

الوظائف والخدمات التسويقية للسلع الزراعية

تتعدد الوظائف والخدمات التسويقية للسلع الزراعية ، وسوف نتعرض لبعض منها بشيء من التفصيل.

أولاً : التجميع

يقصد بالتجميع تركيز وجمع السلعة من أماكن إنتاجها المبعثرة والمتفرقة عادة في كميات أكبر فأكبر حتى تصل إلى الحجم المناسب للتسويق، فقبل شحن السلع الزراعية إلى الأسواق يقوم الوسطاء عادة بتجميع منتجات العديد من المزارع في مناطق مركزية بكميات تكفى لتكوين حمولات كاملة لوحدات النقل حتى يتسنى رفع الكفاءة الإنتاجية لعملية النقل.

- تحقق هذه الوظيفة مجموعة من الفوائد أهمها ما يلي :

- 1- يحقق التجميع خفضاً في تكاليف الشحن للوحدة من السلعة أثناء اجتيازها مرحلة التحويل المكانى.
- 2- يعتبر التجميع وظيفة أساسية حتى يمكن البدء في إتمام وإنجاز بعض الوظائف التسويقية الأخرى
- 3- يحقق التجميع خفضاً في تكلفة فرز وتدرج الوحدة من السلعة.

ثانياً : الشراء

يعتبر الشراء أحد الوظائف التسويقية التبادلية الهامة من وجهة نظر جميع المهتمين بعمليات تصريف أو إستهلاك السلع سواء كان المشتري مستهلكاً أو وسيطاً أو رجل أعمال. وتختلف أسس شراء السلع باختلاف طبيعتها ، ومن هذه الأسس :

- 1- الشراء على أساس الرتبة أو الدرجة مثل القطن والقمح
- 2- الشراء على أساس المعاينة : وذلك بأن يفحص المشتري السلعة كلها.
- 3- الشراء على أساس العينة وذلك بأن يأخذ المشتري عينة من السلعة ويفحصها جيداً على أن تكون ممثلة تماماً للكمية كلها.
- 4- الشراء على أساس المواصفات وذلك بأن يختبر المشتري الكتالوج أو يحصل على وصف السلعة وفي هذه الحالة يجب أن يكون المشتري على ثقة تامة من البائع.

ثالثاً : البيع

يقصد بالبيع نقل ملكية السلعة إلى مشتريها وهى الوظيفة التسويقية التبادلية الثانية التى يهتم بها المنتجون أكثر من غيرهم في ظل النظم الإقتصادية المعاصرة ، وفي القاموس نجد أن كلمة بيع تعنى لغوياً المبادلة نظير الحصول على مبلغ من النقود أو ما يناظرها. وعملية البيع تتضمن دراسة الأسواق ودراسة كيفية تصرف الفرد في دخله وكذلك مسالك التوزيع، بالإضافة إلى زيادة الطلب أو خلقه على السلع عن طريق الإعلان والترويج. يتضمن البيع كوظيفة تسويقية مراحل مختلفة يمكن حصرها في :

1- **خلق الطلب** : ويقصد به تشجيع الرغبة في إمتلاك سلعة معينة على أن تكون هذه الرغبة مصحوبة بالمقدرة الشرائية أى القدرة على الدفع ويتم خلق الطلب إما عن طريق البيع الشخصى ويعنى ذلك أن البائع يحاول إستمالة إقناع المشتري على شراء السلعة أو الخدمة أو عن طريق الإعلان.

2- **إيجاد المشتري** : في الحقيقة يهتم البائع إجتناب المشتريين من ذوى الطلب الفعال وعلى ذلك يجب على البائع أن يحضر الأصناف والكميات التى يطلبها المشتري في الزمان والمكان وبالسر المناسب والذى يتلائم وظروف المشتري وأوضاع السوق.

3- **الإتفاق على شروط البيع** : وتتخلص شروط البيع في الإتفاق على السعر ومواعيد التسليم ومكانه وطريقة السداد الخ.

4- **نقل الملكية** : وتمثل هذه الخطوة محصلة الخطوات السابقة حيث يتم نقل الملكية نظير تحصيل الثمن إما نقداً أو أجلاً أو بالتقسيط.

رابعاً : النقل

يقوم النقل بتوصيل المنتجات إلى المكان المطلوب وهو بذلك يضيف منفعة مكانية للمنتجات بالإضافة إلى زيادة السلعة في مكان الطلب عليها، ويعتبر الطلب على النقل مشتقاً من الطب على السلع والخدمات التى يتم نقلها.

- الوسائل الرئيسية لنقل المنتجات الزراعية

1- السكك الحديدية

2- النقل المائى

3- النقل بالعربات بأنواعها

4- النقل بالطائرات

- أهم العوامل التى يتوقف عليها إختيار وسيلة النقل

1- العلاقة بين حجم السلعة أو وزنها وثمانها

2- مدى قابلية السلعة للمعطب أو التلف

3- مدى خطورة السلعة كالقابلية للإشتعال أو درجة السمية

4- المسافة التى سوف تنقل عبرها

5- المنطقة أو المكان المستقبل للسلعة

6- الزمن أو الوقت المناسب لوصولها إلى المكان المرغوب

خامساً : النقل

يعتبر تخزين السلع الزراعية بصفة عامة من أهم المراحل التسويقية فالسلع الزراعية تتصف بالموسمية في الإنتاج وبالتالي فإنها تحتاج للتخزين حتى يمكن تنظيم تدفق تلك السلع للمستهلك على مدار السنة ، وبعبارة أخرى ضمان وجود عرض مستمر للسلعة الأمر الذى يؤدي إلى إضافة منفعة زمنية للسلع.

- تتعدد وسائل التخزين وتختلف باختلاف نوع السلعة وطبيعتها ومن وسائل التخزين

1- التخزين في شون في الهواء الطلق : كما في القطن

2- التخزين في مخازن ذات سقف ومهواه كما في حالة السلع المحفوظة في العلب الصفيح أو البصل أو الثوم

3- التخزين تحت درجات حرارة التجميد أو التبريد كما في اللحوم

- الأهمية الاقتصادية للتخزين

1- موسمية الإنتاج والإستهلاك

2- التخزين لأغراض المضاربة

3- التخزين بكميات كبيرة حتى يتمكنوا من الشراء بكميات كبيرة ليتمتعوا بمزايا الشراء بالجملة والتي تتمثل في عملية الخصم

4- تحسين مواصفات السلع (بعض أنواع الجبن – الموز)

5- تسهيل عمليات النقل حيث يلجأ بعض التجار إلى تخزين كميات كبيرة من السلعة في مناطق الشحن حتى يتم نقلها دفعة واحدة بدلاً من نقلها على دفعات مما قد يؤدي إلى زيادة تكاليف النقل.

6- تحقيق التوازن بين العرض والطلب

7- مواجهة الظروف الصعبة والغير ملائمة كتخزين السلع المستوردة وقت الحروب

8- التأمين ضد التغيرات الطبيعية مثلما يقوم به سكان بعض المناطق الجليدية خلال فصل الصيف خوفاً من الإنهيارات الجليدية.