه وفوائدها من قيمه ما يتسلمه من البان .

مراكز التجميع :

يتم في هذه المراكز تجميع اللبن من المنتجين وصغار الوسطا وحتى وقت قريب كانت مراكز التجميع ملك للأهالى غير أن الاتجاه الحديث يهدف الى اخضاعها لنظام تعاونى لضمان سلامته التسويق واستخدام طريقه الوزن بدلا من الكيل السائد استخدامه فى الوقت الحاضر واستخدام نسبه الدهن أساسا لتقدير الثمن حتى لا يفبن المنتجون ويتمكنوا من الحصول على الثمن العادل لألبانهم طبقا لكميته الفعلية ودرجه جودته .

تاجر الجملة :

يحصل تاجر الجملة على اللبن اما من مراكز التجميع التى قد يكون هو صاحبها او من الوسطا او من كبار المنتجين والتجار ويتعامل مع تلك المصادر على أساس كميته اللبن مقدره بالوزن او الحجم وكذلك على أساس نسبه الدهن باللبن .

مراكز تجميع وتبريد اللبن :

قامت بعض الهيئات والمؤسسات الحكومية فى السنوات الأخيرة بإنشاء مراكز لتجميع وتبريد اللبن بغرض ايجاد سوق منظمه للتعامل فيه وأمكان تجميع كميات كافية منه لاعدادها بالطريقه الصحيحه وأمكان تزويد المصانع المركزيه بحاجتها منه .

وتقوم هذه المراكز بدور تاجر الجملة بطريقه صحيحه وعادله كما أنها تفضل مراكز التجميع الحاليه المملوكه للأفراد والتي غالبا ما تكون غير معده اعدادا صحيحا ويسير العمل فيها بطريقه اجتهادية غير سليمه طابع معظمها الغش والاهمال من جهه المورد وعدم العناية بنظافه اللبن .

وغشه بالماء او بنزع الدسم ، وبخس الشمن من جهه المشتري ومغالطه المورد في الكيل أو عند الكيل على أساس نسبة الدهن في اللبن . وتهدف مراكز التجميع الى جانب ذلك الى تأدية الخدمات التالية :

١- تقدير قيمه اللبن وما يتناسب ودرجه جودته بعد اجراء الاختبارات اللازمه بطرق صحيحة ورفض غير الصالح من اللبن واعادته لمورديه ، الامر الذي يترتب عليه حفز المنتجين على تحسين صفاته وحفظ حقوقهم .

٢- التمكّن من توحيد صفات اللبن الطبيعيه والكيماويه يوما بعد يوم بتجميع وخلط الكميات الناتجه من مختلف المواشى ومختلف المصادر .

٣- اعداد اللبن للتسويق بالوسائل التي تحسن من صفاته وذلك بالتصفيه الجيدة حتى يمكن حفظه بالتبريد الكافي .

٤- تجميع كميات كبيرة من اللبن الأمر الذي يترتب عليه خفض نفقات اعداده ونقله وتسويقه في الأماكن البعيده .

٥- توفير وقت المنتج وتمكينه من التفرغ لأعماله الزراعيه

٦- التعرف على الأسواق والحصول على أسعار أفضل عن طريق التعامل في كميات كبيرة .

٧- تسهيل التعامل بين المنتجين وتجار الجملة او المصانع ، ان من المسلم به أنه كلما زاد عدد المتعاملين كلما زادت النفقات لزيادة تكاليف النقل والمحاسبه .

٨- تمويل محصول اللبن بما يعين المنتجين على انتاج اللبن .

٩- تشجيع انتاج اللبن .

ومن المشاهد عاده ان انشاء مراكز تجميع وتصنيع اللبن يؤدى الى زياده انتاجه وزياده الطلب عليه الأمر الذي يترتب عليه زياده الانتعاش في المناطق المحيطة كما هو الحال في المناطق القريه من القاهره حيث توجد زرائب مواشى الألبان في دمياط وفارسكور ، والبراديه بالقليوبيه والمنوات بالجيزه حيث توجد مصانع الألبان .

مصانع الألبان :

تهتم مصانع الألبان حاجتها من اللبن من الموردين من مراكز التجميع وتجار الجملة والوسطاء وكبار المنتجين على أساس وزنى أو حجمى وان كان الأول أكثر شيوعاً خاصة فى المصانع الكبيرة مع مراعاة نسبة الدهن فى اللبن فى جميع الأحوال وذلك وفقاً لعقود مكتوبة شاملة لهذه الاشتراطات .

تاجر التجزئه :

يحصل تاجر التجزئه على حاجتهم من الألبان من المنتجين والوسطاء أو تجار الجملة ويقومون ببيعه بالقطاعى ، ويستلم تاجر التجزئه اللبن اما بالوزن او بالكيل على أساس معين مسن نسبة الدهن وعلى أساس مطابقته للاشتراطات القانونيه ، وبيعه تاجر التجزئه اللبن للمستهلك اما بالكيل او معبأ فى زجاجات .

ويمكن اجمالاً الخطوات التسويقية المختلفه التى يمر بها محصول اللبن فى الآتى :

- ١- تجميع اللبن
- ٢- تصفيه وتبريد اللبن
- ٣- تعبئه اللبن
- ٤- تخزين اللبن فى مخزن وحفظه بارداً
- ٥- نقل اللبن وقد تتم هذه الخطوه دون تخزين الى حيث مصانع اللبن او تجار التجزئه أو للمستهلكين مباشرة .

(ح) تسويق البيض

كانت الجمهورية العربية المتحدة في مقدمه البلدان المصدره للبيض في الفتره السابقه على عام ١٩٤٠ حيث بلغت الصادرات في ذلك العام نحواً من ٨٠ مليون بيضه ، ومنذ ذلك الوقت والصادرات المصريه من البيض تتناقص حتى بلغت ٦ مليون بيضه عام ١٩٤٩ ، ثم توالى الانخفاض بعد ذلك حتى أصبح الانتاج الان لا يلقى حاجه الاستهلاك المحلى ، ويرجع ذلك الى أن انتاج البيض كان يزيد بنسبه أقل من نسبة تزايد السكان . ويستهلك معظم البيض طازجا أما القليل الباقى فيستعمل للتفريخ .

طرق تسويق البيض :

يقوم بعض المنتجين بتسويق انتاجهم من البيض للمستهلك مباشرة كما يقوم البعض ببيعه للتجار الذين يقومون بجمعه من الريف مقابل ثمن نقدي او بالمقايضة عليه ببعض سلع أخرى ويقوم هؤلاء بدورهم ببيعه لتجار المدن الذين يبيعونه بدورهم للمستهلك أما التسويق التعاونى للبيض فيتم عن طريق الجمعيات التعاونيه التى تقوم ببيعه لتجار المدن والمستهلكين بعد فرزهِ وتعبئته .

وتعتبر أسواق الريف في الجمهورية العربية المتحدة اهم مراكز لتجميع البيض . وتشمل الخدمات التسويقيه بالاضافه لتجميع البيض من المزارع والاسواق المحليه والريفيه والقرى ، تجهيز البيض للبيع وتدرجه وتعبئته ونقله وتخزينه ثم توزيعه .

فبعد تجميع البيض يجرى فرزهِ ظاهرياً طبقاً للحجم والشكل ولون القشره وملمسها ونظافته البيض وضوئياً للتعرف على صفات محتوياته الداخليه كما ويتم فحص رائحته وطعمه وصفاته الطبيعيه ثم يدرج تبعاً لهذه الصفات ثم يعبأ وتعتبر عليه التعبئه عليه أساسيه في تسويق البيض لمنع تهرسه وتطرق عوامل الفساد اليه .

ورغم ذلك تشتم تعبئه البيض في ج . ع . م عاده في أقفاص من الحديد مع استخدام طبقات من القش في ذلك ومن ثم ينقل البيض باحد الطرق الاتيه :

١- بالسكك الحديديه في عربات مثلجه خاصه هذا ويحسن أن يكون بمحطات القطارات ثلاجات كبيره ليتم تخزين البيض فيها قبل شحنه منعاً للفساد .

٢- سيارات مزوده بثلاجات ، وهذه يلزم أن تكون سريعه لتسهيل نقل البيض من مصادر انتاجه الى المخازن

٣- بالمراكب : وأصلحها المزوده بالثلاجات

٤- بالطائرات وتستخدم في هذا الغرض اذا كانت اسعار الصادر مجزيه .

وتعتبر مشكله كسر البيض اثناء النقل من اهم المشكلات التي تعترض تسويق البيض وتزيد نسبه الكسر اما بسبب الاهمال في التعبئة او الاهمال في التدريج او النقل وبوصول البيض للتجار يتحتسب على التجار تخزينه في الثلاجات العاديه بعيدا عن الضوء حتى يتم التصرف فيه كما قد يتم تخزين البيض ايضا لدى المستهلك ، كما قد يخزن المنتج البيض الناتج لديه حتى يتم له بيعه ، ويتم ذلك في مكان بارد جيد التهويه .

ولعل من اهم المشاكل التسويقيه لمحصول البيض ما يأتي :

١- مشكله نقل البيض من مراكز انتاجه الى مراكز تسويقه : وتنشأ مشكله النقل هذه بسبب بعد مراكز الانتاج عن مراكز الاستهلاك .

٢- موسميته الانتاج ويرجع السبب فيها الى قله الانتاج في بعض فترات من السنه بسبب كثير من العوامل الجويه والبيئيه المحيطه بالانتاج وما يزيد المشكله تعقيدا أن ذلك يتم في الوقت الذي يكون فيه الطلب على البيض كبيرا . ورغم أن هذه المشكله قد نالت عنايه الباحثين والمنتجين فحاولوا تكوين سلالات لاتتأثر بهذه الظروف الا أن محاولاتهم لم تأتي بنتائج تذكر ومع ذلك فان تعميم صناعه حفظ البيض بالطرق المختلفه أصبحت من الوسائل المعينه على تنظيم عرضه في الاسواق حين يشتد الطلب عليه كما في بعض المواسم والاعياد .

٣- حفظ البيض بحاله جيده ومنع تطرق عوامل الفساد اليه . او سرعه بيعه بقدر الامكان .

لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
۱۸۷۸ء

- ۱) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۲) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۳) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۴) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۵) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۶) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء

تاریخ

- ۱) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۲) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۳) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۴) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۵) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۶) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۷) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۸) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۹) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۱۰) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۱۱) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۱۲) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۱۳) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۱۴) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۱۵) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۱۶) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۱۷) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۱۸) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۱۹) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء
- ۲۰) لکھنؤ میں ۱۸۷۸ء

(تاریخ)