

قنوات بيع التعاونيات (%)



■ الوسيط
■ سوق الجملة
■ مباشر إلى تجار البيع بالتجزئة / المستهلكين
■ المجهز الزراعي

مبيعات محدودة

30% فقط من التعاونيات كشفت عن معدلات مبيعاتها، وقد أشار 50% منها إلى أن حجم مبيعاتها السنوية كان أقل أو يساوي 10 آلاف دولار، و34,1% تراوحت مبيعاتها بين 10 آلاف و100 ألف ومليون دولار، فيما 6,9% فقط من التعاونيات تخطت مبيعاتها المليون دولار. وهو ما يدل على أن هذه التعاونيات تولد دخلاً محدوداً لأعضائها مع تركيز المداخيل الأعلى لدى تعاونيات قليلة، ما يدفعها إلى إيلاء أولوية لتطوير قنوات البيع المباشر (لتجار التجزئة أو المستهلكين) التي تتم من خلالها 75,9% من مجمل المبيعات، في حين تبلغ نسبة المبيعات من خلال أسواق الجملة أو الوسيطة نحو 25,6%.

إلى ذلك، تشكل مبيعات تعاونيات الغذاء الزراعي نحو 3,7% من مجمل مبيعات التعاونيات، ويعود ذلك إلى محدودية التعاقد بين كبار الصناعيين الزراعيين وتعاونيات الأغذية الزراعية، فضلاً عن أن مبيعات التعاونيات الغذائية إلى الصناعيين بالمجمل لا تكاد تتجاوز 2,4% من مجمل المبيعات. وهو ما تعيده الدراسة إلى اقتصر الروابط التعاونية على هياكل الأسواق القريبة، أي سوق الجملة، بحيث تبلغ نسبة التعاونيات القادرة على بيع إنتاجها خارج محيطها المحلي نحو 42,9%، في حين لا تتجاوز التعاونيات التي تصدر إنتاجها نسبة 7,5% فقط.