

برش جماعي للمزارع، والتشجيع على استعمال الأسمدة (سلفات الأمونيك).  
٣ - تصنيف الزيت علمياً حسب نسبة الحموضة.  
٤ - تكتيل مزارعي الزيتون وتنظيمهم، بحيث أمكن وضع تسعيرة شبه ثابتة.  
٥ - تطوير صناعة القف والتك للزيت، مما خدم، بطريق غير مباشرة، مزارعي الزيت جميعهم في المنطقة، بالإضافة الى أن الأسعار، التي حددت، مثالية ولم يحصل عليها سابقاً.

٦ - قطع الطريق على الوسطاء والسماسرة الذين اعتادوا التلاعب بالأسعار، بحيث لم تعد ظاهرة انخفاض الأسعار الى درجة كبيرة في الموسم، ثم ارتفاعها بشكل، مفاجيء عندما يطمئن التجار الى أن معظم الانتاج صار في مخازنهم.

٧ - تسويق الزيت تعاونياً، داخل البلاد وخارجها، بالاعتماد على الأصناف والأسعار المقررة من قبل اتحاد جمعيات عصر الزيتون. وقد سوّق اتحاد جمعيات عصر الزيتون ٣٠٠٠٠ تنكة زيت في عمان سنوياً، كحد أقصى. وهناك محاولة جادة للتسويق في الدول العربية. وقد توقف الاتحاد عن التسويق لعمان خلال عامي ١٩٧٥ و ١٩٧٦، ثم عاود نشاطه مرة أخرى.

### الجمعيات التعاونية الزراعية متعددة الأغراض

لوحظ أن جمعيات التسليف والتوفير الريفية لا تستطيع أن تقدم للأعضاء كافة الخدمات الضرورية أو جلّها، ولذلك وضعت خطة عامة في الأردن، لعام ١٩٦٦، تهدف الى ما يلي:

- ١ - تأسيس مجتمعات تعاونية تخدم عدداً من الجمعيات التعاونية المحلية، وبالتالي الأعضاء المنضمين لتلك التعاونيات.
- ٢ - أعمال هذه المجتمعات متعددة، وأبرزها التسويق والتوريد والتموين والخدمات، وخصوصاً تلك الأعمال التي تقدمها الجمعيات القائمة.
- ٣ - يراعى، في تأسيس تلك المجتمعات، ما تقدمه الجمعيات القائمة وحاجة المزارعين والناحية الجغرافية. وقد تم تقسيم محافظة الخليل، مثلاً، الى مناطق: حلحول، دورا، ومدينة الخليل.

هذا واعتبرت جمعية التسويق في حلحول نواة لمجمع حلحول، بالإضافة الى أنها ستكون نموذجاً لعمل المجتمعات الأخرى، حيث قامت بخدمات لأعضائها، من ٨ قرى في المحافظة، بلغ عددهم قرابة ٤٠٠ عضو، فضلاً عن ٧٠٠ من غير الأعضاء.

- ٤ - يمكن أن تكون هذه المجتمعات التعاونية جمعيات أولية، أي أعضاؤها أفراد، ويمكن أن تكون جمعيات ثانوية، أي أعضاؤها جمعيات أولية محلية.
- ٥ - حتى تستطيع أي مؤسسة من تقديم خدمات اقتصادية، لا بد من وجود حجم عمل معقول يستأهل توظيف جهاز تعاوني للإرشاد والإشراف، والمراقبة على الأعمال التعاونية في منطقة عمل كل مجمع.