

التعاون في المزرعة وأثره في البنيان الإنشائي

والتسويق في القطن المصري

للمهندس الزراعي أحمد محمد محمد الأشمونى

نتج

سياسة الدولة في العهد الحاضر نحو النهوض بالإنتاج الزراعي لدعم الاقتصاد القومي وتطويره لرفع مستوى المعيشة وتحقيقاً لرشاء المواطنين، وإرساء لدعائم المجتمع الاشتراكي الذي يستند إلى زيادة الإنتاج مع عدالة توزيع الفائض بين اشتغلين فيه داخل إطار تعاوني سليم يعمل لخدمة هذا الإنتاج .

ولما كان الدخل القومي الزراعي في القطر المصري يمثل ٤٠٪ من الدخل العام وإن زيادة الدخل الزراعي لا تتمشى مع الزيادة السكانية المطردة، إلا أن هذه الزيادة لم تحقق زيادة نقدية في دخل الفلاح نظراً إلى ارتفاع تكاليف الإنتاج وزيادة نفقات المعيشة كما يتضح من الجدول المذكور بعد .

لذلك تشكلت لجان التنمية الاقتصادية بوزارة الزراعة لدراسة مشكلة الإنتاج الزراعي ، وتوصلت جميع اللجان إلى نتيجة واحدة وهى أن تفتت الملكية الزراعية حجب عشرة في سبيل النهوض بالإنتاج الزراعي ، ولذلك أعتبر مشروع تجميع الاستغلال الزراعي من أهم مشاريع البرنامج التنفيذي للسياسة الزراعية الذى وضع في أوائل عام ١٩٥٨ ، ويهدف هذا المشروع إلى تحسين الدورة الزراعية وتلافي وعيب تفتت الملكيات الصغيرة ، بتجميعها في رقعة واسعة يمكن أن تطبق فيها وسائل التنمية بطريقة اقتصادية لرفع الكفاية الإنتاجية للأراضي الزراعية — وقد وضع هذا المشروع موضع التنفيذ في جميع أنحاء القطر المصري ابتداء من السنة الزراعية الحالية ١٩٦٣/٦٢ .

* المهندس الزراعي أحمد محمد محمد الأشمونى : أخصائى أول حلب
القطن بقسم المحافظة على أصناف القطن بوزارة الزراعة .

السنة	عدد السكان بالمليون	الدخل الزراعى بالمليون جنيه	الرقم القياسى لأسعار الحاصلات	الرقم القياسى لمتوسط انتاج الادان
١٩٣٨	١٦,٣	١٣٠	١٠٠	١٠٠
١٩٤٥	١٨,٥	٣١٢	٣٠٠	٩٤
١٩٤٦	١٨,٨	٢٦٢	٢٩٤	٧٦
١٩٤٧	١٩,٠	٢٨٣	٣٣٦	٩١
١٩٤٨	١٩,٥	٣٣٠	٣٢٢	٩٦
١٩٤٩	١٩,٩	٤٠٢	٣٩٠	٩٤
١٩٥٠	٢٠,٤	٤٨٣	٥٤٧	٨٩
١٩٥١	٢٠,٩	٤٢١	٤٤٧	٧٧
١٩٥٢	٢١,٥	٣٨٧	٣٧٤	٩٥
١٩٥٣	٢٢,٠	٣٨٢	٣٨٠	١٠٠
١٩٥٤	٢٢,٥	٤٢٠	٣٥٩	١٠٣
١٩٥٥	٢٣,٠	٤٢٨	٣٩٧	١٠١
١٩٥٦	٢٣,٦	٤٨٩	٤٢٨	١٠١
١٩٥٧	٢٤,٦	٥٠٦	٤٠٥	١٠٥

والقطن يمثل ما لا يقل عن ٣٠٪ من اجمالى الدخل الصافى للزراعى فى مختلف السنوات ، علاوة على أهميته الكبرى فى تجارة الصادر إذ يكون حوالى ٧٥٪ من مجموع الصادرات ، كما أنه يؤثر بطريقة مباشرة وغير مباشرة فى جميع أوجه النشاط الاقتصادى بالقطر المصرى إذ يعتمد عليه ما يزيد عن ٨٠٪ من المصريين فى معيشتهم سواء كانوا منتجين أو مشغلين بعملياته التسويقية ، كما أن القطن يعتبر أكثر المزروعات المصرية أرباحاً كما يتضح من الجدول الآتى الذى يبين انتاج الدخل الزراعى من المحاصيل الرئيسية عام ١٩٥٧ .

المحصول	متوسط انتاج الفدان	لميراد الفدان بالجنيه	تكاليف الانتاج بالجنيه	صافي الدخل بالجنيه
القمح	٦٠٤٦ أردب + ٥٠٨٣ أحمال	٣٠٠٨	١٤٠٦	١٦٠٢
الشعير	٨١٨٣ + ٤٠٥٦	٢٠٠١	٩٠٣	١٠٠٩
الفول	٤١٦١ + ٤٠٢٥	٢٩٠٣	٨٠٩	٢٠٠٤
العدس	٣٠٢٢ + ٣٠٩٩	٢٦٠٢	٧٠٩	٢٨٠٣
البرسيم	—	٤٠٠٠	٧٠٨	٣٢٠٢
البصل	١٣٥ قنطار	٤٨٠٦	٢٦٠١	٢٢٠٥
القطن	٤٠٦٤ قنطار + ٤ أحمال حطب	٧٢٠٥	٢٣٠٠	٤٩٠٥
القصب	٨٤٢ قنطار	٨٨٠٤	٤١٠٥	٤٦٠٥
الأرز	٢٠٤٧ ضريبة + ٤٠٥ أحمال	٤٤٠٨	١٢٠٧	٢٢٠١
الذره الشامية	٦٠٠٤ أردب + ٥٠٣	٢٥٠٣	١٣٠٩	١١٠٤

ولهذا كان من الأهمية بمكان دراسة ما يحققه التعاون الزراعى فى المجالين الانتاجى والتسويق للقطن .

التعاون ومشكلات الانتاج

يتوقف الإنتاج الأمثل على تحقيق الآتى :

(١) زيادة معدل إنتاج النمدان :

لقد عنت الجمهورية العربية المتحدة بالمشكلات الانتاجية التكنولوجية القطنية عن طريق الأقسام الفنية التى بذلت الجهود المستمرة فى تربية واستنباط أصناف القطن التى تنمو فى صفاتها الغزلية والمحصول ، فضلا عن قيام الأقسام الفنية كذلك بالبحوث فى مقاومة آفات القطن الحشرية والفطرية ، وكذلك بحوث أفضل الطرق الزراعية والمادية المختلفة لتحقيق أكبر غلة ، ولكن بالرغم من هذه الجهود الضخمة التى تبذل فى هذا السبيل باستمرار لم يقابلها فى الناحية التطبيقية الأساليب الحديثة التكنولوجية للاستغلال الزراعى فى معظم المزارع المصرية ، مما يجعل الغلة القطنية للفدان فى القطر المصرى متغيرة باستمرار ولم تصل إلى الحد

الأقصى الذى يمكن للموارد الزراعية المصرية المتاحة أن تصل إليه كما يتضح من الجدول الآتى :

متوسط محصول الفدان بالقنطار	السنة	متوسط محصول الفدان بالقنطار	السنة
٥٠٣٥	١٩٥٣	٥٠٢١	متوسط ٣٥-١٩٣٩
٤٠٩٠	١٩٥٤	٥٠٣١	١٩٤٥
٤٠١٠	١٩٥٥	٤٠٣٠	١٩٥٠
٤٠٣٧	١٩٥٦	٤٠٠٨	١٩٥١
٤٠١٧	١٩٥٧	٥٠٠٤	١٩٥٢

ولقد حقق الإصلاح الزراعى نجاحا كبيرا فى ميدان الانتاج القطنى عن طريق الجمعيات التعاونية الزراعية من المستأجرين وصغار الملاك الذين جمعوا جهودهم ومواردهم فى مزارع ذات سعة مثالية يمكن منها الاستفادة من الخبرات الفنية واستعمال الأساليب الزراعية العصرية عن طريق الخدمات التى تقدمها الجمعيات التعاونية مما أدى إلى زيادة الغلة القطنية فى بعض هذه المناطق بنسبة تصل إلى ٥٠ ٪ عما كانت عليه قبل تنفيذ قانون الإصلاح الزراعى من ٩,٧٣٠ جنيه قبل الإصلاح الزراعى إلى ١٥,٧١٥ جنيه للمستأجرين وإلى ٢١,٨٩٦ جنيه للملاك الجدد وذلك فى عام ١٩٦٠ .

(٢) خفض تكاليف الإنتاج :

يمكن تحقيقها برفع الإنتاج مع عدم زيادة النفقات أو زيادته بنسبة أقل من قيمة الزيادة الناتجة وكذلك بإحداث وفورات فى منمردرات تكاليف الإنتاج نفسها وذلك عن طريق :

١ - خفض إيجار الارض : تعتبر القيمة الإيجارية للأراضى الزراعية المقدرة بسبعة أمثال الضريبة بحسب قانون الإصلاح الزراعى حلا مؤقتا عادلا لمشكلة ارتفاع الإيجارات الزراعية للأراضى التى مرونة عرضها ضعيف

(٣) جودة الانتاج :

يمكن تحقيق جودة الانتاج في نظام التجميع الزراعى الذى يساعد على اجراء عمليات الجودة .

١ - الاهتمام بالعمليات الزراعية وخاصة مقاومة الآفات ، والتسميد تودى الى الحصول على أقطان متجانسة .

ب - لإجراء عمليات نقاوة الغريبة بالقطن يحافظ على مستوى جودة الأصناف وعدم تدهورها .

ج - سهولة إجراء عمليات الجنى بالطريقة المحسنة .

التسويق المتماثل

تسويق القطن هو مجموعة العمليات التى تناول القطن منذ إنتاجه الى أن يعد للتصدير أو الى أن يصبح فى متناول صناعة الغزل .

يبدأ التسويق بتجارة الداخل أو تجارة الريف وهذه تبدأ فى أيد صغيرة وتنتقل الى أيد أكبر ، وليبوت القطن وكلاء فى جميع مراكز الإنتاج الهامة ومن هذه المراكز يوجه القطن بحسب إحتياجات التجارة والصناعة من السلع التى تتعدد أصنافه ورتبه ويمر بمراحل ولذلك فإن تسويقه يحتاج الى خبرة ودراسة فى نواح كثيرة .

المشكلات التسويقية القطنية

(١) القطن من السلع التى تتعدد أصنافه ورتبه ، ويمر بمراحل تسويقية كثيرة لذلك فإن تسويقه يحتاج الى خبرة ودراسة فى نواح متعددة .

(٢) القطن يتم جنيه فى فترة زمنية قصيرة وبذلك يكون معظم الإنتاج القطنى المصرى معروضاً للبيع فى أول الموسم ولذلك يقوم بتجميع القطن من الريف عدد كبير من الدخلاء ويعتمدون فى تعاملهم على المهارة الشخصية فى البيع والشراء وغالباً ما يستغلون معرفتهم بالظروف الاقتصادية للزراع وحاجتهم الى المال بشراء الإنتاج القطنى بأسعار لا تتناسب مع القيمة الحقيقية للقطن ولا مع أسعار التدعيم الحكومى

التي وضعتها الدولة تحقيقا لانصاف الزراع وإعطائهم حقوقهم التي قد يفقدونها نتيجة التقلبات الشديدة .

(٣) عمليات الوزن يقوم بها طائفة من الوزّانين المرخص لهم والسكن في الحقيقة هم عائلة علي الزارعين إذ غالبا ما يكون هؤلاء وكلاء لتجار الداخل والسياسة مما يؤدي إلى عدم إجراء هذه العملية بأمانة تامة تحفظ للزراع حقهم .

(٤) قيام الدخلاء من التجار والسياسة بإشاعة الاشاعات عن اضطراب السوق وضعف التعامل ويتركون الزراع بدون أن يدفعوا لهم حقوقهم .

(٥) عدم كفاية عمليات التخزين وما يشوبها من إتلاف لبعض الإنتاج نتيجة لإجراء هذه العملية في كثير من الحالات دون محافظة على القطن من الظروف الجوية .

(٦) تمر سلعة القطن بين عرض المنتج للبيع وبين طلب الغزال لمادته الخام على عدة مراحل . لذلك كان للوسطاء دور كبير في ذلك فضلا عما تتحملة هذه العمليات من تكاليف تسويقه تصل إلى ٥٠٪ من ثمن البيع بقنطار القطن حتى ميناء التبريخ لدى الغزال وتصل إلى ٨٠٪ مما يدفعه المستهلك الأنسجة القطنية وبذلك لا يصل للزراع أكثر من ٢٠٪ مما يدفعه هذا المستهلك .

وتنقسم نفقات التسويق إلى أربعة أقسام وهي :

(أ) نفقة المعرفة : وتشمل جميع النفقات التي تدفع لإيجاد الاتصال بين البائعين والمشتريين والعمل على استمرار هذه العلاقة ، على ذلك فهي تشمل المبالغ التي تدفع للسياسة وعمولة البنوك ، وسمسة بيوت البيع وكافة ما يدفع للوسطاء .

(ب) نفقة إعداد المحصول — وتشمل نفقة الفرز وتحديد الرتبة ودرجة النظافة وتسكفة التعبئة والكبس .

(ج) نفقة الاحتفاظ بالمحصول وتمويله — وتشمل نفقات التخزين والتأمين .

(د) نفقة النقل .

ويوضح الجدول الآتي النسبة المئوية لتوزيع تكاليف التسويق على هذه الأقسام الأربعة :

النسبة المئوية المتوسطة للأقليم المصرى	مفردات التكاليف
٢٣.٧	نفقة المعرفة
٣٥.٢٠	نفقة اعداد المحصول
٢٠.٤٥	نفقة الاحتفاظ بالمحصول وتمويله
٢٠.٦٥	نفقة النقل

بعد استعراض المشاكل التسويقية القطنية فاننا نجد في التسويق التعاونى حلا
لمعظم هذه المشكلات وإمكانيات التسويق التعاونى ومقوماته هى : —

(١) الجمعية التعاونية : يتطلب التسويق التعاونى وجود مؤسسات تعاونية
قوية تضم المتفعين الراغبين فى تسويق أقطانهم على أن تتوافر للجمعية — كؤسسة
اقتصادية — إمكانيات العمل على أن تيسر فى عملها بحسب الأصول الفنية وذلك
باختيار الفنيين اللازمين لها من ذوى الدراية والخبرة ، وأكثر الجمعيات التعاونية
ملاءمة لظروفنا وأحوالنا الزراعية هى التى يدخل التسويق التعاونى ضمن عملها .

(٢) تنظيم الدورة الزراعية : إن زراعة القطن فى دورات زراعية مناسبة
ومتسعة مما يؤدى إلى الحصول على أكبر غلة من الفدان وزيادة فى الإنتاج ، وفى
هذا ضمان لتغطية التزامات الفلاح قبل جمعيته من حيث الوفاء بالسلف الزراعية
أو تغطية العقود التى ارتبط بها حين التعاقد على تسليم كمية معينة من الإنتاج .

(٣) توفير إمكانيات الاستغلال : من مقومات التسويق التعاونى الحصول
على أقطان من رتب ممتازة فضلا عن تمكن الفلاح من الحصول على أقصى غلة من
زراعته ، وإن يتيسر هذا ما لم تتوافر له احتياجاته الزراعية التى تؤدى إلى زيادة
الغلة مع تحسين صفات الصنف . ويدخل ضمن هذه الإمكانيات توفير التقاوى
المتنقة والمناسبة لأرضه وكذلك العناية بالعمليات الزراعية ومقاومة الآفات
وتوفير الأسمدة .

(٤) التعاقد والتصريف : إن ارتباط العضو مع جمعيته بعقد عقوريه أمر ضروري وخاصة في البلاد التي لم يبلغ الوعي التعاوني فيها مستوى عاليا ، وفي هذه الحالة يكون العضو مسؤولا عن تسليم الجمعية كل المحصول أو كمية معينة يتفق عليها في التعاقد لتتولى الجمعية تصريفه بنفسها ، كما تتضمن العقود الاتفاق على الصنف والرتبة والميعاد والنظام والتسويق والعمولات المختلفة وطريقة دفع الثمن للعضو مع بيان الأحوال التي يحدد فيها العضو عدم التعاقد جزئيا أو كليا في حالة الظروف القاهرة ويجوز أن تتضمن العقود طريقة فرض الغرامات عند عدم التوريد أو عدم الوفاء بالالتزامات المتفق عليها .

أهداف ووسائل التسويق التعاوني للقطن

أولا — زيادة سعر المحصول :

ليس الهدف من التسويق التعاوني رفع أثمان الحاصلات الزراعية وإنما الهدف الأصيل هو إعطاء الزارع كمستجدين حقوقهم كاملة وبمعنى آخر حصول المنتج على القيمة الحقيقية لإنتاجه مما يتماشى مع حالة السوق وظروف الإنتاج . وتتلخص وسائل التسويق التعاوني في ذلك في الآتي :

(١) أن التسويق التعاوني للقطن يوصل المنتج بمشتري الجملة مباشرة دون وسطاء وتحت رقابة التعاونيين أنفسهم مما يؤدي إلى تحويل أرباح الوسطاء إلى الزارع كما يضمن عدم استغلال الاتسازيين للزارعين الذين لا يعلمون أحوال السوق وأسرار التجارة حق العلم .

(٢) تقليل التكاليف التسويقية ، وذلك برفع كفاية العمليات التسويقية كالنقل ، لأن الجمعية التعاونية بحصولها على كميات كبيرة من السلعة تقلل التكاليف التسويقية للوحدة من السلعة .

(٣) زيادة الإنتاج وتقليل التكاليف ، فإن الجمعيات التعاونية تقوم بالاتفاق مع توكيلات تجارية لتخفيض أثمان المخصبات والتقاوى والآلات والأدوات لأعضائها ، فضلا على أن العمليات الإنتاجية يمكن تخفيض تكاليفها باستعمال آلات خاصة ، ربما يكون غير اقتصادي أن يشتريها زارع واحد لمزرعته كما أن توفير الآلات والمهمات الزراعية بوفرة وكفاية تامة يساعد على زيادة الإنتاج .

- (٤) أن تكون السلف الزراعية في متناول يد المنتج بكفافية تامة وفي الميعاد المناسب الذى يحتاج فيه إلى المال أو الخدمات ، لهذا فن الضرورى أن تقوم الجمعية التعاونية بكفالة الإقراض للفلاح حتى لا يضطر إلى بيع أقطانه بالأجل وهو ما يسمى بالبيع الصيفى أو رهن بمحموله لدى الغير أو يستعجل بيعه بعد جنيه مباشرة للتجار والمرايين بضمن بنحس للوفاء بالتزاماته العاجلة ، كما أن ذلك يؤدى إلى إغراق السوق بكميات كبيرة مما يؤدى إلى زيادة العرض في فترة معينة لاتقابلها وفرة في الطاب .
- (٥) التسويق المنتظم بخزن القطن في مخازن معدة لإعدادا فنيا لاستقبال أقطان الزارعين تحت إشراف الفنيين والتعاونيين ، وإعطاء الزارعين سلما برهن محاصيلهم تصل إلى ٩٥ ٪ في بعض الأحيان يؤدى إلى عدم تدفق الأقطان إلى السوق وعدم وجود الطلب الكافى لمقابلة العرض ، بل أن ذلك يؤدى إلى تنظيم تدفق المحصول .
- (٦) لما كانت رتبة القطن ومعدل الحليج من العوامل الأساسية لتقدير سعر صنف معين من القطن وهى تحدّد إلى حد بعيد الدخل الناتج من الزراعة ، لهذا فإن الاهتمام بالرتب العالية أمر ذو أثر بالغ في إمكان تسويق القطن بسعر مجز ويتطلب الأمر أن تباشرا الجمعية عن طريق المشرف التعاونى ومجلس الإدارة عملية الجنى والفرز مما يؤدى إلى الحصول على أقطان نظيفة .

ثانيا - العمل على تصريف المحصول :

- (١) إن العناية التامة بالزراعة بالتقاوى المنتقاة ، وعمليات الخدمة الزراعية ونقاوة الغريبة بالأقطان وكذلك عمليات الجنى والفرز تحت إشراف محكم من الفنيين ، يؤدى إلى الحصول على أقطان متجانسة وممتازة في صفات الثميلة وخلوها من الشوائب ويعطيها سمعة حسنة يساعد على الإقبال المتزايد على شراء هذه الأقطان بأسعار مرتفعة .

- (٢) التسويق التعاونى يساعد على ثبات الأسعار ثباتاً نسبياً ، ويقضى على تقلبات الشديدة التى تسبب المضاربات وتحمل المخاطر التجارية التى يقوم بها التجار والساسة من الشراء في حالة انخفاض الأسعار والبيع في حالة ارتفاع السعر ولما كانت الجمعيات التعاونية لاتتبع هذا النوع من المخاطر ، فان ذلك يؤدى إلى ثبات الأسعار ثباتاً نسبياً يشجع الغزال على الإقبال على شراء القطن بحسب المواصفات

التي تحدد من طلب المستهلكين على منتجاتهم وذلك دون تحميلهم أية مخاطر سخرية مع ضمان الحصول عليه في المكان والوقت المحددين .

التسويق التعاوني القطنى فى الجمهورية العربية المتحدة

عندما اضطرت الحكومة إلى إغلاق بورصة العقود فى سنة ١٩٥٢ لاضطراب سوق القطن فى الموسم وما قبله قررت الحكومة الاستمرار فى سياسة شراء وبيع الاتاج القطنى لحسابها فى الموسم ١٩٥٣ - ١٩٥٤ وحددت أسعار الشراء والبيع للرتب والأصناف المختلفة ثم اتبعت نفس السياسة فى موسم ١٩٥٤ - ١٩٥٥ ، وقد وجدت بعض الجمعيات التعاونية الزراعية فى القطر المصرى أن تقوم بدورها بتسويق القطن تحت هذه الظروف المستقرة التى هياتها الحكومة وذلك بتجميع القطن من أعضائها وبيعه لحسابهم . وكانت الفترة من ١٩٥٣ - ١٩٥٥ من الفترات التى أظهرت الدور الذى يمكن أن تقوم به الجمعيات التعاونية التسويقية من ناحية تمويل زروعهم وتسهيل بيعها بأسعار مجزية إلى الأسعار التى كانت تحصل عليها هذه الجمعيات تزيد بحوالى ٥٠ - ١٥٠ قرشاً فى القنطار الواحد من القطن علاوة على اقتصاد بعض التكاليف المختلفة مثل بعض أجور النقل والمشال والسمرة مع ضمان ضبط الوزن والدقة لتقدير الرتب واحتساب وزن الكيس والحبل على حقيقته وسهولة الاستلام والتسليم للقطن أو ثمنه حيث كان يتم ذلك جميعه فى القرية وحضور الزارع ، ولكن هذا النشاط التعاونى التسويقى للقطن أوقف بالنسبة للجمعيات التعاونية التقليدية فى موسم سنة ١٩٥٥ بافتتاح بورصة العقود ، ولكن الجمعيات التعاونية للإصلاح الزراعى استمرت تؤدى رسالتها فى هذا المجال التسويقى بنجاح وكفاية تامة تعود على التعاونيين من منتفعى الإصلاح الزراعى فى صورة أرباح تزيد دخولهم وترفع مستواها المعيشى ، وقد بدأت الجمعيات التعاونية للإصلاح الزراعى بتسويق حوالى ٣٨ ألف قنطار فى سنة ١٩٥١ وقد وصلت هذه السمية فى سنة ١٩٦٠ إلى حوالى ٤٦٠ ألف قنطار .

وقد ساهم التسويق التعاونى فى الإصلاح الزراعى فى تحسين رتب القطن الناتج من مزارع الإصلاح مما أدى ذلك إلى زيادة معدلات الخلع للعناية بالعمليات الزراعية وقد انعكست صورة هذا التحسن فى الرتب وزيادة معدلات الخلع إلى

ارتفاع أسعار الأقطان المبينة تعاونياً في الجمعيات التعاونية للإصلاح الزراعي كما يتضح من الجدول الآتي

متوسط الزيادة في السعر عام ١٩٥٧	الاصناف	النسبة المئوية للرتب التي تزيد عن جود			
		١٩٥٦ / ١٩٥٥		١٩٥٥ / ١٩٥٤	
		الاصلاح الزراعي	عموم القطر	اصلاح الزراعي	عموم القطر
٪ ١٩,٩	جيزة ٥١	٨٨	٪ ٩٤,٠	٪ ٩٢,٠	٪ ٨٩,٠
٪ ١٧,٦	جيزة ٤٧	٨٧	٪ ٩٥,٤	٪ ٧٦,٠	٪ ٨٨,٥
٪ ١٣,١	منوفى	٧٨	٪ ٩٧,٩	٪ ٧٦,٠	٪ ٧٥,٠
٪ ١٠,٥	أشمونى	٧٨	٪ ١٠٠	—	—
٪ ٧,٧	كرنك	—	٪ ٧٨,٥	—	—
٪ ٠,٤	دندرة	٥٤	٪ ٩١,٦	٪ ٧٦	٪ ٧٨
		٩٧	٪ ١٠٠	٪ ٨٩	٪ ٩٤

والآن وقد أصبحت الظروف مواتية لإرساء دعائم التسويق التعاوني ، وذلك لأسعار الدعم الحكومية وقيام لجنة القطن بمشتري جميع الإنتاج القطنى مما يؤدي إلى وجود الاستقرار السعري ، ويتيح للتعاون الزراعي عن طريق الجمعية التعاونية القيام بمسؤولياته نحو خدمة التعاونيين في ظل مشروع تجميع الاستغلال الزراعي ، ودعم الإقتصاد القومي بالمحافظة على الثروة القومية بتحسين الإنتاج القطنى والمحافظة على صفاته الممتازة .