استنفاد الأرز وتسويقه فى الجمهورية العربية المتحدة

للدكتور عبد الحميد فوزى العطار والدكتور محمد عبد الحميد ابراهيم الدسوقى والمهندس الزراعى على سليمان عيطة

مقدمة

يقصد بالاستهلاك تدمير منفعة السلعة تدميراً نهائياً ، أو الاستعمال المباشر للسلع والخدمات بقصد الحصول على منافعها . ويعتبر طلب المستهلك أهم صور الطلب النهائى للسلع والخدمات (زكى شبانة ١٩٦١) . وتهتم معظم الدراسات الاستهلاكية بدراسة طلب المستهلك باعتباره وحدة تمثلها الأسرة ، حيث إن الدراسات الاستهلاكية للأسواق المختلفة للسلع والخدمات إنما تعتمد بصفة رئيسية على دراسة السلوك الاستهلاكى الفردى فى مجموعة معينة ، كما وأن الدراسات الاستهلاكية لسلعة ما إنما هى مشتقة أساساً من مجموع الدراسات الاستهلاكية الفردية لهذه السلعة .

ويعتبر الطلب بمثابة المحدد النهائى لاتجاه النشاط الاقتصادى كله ، حيث إن الاستهلاك يقود الإنتاج عادة ، كما أن العلاقات التى تحكم سلوك المستهلك تعتبر ذات أهمية كبيرة إذ تلعب دوراً أساسياً فى تحديد مجموعة السلع النهائية التى ينتجها البنيان الاقتصادى . كذلك يعتبر الاستهلاك أحد المتغيرات الهامة التى تحدد معدلات التنمية الاقتصادية ، حيث إن التغير فى الهيكل الطلبى للسلع والخدمات يحدد إلى حد كبير ممكنات التنفيذ لمعدلات التنمية المنشودة . لذلك تهتم معظم الدراسات الاقتصادية الاستهلاك بتعيين العوامل التى تحدد النمط الاستهلاكى لكل مستهلك ، وتوضيح العلاقات بين هذه العوامل وبين النمط الاستهلاكى الفردى وبذلك يمكن التنبؤ بالتغير النمطى الذى يمكن أن يحدث نتيجة للتغير فى بعض أو كل هذه العوامل .

● الدكتور عبد الحميد فوزى العطار : أستاذ الاقتصاد الزراعى ، كلية الزراعة ، جامعة القاهرة .

● الدكتور محمد عبد الحميد ابراهيم الدسوقى : مدرس الاقتصاد الزراعى ، كلية الزراعة ، جامعة الأزهر .

● المهندس الزراعى على سليمان عيطة : باحث بوزارة التخطيط .

ويهدف هذا البحث إلى إلقاء الضوء على تطور الاستهلاك الداخلى من الأرز، والعوامل التى تؤثر عليه، وقياس المرونة الدخلية للأرز، وكذا دالة الطلب له. كذلك يهدف هذا البحث إلى دراسة تسويق الأرز فى الجمهورية العربية المتحدة وكيفية رفع الكفاءة التسويقية له.

استهلاك الأرز

تطور الاستهلاك الداخلى من الأرز فى الجمهورية العربية المتحدة خلال الفترة من عام ١٩٥٣/٥٢ حتى عام ١٩٦٦/٦٥ :

يتضح بدراسة تطور إجمالى المخصص للاستهلاك المحلى من الأرز خلال الفترة من عام ١٩٥٣/٥٢ حتى عام ١٩٦٦/٦٥ أن الكمية المستهلكة من الأرز فى الجمهورية العربية المتحدة بلغت ٣٢٥,٥ ألف طن تقريبا وذلك خلال عام ١٩٥٣/٥٢، ثم زادت الكمية المستهلكة إلى حوالى ٣٩٦,٢ ألف طن خلال عام ١٩٥٤/٥٣ بزيادة قدرها ٧٠,٧ ألف طن، وبنسبة زيادة تقدر بحوالى ٢١,٧٪ عن السنة السابقة لها. ثم استمرت الكمية المستهلكة فى الزيادة بعد ذلك حيث ارتفعت إلى ٥٧٢,٣ ألف طن تقريباً فى عام ١٩٥٥/٥٤ بزيادة قدرها ١٧٦,١ ألف طن، وبنسبة زيادة قدرها ٥٤,١٪ عن عام ١٩٥٤/٥٣. ثم نقصت الكمية المستهلكة خلال عام ١٩٥٦/٥٥ حيث بلغت حوالى ٥٥٣,٦ ألف طن بنقص قدره ١٨,٧ ألف طن عن السنة السابقة، وبنسبة نقص قدرها — ٥,٧٪، ثم عادت مرة ثانية إلى الزيادة حيث بلغت الكمية المستهلكة حوالى ٧٠٧,٦ ألف طن بزيادة قدرها ١٥٤ ألف طن، وبنسبة زيادة قدرها ٤٧,٣٪ فى عام ١٩٥٧/٥٦. ولكنها تراجعت مرة ثانية وانخفضت إلى ٦٣٢,٩ ألف طن بنقص قدره ٧٤,٧ ألف طن عام ١٩٥٧/٥٦، وبنسبة نقص قدرها — ٢٣٪ تقريباً. واستمرت الكمية المستهلكة فى الانخفاض حيث بلغت حوالى ٦٠٩ ألف طن خلال عام ١٩٥٨/٥٩ بنقص قدره ٢٣,٩ ألف طن، وبنسبة نقص قدرها — ٧,٣٪ تقريبا، ثم اتجهت إلى الارتفاع بعد ذلك حيث بلغ إجمالى الكمية المستهلكة حوالى ٧٩٤ ألف طن خلال عام ١٩٦٠/٥٩ بزيادة قدرها ١٨٥ ألف طن، وبنسبة زيادة قدرها ٥٦,٨٪ عن السنة السابقة لها. ثم نقصت الكمية المستهلكة مرة ثانية بمقدار ٤٥ ألف طن عام ١٩٦١/٦٠

جدول (١)

تطور الاستهلاك المحلى من الأرز

خلال الفترة (١٩٥٣/٥٢ حتى ١٩٦٦/٦٥)

السنة	كمية الأرز المستهلكة (بالألف طن)	مقدار التغير السنوى (بالألف طن)	الرقم القياسى	نسبة التغير السنوى ٪
١٩٥٣/٥٢	٣٢٥,٥	—	١٠٠,٠	—
١٩٥٤/٥٣	٣٩٦,٢	٧٠,٧	١٢١,٧	٢١,٧
١٩٥٥/٥٤	٥٧٢,٣	١٧٦,١	١٧٥,٨	٥٤,١
١٩٥٦/٥٥	٥٥٣,٦	—١٨,٧	١٧٠,١	—٥,٧
١٩٥٧/٥٦	٧٠٧,٦	١٥٤,٠	٢١٧,٤	٤٧,٣
١٩٥٨/٥٧	٦٣٢,٩	—٧٤,٧	١٩٤,٤	—٢٣,٠
١٩٥٩/٥٨	٦١٩,٠	—٢٣,٩	١٨٧,١	—٧,٣
١٩٦٠/٥٩	٧٩٤,٠	١٨٥,٠	٢٤٣,٩	٥٦,٨
١٩٦١/٦٠	٧٤٩,٠	—٤٥,٠	٢٣٠,١	—١٣,٨
١٩٦٢/٦١	٧٧٣,٠	٢٤,٠	٢٣٧,٥	٧,٤
١٩٦٣/٦٢	٩٤٧,٠	١٧٤,٠	٢٩٠,٩	٥٣,٤
١٩٦٤/٦٣	٨٨٩,٠	—٥٨,٠	٢٧٣,١	—١٧,٨
١٩٦٥/٦٤	١٠١١,٠	١٢٢,٠	٣١٠,٦	٣٧,٥
١٩٦٦/٦٥	٩٢٥,٠	—٨٦,٠	٢٨٤,٢	—٢٦,٤

المصدر :

(١) وزارة الزراعة : مصلحة الاقتصاد الزراعى ـ كشوف ميزانية التغذية ، سلسلة النشرات من عام ١٩٥٢ حتى ١٩٥٨ .

(٢) الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء ـ استهلاك السلع فى الجمهورية العربية المتحدة عام ١٩٦٦/٦٥ سبتمبر ١٩٦٧ ، للسنوات من ١٩٦٠/٥٩ الى ١٩٦٦/٦٥ .

وبنسبة نقص قدرها — ١٣,٨ ٪ ، ثم ارتفعت إلى ٧٧٣ ألف طن عام ١٩٦٢/٦١ بزيادة قدرها ٢٤ ألف طن ، وبنسبة زيادة قدرها ٧,٤ ٪ تقريباً . واستمرت فى الارتفاع حيث بلغت الكمية المستهلكة من الأرز فى خلال عام ١٩٦٣/٦٢ حوالى ٩٤٧ ألف طن بزيادة قدرها ١٧٤ ألف طن ، وبنسبة زيادة قدرها ٢٣,٤ ٪ عن عام ١٩٦٢/٦١ . ثم انخفض مرة أخرى إلى ٨٨٩ ألف طن خلال عام ١٩٦٤/٦٣ بنقص قدره ٥٨ ألف طن ، وبنسبة نقص قدرها — ٦,١ ٪ . ثم ارتفعت الكمية المستهلكة ثانية إلى ١٠١١ ألف طن خلال عام ١٩٦٥/٦٤ بزيادة قدرها ١٢٢ ألف طن ، وبنسبة زيادة قدرها ١٣,٧ تقريباً . ثم انخفضت بعد ذلك إلى ٩٢٥ ألف طن بنقص قدره ٨٦ ألف طن ، وبنسبة نقص قدرها — ٨,٥ ٪ تقريباً (جدول ١) .

ويلاحظ بدراسة تطور إجمالى الاستهلاك الداخلى من الأرز فى الجمهورية العربية المتحدة ، تذبذب الكمية بين الزيادة والنقص ، ويمكن أن يعزى النقص فى الاستهلاك إلى نقص الكمية المنتجة لنقص المساحة المنزرعة . فقد نقصت المساحة المنزرعة أرزا مثلا من ٩٦٢ ألف فدان عام ١٩٦٥/٦٤ إلى ٨٤٢ ألف فدان عام ١٩٦٦/٦٥ مما أدى إلى نقص الكمية المستهلكة من ١٠١١ ألف طن إلى ٩٢٥ ألف طن .

وتعزى الزيادة فى الاستهلاك كذلك إلى عدة عوامل سيرد ذكرها فيما بعد ومنها زيادة المساحة المنزرعة ، ويمكن أن يقال بوجه عام إن تذبذب الكمية المستهلكة يتبع تذبذب المساحة ، وأن زيادة الإنتاج من الأرز لا يتبعها زيادة فى الصادرات بل يتبعها زيادة فى الاستهلاك ، وهذا ما يوضح عدم اتباع سياسة سعرية وتصديرية مناسبة تقوم على أساس دراسات اقتصادية وسعرية علمية سليمة ، حيث إنه فى السنوات التى يزيد فيها إنتاج الأرز تقل الأسعار التى يشترى بها المستهلك عن الأسعار المحددة من قبل الحكومة ، الأمر الذى يترتب عليه زيادة إجمالى الاستهلاك الداخلى دون أن يترك فائضاً لتصديره ، أى أن الدولة لا تستفيد من تحقيق فائض فى الإنتاج للحصول على ما يلزمها من العملات الأجنبية ، ومن ثم فإنه قد يكون من الأجدى اقتصاديا أن تعمل الدولة على تحديد أسعار الأرز فى السوق المحلى ، وكذلك تحديد الكميات المخصصة للاستهلاك الداخلى المصرى مقدما حتى يتسنى لها تحقيق أهدافها التصديرية .

تطور الاستهلاك الفردى من الأرز فى الجمهورية العربية المتحدة خلال الفترة من عام ١٩٥٣/٥٢ حتى عام ١٩٦٦/٦٥ :

لقد أخذ متوسط نصيب الفرد السنوى من الأرز فى الزيادة المستمرة فقد ارتفع متوسط نصيب الفرد السنوى من الأرز من ١٥,٢ كجم تقريباً خلال عام ١٩٥٣/٥٢ إلى ١٨,١ كجم خلال عام ١٩٥٤/٥٣ ، بزيادة قدرها ٢,٩ كجم تقريباً وبنسبة زيادة قدرها ١٩,٠٧ ٪ تقريباً . ثم استمر فى الارتفاع حيث بلغ متوسط نصيب الفرد من الأرز حوالى ٢٥,٥ كجم خلال عام ١٩٥٥/٥٤ ، بزيادة قدرها ٧,٤ كجم ، وبنسبة زيادة قدرها ٤٨ ٪ تقريباً عن عام ١٩٥٤/٥٣ . ولكن عاد متوسط نصيب الفرد من الأرز إلى الانخفاض خلال عام ١٩٥٦/٥٥ حيث بلغ حوالى ٢٤,١ كجم ، بنقص قدره ١,٤ كجم ، وبنسبة نقص قدرها — ٩,٢ ٪ تقريباً . ثم ارتفع مرة ثانية إلى ٣٠,١ كجم ، بزيادة قدرها ٦ كجم ، وبنسبة زيادة قدرها ٣٩,٤ ٪ خلال عام ١٩٥٧/٥٦ ، ثم انخفض بعد ذلك مرة أخرى إلى ٢٦,٣ كجم خلال عام ١٩٥٨/٥٧ ، بنقص قدره ٣,٨ كجم عن عام ١٩٥٧/٥٦ ، وبنسبة نقص قدرها — ٢٥ ٪ .

ثم استمر متوسط نصيب الفرد من الأرز فى الانخفاض حيث بلغ ٢٤,١ كجم عام ١٩٥٩/٥٨ ، بنقص قدره ٢,٢ كجم ، وبنسبة نقص قدرها — ١٤,٤ ٪ عن عام ١٩٥٨/٥٧ . ثم عاد إلى الارتفاع حيث بلغ عام ١٩٦٠/٥٩ حوالى ٣٠,٧ كجم ، بزيادة قدرها ٦,٦ كجم ، وبنسبة زيادة قدرها ٥٣,٤ ٪ تقريباً .

ثم انخفض بعد ذلك إلى ٢٨,٢ كجم ، بنقص قدره ٢,٥ كجم ، وبنسبة نقص قدرها — ٢٦,٥ ٪ تقريباً خلال عام ١٩٦١/٦٠ عن عام ١٩٦٠/٥٩ . ثم ارتفع بعد ذلك متوسط نصيب الفرد الأرزى ارتفاعا طفيفا حيث بلغ ٢٨,٤ كجم عام ١٩٦٢/٦١ ، بزيادة قدرها ٠,٢ كجم ، وبنسبة زيادة قدرها ١,٣ ٪ تقريبا عن عام ١٩٦١/٦٠ .

ثم استمر هذا الارتفاع المتواصل فى متوسط نصيب الفرد حيث بلغ ٣٣,٩ كجم خلال عام ١٩٦٣/٦٢ بزيادة قدرها ٥,٥ كجم ، وبنسبة زيادة قدرها ٣٦,٢ ٪ تقريبا عن عام ١٩٦٢/٦١ . ولكنه ما لبث أن عاد إلى الانخفاض حيث بلغ متوسط نصيب الفرد الأرزى حوالى ٣١ كجم ، بنقص قدره ٢,٩ كجم ، وبنسبة

جـــدول (٢)

تطور الاستهلاك الفردى من الأرز خلال الفترة من عام (١٩٥٣/٥٢ حتى عام ٦٥ / ١٩٦٦)

السنوات	الاستهلاك الفردى بالكيلوجرام	مقدار التغير السنوى بالكيلوجرام	الرقم القياسى	نسبة التغير السنوى ٪
١٩٥٣/٥٢	١٥،٢	—	١٠٠	—
١٩٥٤/٥٣	١٨،١	٢،٩	١١٩،٧	١٩،٧
١٩٥٥/٥٤	٢٥،٥	٧،٤	١٦٧،٨	٤٨،١
١٩٥٦/٥٥	٢٤،١	١،٤ —	١٥٨،٦	٩،٢ —
١٩٥٧/٥٦	٣٠،١	٦،٠	١٩٨،٠	٣٩،٤
١٩٥٨/٥٧	٢٦،٣	٣،٨ —	١٧٣،٠	٢٥،٠ —
١٩٥٩/٥٨	٢٤،١	٢،٢ —	١٥٨،٦	١٤،٤ —
١٩٦٠/٥٩	٣٠،٧	٦،٦	٢٠٢،٠	٥٣،٤
١٩٦١/٦٠	٢٨،٢	٢،٥ —	١٨٥،٥	٢٦،٥ —
١٩٦٢/٦١	٢٨،٤	٠،٢	١٨٦،٨	١،٣
١٩٦٣/٦٢	٣٣،٩	٥،٥	٢٢٣،٠	٣٦،٢
١٩٦٤/٦٣	٣١،٠	٢،٩ —	٢٠٣،٩	١٩،١ —
١٩٦٥/٦٤	٣٤،٤	٣،٤	٢٢٦،٣	٢٢،٤
١٩٦٦/٦٥	٣٠،٧	٣،٧ —	٢٠٢،٠	٢٤،٣ —

المصدر :

(١) وزارة الزراعة : مصلحة الاقتصاد الزراعى — كشوف ميزانية التغذية ، سلسلة النشرات من عام ١٩٥٢ حتى ١٩٥٨ .

(٢) الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء — استهلاك السلع فى الجمهورية العربية المتحدة عام ١٩٦٦/٦٥ سبتمبر ١٩٦٧ ، للسنوات من ١٩٦٠/٥٩ الى ١٩٦٦/٦٥ .

قدرها — ١٩،١ ٪ تقريباً خلال عام ٦٣/١٩٦٤ عن عام ٦٢/١٩٦٣ . ثم عاود الارتفاع مرة أخرى حيث بلغ حوالى ٣٤،٤ كجم خلال عام ٦٤/١٩٦٥، بزيادة قدرها ٣،٤ كجم، وبنسبة زيادة قدرها ٢٢،٤ ٪ عن عام ٦٣/١٩٦٤ . ثم عاد إلى الانخفاض بعد ذلك خلال عام ٦٥/١٩٦٦ حيث بلغ متوسط نصيب الفرد الأرزى حوالى ٣٠،٧ كجم ، بنقص قدره ٣،٧ كجم ، وبنسبة نقص قدرها — ٢٤،٣ ٪ تقريباً (جدول ٢) .

العوامل التى تؤثر على استهلاك الأرز فى الجمهورية العربية المتحدة

يتأثر استهلاك الأرز بالجمهورية العربية المتحدة بعدة عوامل رئيسية أهمها : عدد السكان ، والدخل ، وإعادة توزيع الدخل ، وأسعار الأرز ، وأسعار السلع البديلة، ويوجد بجانب هذه العوامل الرئيسية عوامل أخرى لها أثرها أيضاً على استهلاك الأرز ، أهمها أذواق المستهلكين والعادات والتقاليد .

السكان :

من المعروف اقتصادياً أن كل زيادة فى عدد السكان من سنة إلى أخرى تعنى دخول أفراد جدد فى المجال الاستهلاكى ، ولما كانت زيادة السكان تقدر بحوالى ٢،٨ ٪ سنوياً، ومعنى هذا دخول ٢،٨ ٪ ومن ثم زيادة عدد المستهلكين وزيادة الطلب على السلع الغذائية والتى منها الأرز بوجه عام ، فقد زاد عدد السكان من ٢٥٦١٥ ألف نسمة[1] فى عام ٥٩ / ١٩٦٠ إلى ٢٩٤٥٦ ألف نسمة فى عام ٦٤/١٩٦٥، بزيادة قدرها ٣٨٢١ ألف نسمة وبمتوسط سنوى قدره ٧٦٨ ألف نسمة وبمعدل نمو سنوى قدره ٢،٨ ٪ سنوياً ، بينما زاد الاستهلاك الكلى من الأرز من ٧٩٤ ألف طن خلال عام ٥٩/١٩٦٠[2] إلى ١٠١١ ألف طن تقريباً عام ٦٤/١٩٦٥ بزيادة قدرها ٢١٧ ألف طن وبنسبة زيادة قدرها ٤٠،٣ ٪ تقريباً ، أى بمعدل زيادة سنوية نحو ٨ ٪ تقريباً . ويمكن أن تعزى هذه الزيادة السنوية فى استهلاك الأرز إلى الزيادة السنوية فى السكان ، وبقياس هذه العلاقة إحصائياً بين تزايد السكان والكميات المستهلكة من الأرز خلال الفترة (٥٢/١٩٥٣ — ٦٥/١٩٦٦) وجد أن معامل الارتباط بين هذين المتغيرين

---

(١) **المصدر** : وزارة التخطيط القومى (١٩٦٦) متابعة وتقييم المعالم الأساسية للتنمية فى الخطة الخمسية الأولى (٦٠/١٩٦١ الى ٦٤ /١٩٦٥)

(٢) **المصدر** : جدول (١) .

طردى ويساوى ٧٣, تقريباً ، وبالإضافة إلى ذلك فإن التركيب السكانى فى الجمهورية العربية المتحدة يساعد على زيادة الاستهلاك دون مقابل فى الإنتاج . فالفرد يبدأ فى الاستهلاك لحظة أن يولد ولكنه لا يستطيع أن ينتج إلا بعد بلوغه سناً معينة، وبالتالى يزيد عدد الأفراد الذين لم يصلوا إلى سن العمل بعد، مما يؤدى إلى زيادة المستهلكين مع عدم وجود إضافة جديدة للإنتاج . ومن هنا تبرز أهمية الدراسات السكانية باعتبارها محور دراسة الاستهلاك والمتسببة فيه .

كذلك فإن تغير التوزيع الإقليمى للسكان ، أى الهجرة الداخلية تلعب دوراً كبيراً فى تغيير النمط الاستهلاكى فى الاقتصاد القومى حيث إن استهلاك الوحدات العائلية فى الحضر يختلف عن استهلاك الوحدات العائلية فى الريف المماثلة لها فى بقية الظروف من حيث الدخل وعدد أفرادها والتركيب العمرى لهم وغير ذلك من العوامل الأخرى . وترجع أهمية دراسة حركة الهجرة للحضر فى مجال دراسة الاستهلاك إلى ما هو معروف من الاختلاف الكبير فى النمط المعيشى بين سكان الريف وسكان الحضر . ويؤدى استمرار الهجرة من الريف إلى الحضر إلى تغيرات فى الطلب الكلى على بعض السلع والخدمات سواء بالنقص أو الزيادة . ومن بحث ميزانية الأسرة بالعينة لعام ١٩٥٨[٣] وبمقارنة متوسط استهلاك الفرد من الأرز فى كل من الريف والحضر فى نفس فئات الإنفاق الكلى يتضح التفاوت الكبير فى الإنفاق الاستهلاكى فى كل من الريف والحضر ، وكذلك فإن التوزيع العددى بين سكان الريف والحضر يؤكد زيادة الهجرة من الريف إلى الحضر مما يعمل على زيادة عدد الوحدات الاستهلاكية فى الحضر عنه فى الريف .

الدخل :

يعتبر دخل الفرد العامل الرئيسى المحدد لمقدار ما يستهلكه حيث إنه كلما ارتفع دخل فرد ما ، زاد مقدار ما يستهلكه من السلع والخدمات . ومن المعروف أن متوسط نصيب الفرد من الدخل القومى فى الجمهورية العربية المتحدة قد زاد

---

(٣) **المصدر** : اللجنة المركزية للاحصاء (١٩٦١) بحث ميزانية الاسرة بالعينة فى مصر (١٩٥٩/١٩٥٨) .

من ٤٤,٢ جنيه عام ١٩٥٣/٥٢ إلى ٥٩,٦ جنيه تقريباً عام ١٩٦٦/٦٥ ، بينما زاد متوسط نصيب الفرد السنوى من الأرز المبيض من ١٥,٢ كجم إلى ٣٠,٧ كجم . أى أن زيادة دخل الفرد تبعها زيادة فى متوسط استهلاكه من الأرز ، وكذلك فإنه بالرجوع إلى بحث ميزانية الأسرة بالعينة لعام ١٩٥٨ نجد أن زيادة فئات الدخل يتبعها زيادة فى استهلاك الأرز، سواء كان ذلك بالنسبة للريف أو الحضر على السواء .

كذلك فإن إعادة توزيع الدخول كنتيجة للتحول فى النظام الاقتصادى بالجمهورية العربية المتحدة إلى النظام الاشتراكى وما تلى ذلك من قرارات وتنظيمات اقتصادية أدت إلى زيادة الأجور بمعدلات كبيرة حيث زادت الأجور من ٥٤٩,٥ مليونا من الجنيهات فى عام ١٩٦٠/٥٩ إلى ٨٧٨,٩ مليوناً من الجنيهات فى عام ١٩٦٥/٦٤ (٤) ، بزيادة قدرها ٣٢٩,٤ مليوناً من الجنيهات وبنسبة زيادة قدرها ٥٩,٩ ٪ تقريباً وبمعدل زيادة سنوى قدره ٩,٩ ٪ تقريباً . وقد انعكس معظم هذه الزيادة فى الدخول فى الطلب على السلع الاستهلاكية . هذا بالإضافة إلى أن جزءا كبيراً من عوائد التملك فى قطاع الزراعة بعد نشر الملكيات الصغيرة يعتبر دخولا شبيهة بالأجور، وقد انعكست هذه العوائد كذلك فى زيادة الطلب على السلع الاستهلاكية وبالتالى فى الزيادة الطلبية الأرزية .

وحيث إن ارتفاع متوسط نصيب الفرد من الدخل القومى وكذلك خلق دخول جديدة أو إعادة توزيع الدخل لصالح الطبقات الفقيرة نتيجة لقوانين الإصلاح الزراعى وانتقال السكان من الريف إلى الحضر نتيجة للتوسع فى التصنيع، تعتبر كل هذه العوامل ذا أثر مساعد على زيادة الكميات المستهلكة من الأرز فى الجمهورية العربية المتحدة، ومن ثم فإنه تبرز أهمية قياس المرونة الدخلية للأرز حتى يمكن معرفة أثر هذه العوامل على الاستهلاك الفردى الأرزى .

ومن تعريف المرونة الدخلية والتى تقيس التغير فى الكمية المستهلكة إلى التغير النسبى فى الدخل ، أى أنها تقيس مدى استجابة الكميات المستهلكة

---

(٤) **المصدر** : وزارة التخطيط القومى (١٩٦٦) متابعة وتقييم المعالم الأساسية للتنمية فى الخطة الخمسية الاولى (١٩٦١/٦٠ الى ١٩٦٥/٦٤) .

للتغير فى الدخل ، فلو رمزنا للدخل الفردى فى سنة الأساس بالرمز (س)، ورمزنا للتغير فى الدخل الفردى بالرمز (د س) ، ورمزنا لنصيب الفرد من الانرز فى سنة الأساس بالرمز (ص) ، ورمزنا للتغير فى نصيب الفرد بالرمز (د ص)، فإنه من تعريف المرونة والتى هى :

$$\text{المرونة} = \frac{\text{د ص}}{\text{ص}} \div \frac{\text{د س}}{\text{س}}$$

$$= \frac{\text{د ص}}{\text{د س}} \times \frac{\text{س}}{\text{ص}} \quad \cdots \quad \cdots \quad (١)$$

ويمكن اعتبار العلاقة بين متوسط نصيب الفرد من الدخل القومى وبين الاستهلاك القومى الأرزى علاقة خطية تمثلها المعادلة التالية :

$$\text{ص} = \text{ا س} + \text{ب} \quad \cdots \quad \cdots \quad \cdots \quad (٢)$$

حيث ا ، ب ثوابت يمكن حسابهما بطريقة المربعات الصغرى .

وباستخدام المعادلة الخطية السابقة يمكن حساب المشتقة الأولى لها هى :

$$\frac{\text{د ص}}{\text{د س}} = \text{ا}$$

ومن المعادلة (١)

$$\therefore \text{المرونة} = \frac{\text{س}}{\text{ص}} \times \text{ا}$$

وبالتعويض عن قيمة ص من المعادلة (٢)

$$\text{فإن المرونة}^{(٥)} = \frac{\text{ا س}}{\text{ا س} + \text{ب}}$$

---

(٥) **المصدر** : وزارة التخطيط القومى ، شعبة التجارة الداخلية مفهوم المرونة وطرق احتسابها (بحث غير منشور) .

وباستخدام طريقة المربعات الصغرى فإنه أمكن تقدير المرونة الدخلية للأرز وكانت قيمتها حوالى واحد صحيح تقريبا . وهذه العلاقة موجبة ، وتعنى أن التغير فى الطلب يسير فى نفس اتجاه تغير الدخل ، ويدل تقدير المرونة الإنفاقية للأرز بمقدار واحد صحيح أنه بتغير الدخل بمقدار ١ ٪ فإن ذلك قد يؤدى إلى تغير الكميات المستهلكة من الأرز بنفس الدرجة . وتسمى المرونة الدخلية فى هذه الحالة بالمرونة المتكافئة ، أى أن استجابة تغير الكميات يكون بنفس درجة تغير الدخل . ويمكن الاستفادة من ذلك فى الدراسات الاستفادية والتصديرية عن طريق اتباع سياسة التحكم السعرى وذلك برفع أسعار الأرز بنسبة معينة فإنه يمكن تقييد الاستهلاك بنسبة مقابلة وبالتالى ترك فائض للتصدير .

أسعار الأرز :

من المعروف أن الكمية المطلوبة من سلعة ما تتوقف أساسا على سعرها الذى تباع به فى الأسواق ، إذ يلاحظ أن هذه الكمية المطلوبة من سلعة معينة تتناسب عكسيا مع تغير أسعار تلك السلعة تبعاً لقانون الطلب فتزداد الكمية المطلوبة بانخفاض السعر ، وتقل بارتفاعه ، بفرض ثبات العوامل الأخرى على ما هى عليه (محمد الدسوقى ١٩٦٤)، إذ أن كل مستهلك قادر بدخله المحدد أن يزيد الكمية التى يقبل على شرائها بانخفاض السعر ، خاصة وأن منفعة الوحدات المثالية من سلعة ما تقل باستمرار طبقاً لقانون تناقص المنفعة ، إلا أنه بانخفاض سعر هذه السلعة فإن المستهلك يقبل على شراء وحدات أخرى منها وفى هذه الحالة يتساوى سعرها مع المنفعة التى ينتظر أن يحصل عليها نتيجة هـــذه الوحدات الإضافية ، أو بمعنى آخر فإن المستهلك حين يقبل على شراء كمية معينة من سلعة ما يقارن بين المنفعة الحدية لهذه الكمية وبين المنفعة الحدية للنقود والتى يدفعها فى شرائها . وكما أن انخفاض سعر السلعة قد يسمح لذوى الدخول المنخفضة بشراء كميات من هذه السلعة ، بينما يزيد بعض المستهلكين الكميات المشتراة من هذه السلعة .

وحيث إن الطلب على الأرز فى الجمهورية العربية المتحدة يتوقف على أسعاره وحيث كذلك إن مرونة أسعار الطلب مرتفعة (برتبال سنج ١٩٥٩) فإن أى تغير طفيف فى سعر الأرز سوف يسبب تغيراً كبيراً نسبياً فى الكمية المطلوبة ولكن فى اتجاه عكسى للأسعار ، ويدل ذلك على أن الطلب على الأرز يعتبر مرنا إلى حد كبير ،

ومن المعروف أن أسعار الأرز منذ عام ١٩٣٩ حتى الآن إنما تخضع لسياسة التحكم السعرى . ولدراسة الطلب على الأرز حتى يمكن التعرف على العلاقة السعرية بالكميات المستهلكة قد أمكن تكوين سلسلة زمنية للأسعار الحقيقية بإزالة آثار التضخم والانكماش من الأسعار النقدية ، ويقصد بالسعر الحقيقى هو ذلك السعر الجارى مصححا بأثر تغير وحدة النقود ، وبعبارة أخرى السعر الجارى مقسوما على رقم قياس لتغير الأسعار ، أى أن :

$$\text{السعر الحقيقى} = \frac{\text{السعر النقدى}}{\text{الرقم القياسى لأسعار الجملة}}$$

ومن المعروف إحصائيا ورياضيا أن معادله الطلب فى صورتها العامة ، هى :

$$ط = د (س) .$$

وذلك بفرض بقاء العوامل الأخرى المؤثرة على استهلاك الأرز على ما هى عليه ، حيث تشير (ط) إلى الطلب على سلعة ما ، بينما تدل (س) على سعر هذه السلعة . وتقوم هذه العلاقة على أساس ثلاثة مجاميع من الافتراضات ، هى :

(ا) أن المستهلك يتصرف بطريقة عقلية rational فى سعيه إلى تحقيق أكبر منفعة . (ب) أن هذه الدالة وحيدة القيمة للدخل والأسعار . (حـ) أن دالة الطلب متجانسة من الدرجة الصفرية ، بمعنى أنه إذا تغيرت الأسعار والدخل بنفس النسبة فإن الكمية المطلوبة تظل كما هى .

وقد استخدم الاقتصاديون فى تحليلهم لدالة الطلب صوراً رياضية مختلفة (حسين العمرى ١٩٦٧) . وقد استخدم هذا البحث المعادلة الرياضية التالية للدلالة على العلاقة بين الكميات المستهلكة من الأرز وأسعاره فى الجمهورية العربية المتحدة :

$$ط = ا + حـ س$$

حيث تشير (ط) إلى لوغاريتم الطلب بعد تصحيحه بأثر التغير فى الدخل باستخدام المرونة الدخلية للطلب التى سبق الحصول عليها ، وأن (س) = لوغاريتم السعر الحقيقى ، بينما تمثل (حـ) مرونة دالة الطلب ، وهى تعنى ثبات القيمة العددية لمرونة الطلب على السلعة مهما تفاوتت القيمة العددية للمتغير المستقل (س) ، وبمعنى آخر فإن (حـ) تمثل مرونة السعر .

وباستخدام طريقة المربعات الصغرى فإنه أمكن تقدير الطلب على الأرز كما يلى:

ط = ٠,٧١ — ١,٠٢ س

ويتضح بتحليل دالة الطلب على الأرز فى الجمهورية العربية المتحدة أن المرونة السعرية للأرز مرتفعة ، ويبين ذلك بوضوح مدى الاستجابة الكبيرة للتغيرات فى الكميات المستهلكة من الأرز بالنسبة للتغيرات السعرية[٦] إذ يقدر معامل المرونة السعرية الأرزية بحوالى — ١,٢ تقريبا ، ويدل ذلك على أنه بزيادة أسعار الأرز بمقدار ١٪ فإن الكمية المستهلكة من الأرز بالنسبة للفرد ستنخفض بمقدار أكبر يقدر بنحو ١,٢٪ تقريبا، بينما إذا انخفضت أسعار الأرز بمقدار ١٪ تقريبا فإن الكميات المستهلكة من الأرز للفرد تزيد بمقدار أكبر يقدر بنحو ١,٢٪ تقريبا .

وتوضح هذه العلاقة بجلاء تام مدى ما يمكن للسياسة المصرية أن تفعله فى التحكم السعرى للأرز ، خاصة وأن الأرز من الزروع التصديرية أو يمكن عن طريق اتباع السياسة السعرية الرشيدة والقائمة على مثل هذه الدراسات الاقتصادية والإحصائية معرفة المدى الذى يمكن جنيه والأهداف القومية التى يمكن تحقيقها من جراء ذلك ، إذ أن الجمهورية العربية المتحدة تقوم بتنفيذ الخطط الاقتصادية الرامية إلى اتساع قاعدة الاستثمارات الصناعية وغير الصناعية التى تعتمد أساسا على القنوات الاستثمارية الأجنبية والتى بدورها تعتمد على القاعدة التصديرية للصادرات المصرية والتى يمثل الأرز أحد الأعمدة الرئيسية فيها .

ويدل ذلك أنه عندما ارتفع سعر الأرز فى عام ١٩٦٦ فقد أدى ذلك إلى خفض الكميات المستهلكة مما ترك فائضا إنتاجيا أرزيا على استهلاكه أدى إلى زيادة الصادرات منه وبالتالى زيادة وارداتنا من العملات الأجنبية ، ومن ثم فإنه قد يكون من الأجدى اقتصاديا وفى ظل الظروف الاقتصادية المصرية الحالية

---

(٦) هذا وقد قدر بترتبال سنج خبير الاقتصاد الزراعى بمنظمة الاغذية والزراعة المرونة السعرية له بنحو ٠,٥ وهذا الرقم يتمشى مع الرقم الذى استخرج فى هذا البحث .

والمرتبة الهادفة إلى الإنماء الاقتصادى فى كافة القطاعات الإنتاجية والاقتصادية المختلفة ألا تعود الأسعار الارزية إلى الانخفاض أو على الأقل ألا يحدث انخفاض سعرى أرزى كبير وذلك إذا ما اضطرت الدولة إلى السياسة التخفيضية مراعاة للنواحى الاجتماعية المصرية وبهدف تخفيف العبء على مستهلكى الأرز ، كذلك أيضا فإنه عند اتخاذ أى قرار سعرى بالتخفيض يجب النظر إلى ما يترتب عليه من عجز فى حصيلة الصادرات نتيجة لزيادة الاستهلاك .

ويوجد بعض السياسات التى يمكن باتباعها الحد من تزايد الاستهلاك أهمها :

(١) التحكم فى الدخول الموزعة بحيث يكون هناك تناسب بين هذه الدخول وحجم الاستهلاك النهائى المراد عدم تجاوزه وذلك عن طريق احتجاز بعض هذه الدخول عن منبع توزيعها .

(٢) بعد توزيع الدخول يجب التحكم فى الطلب على السلع التى تتجه إليها هذه الدخول وذلك عن طريق اتباع السياسات السعرية المناسبة .

أسعار السلع البديلة :

من المعروف اقتصاديا أنه كلما ارتفعت أسعار السلع التى يمكن إحلالها محل السلعة موضوع الدراسة فإن ذلك قد يؤدى إلى زيادة الكميات المشتراة من هذه السلعة . أما إذا انخفضت أسعار هذه السلع فإن ذلك قد يؤدى إلى تحول المستهلك عنها ، ومن ثم تقل الكمية المستهلكة من هذه السلع عموما .

وبدراسة تأثير ذلك العامل الاقتصادى على استهلاك الأرز المصرى فإنه يلاحظ أن ارتفاع سعر الوحدة الوزنية من أربعة قروش إلى ثمانية قروش أدى إلى نقص الكمية المستهلكة من الأرز من ١٠١١ ألف طن أرز فى عام ٦٤/١٩٦٥ إلى ٩٢٥ ألف طن فى عام ٦٥/١٩٦٦ بمعدل انخفاض قدره حوالى — ٩ ٪ ثم إلى ٦٤٧ ألف طن عام ٦٦/١٩٦٧ بمعدل انخفاض قدره — ٣٠ ٪ وذلك عن عام ٦٥/١٩٦٦ ، بينما قد زادت الكمية المستهلكة من المكرونة من ٥٤,٣ ألف طن عام ٦٤/١٩٦٥ إلى ١٦٦ ألف طن عام ٦٥ / ١٩٦٦ بمعدل زيادة قدره ٢١,٥ ٪ ثم إلى ٨٠ ألف طن عام ٦٦/١٩٦٧ بمعدل زيادة قدره ٢١,٢ ٪ عن عام ٦٥/١٩٦٦ وبنسبة زيادة قدرها ٤٧,٣ ٪ عن عام ٦٤/١٩٦٥ (٧) .

(٧) المصدر : وزارة التخطيط (١٩٦٨) متابعة وتقييم النمو الاقتصادى فى الجمهورية العربية المتحدة عن السنة المالية (٦٦/١٩٦٧) .

ويتأثر استهلاك الأرز فى الجمهورية العربية المتحدة بعوامل أخرى أهمها: العادات الغذائية ، وكذلك التقاليد ، ويتضح ذلك من مقارنة معدل الاستهلاك الفردى فى كل من الريف والحضر وكذلك العوامل الأخرى التى تؤثر على الوعى الغذائى.

تسويق الأرز فى الجمهورية العربية المتحدة

يتبين مما تقدم الأهمية الرئيسية لمحصول الأرز من الناحية الاستهلاكية الداخلية ، وتزداد الأهمية الأرزية المصرية فيما يحققه هذا المحصول من إيرادات نقدية أجنبية والتى تعتبر أحـــد الأعمدة الرئيسية لتمويل مشروعات خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية فى الجمهورية العربية المتحدة . كذلك تبرز أهمية الأرز على مستوى المزارع الفرد حيث يحقق هذا الزرع النباتى زيادة دخلية مزرعية عالية لغالبية الزراع ، كما وأنه يتمتع بميزة نسبية عالية على بدائله من الزروع النباتية المنافسة له فى الدورة الزراعية . وقد يبدو أنه على الرغم من ارتفاع كل من القيمة المضافة لمحصول الأرز ، والسعر المزرعى المحدد من قبل الحكومة وما اقترح من سعر مجز لهذا الزرع النباتى فإن ما يحصل عليه منتجو الأرز من الأسعار التى يدفعها مستهلكوه قد تعتبر ضئيلة إلى حد ما ، بحيث لا تتعدى ٥٠٪ تقريبا من السعر الذى يدفعه المستهلك فى ظل نظام التسويق الحر . وقد تبرز هذه الهوة — بين ما يدفع لمنتج الأرز من سعر وبين ما يدفعه المستهلك الفرد — كبر التكاليف التسويقية الأرزية خلال الفترة الآنفة للتسويق التعاونى الأرزى حيث إن الفرق بين سعر المزرعة لسلعة ما وبين سعر المستهلك الفرد لها يمثل فى الواقع التكاليف التسويقية لهذه السلعة ، الأمر الذى ترتب عليه قيام المنظمات والمؤسسات التعاونية بعملية التسويق الأرزى فى الجمهورية العربية المتحدة . ومن ثم فإنه تبرز أهمية الدراسة التسويقية الأرزية قبل تطبيق نظام التسويق التعاونى الأرزى وبعد تطبيق هذا النظام ، إذ من المعروف اقتصاديا أن تحقيق الكفاءة التسويقية للأرز سوف يعود بالفائدة المرجوة لكل من الدخل القومى المصرى من ناحية ولدخل المزارع الفرد المنتج للأرز من ناحية أخرى وليس من المغالاة فى القول إذا قيل إن رفع الكفاءة التسويقية الأرزية سوف يخلق أسواقا عالمية جديدة للأرز المصرى مما يؤدى إلى تحقيق سعر دولى عال من ناحية وزيادة الطلب الخارجى على الأرز المصرى

من ناحية أخرى ، وهذا فى مجمله يؤدى إلى زيادة واردات الجمهورية العربية المتحدة من العملات الأجنبية اللازمة لعمليات الإنماء الاقتصادى المصرى، كما وأنه من ناحية أخرى يؤدى أيضاً إلى أن يحفز منتجى الأرز فى الجمهورية العربية المتحدة نحو الوصول إلى الكفاءة الإنتاجية المزرعية الأرزية القصوى حيث إنه فى ظل هذه الظروف السعرية الدولية المجزية سوف يحقق المزارع الفرد أقصى عائد مزرعى ممكن من هذا المحصول .

تسويق الأرز قبل التجربة التعاونية فى الجمهورية العربية المتحدة :

يمكن تقسيم المراحل التسويقية الأرزية المختلفة والسابقة لعام ١٩٦٦/٦٥ الذى طبق فيه نظام التسويق التعاونى إلى مراحل مختلفة ، تختلف كل مرحلة عن الأخرى من حيث طريقة التسويق والجهات المشرفة عليها وغير ذلك من العوامل الأخرى .

كان يسود الأسواق الأرزية المصرية خلال الفترة السابقة لعام ١٩٣٩ المنافسة الحرة حيث يبيع الزراع ما كان يفيض عن حاجتهم لتجار الداخل والذين يقومون بدورهم بتداول المحصول حتى يصل فى النهاية إلى تجار وشركات التصدير والتى تقوم بدورها بتصدير الأرز للأسواق العالمية (زكى شبانة ١٩٦١) . وكانت عمليات التصدير فى ذلك الوقت حرة لا تخضع إلا لقيد واحد فقط وهو ضريبة الصادرات وكانت محدودة بواقع ١ ٪ تقريباً [٨] من قيمة المصدر الأرزى ولقد صدر القانون رقم ٩٥ عام ١٩٣٩ والذى أعطى لوزير الدفاع الحق فى حصر الكميات الموجودة من الأرز بمصر ورقابتها ، ثم انتقل هذا الحق فى نفس السنة من وزير الدفاع إلى لجنة التموين ثم إلى وزارة التموين فى عام ١٩٤٠ ، إلا أن هذا الحق قد خول لوزارة التجارة والصناعة عام ١٩٤٦ بعد إلغاء وزارة التموين ، ثم عاد هذا الحق ثانية عام ١٩٤٨ إلى وزارة التموين بعد إعادة تشكيلها ، وكانت وزارة التموين تقوم بتنظيم إنتاج وتسويق واستهلاك الأرز بما فى ذلك الاستيلاء على الكميات المقررة على الزراع ، كذلك إعطاء التراخيص بتبييض الأرز فى

---

(٨) **المصدر** : وزارة التخطيط ، شعبة التجارة الخارجية ، سجلات الشعبة (١٩٦٠/٥٩) .

الفراكات والقيام أيضاً بتحديد الأسعار وتنظيم المبيعات والمشتروات الأرزية .
ومنذ عام ١٩٥٨ كانت وزارة التموين تعتبر المشترية الوحيدة لمحصول الأرز الشعير حيث قامت بتكليف بنك التسليف الزراعى والتعاونى وبنك مصر وبنك الاسكندرية بشراء الأرز الشعير من الزراع مباشرة أو من صغار التجار المحليين المنتشرين فى الريف بالقرب من مناطق الإنتاج لحساب الوزارة ، وكانت هذه البنوك تقوم بتمويل الزراع والتجار الذين يتعاقدون معها على تسليم محصولهم لها ، وكان الزراع والتجار المتعاقدون يقومون بتسليم الأرز الشعير فى عبواته لأقرب الشون التابعة لهذه البنوك ويقوم أمناء الشون بوزنه واستلامه ، ويقوم مندوبون اخصائيون من البنوك بتحديد رتبة ودرجة نظافة الأرز ومحاسبة أصحابه على باقى الثمن المستحق لهم طبقاً لدرجة النظافة والرتبة التى تم تحديدها .

وتقوم أيضاً مضارب الأرز الموجودة فى مناطق الإنتاج بمهمة شراء الأرز من التجار والمنتجين بتصريح من وزارة التموين وفقاً للكميات التى تصرح بها الوزارة ، وكانت الوزارة بعد ذلك تشرف على ضرب الأرز واستلامه لتنظيم استهلاكه المحلى وتصديره للبلاد المستوردة فى المواعيد المحددة وطبقاً للمواصفات المطلوبة والأسعار العالمية المحددة ، وكانت الوزارة فى تنظيمها لتوزيع الأرز للاستهلاك المحلى تعطى لكل تاجر من تجار الجملة تصريحا بنصيبه من الأرز الأبيض ، ويتم بناء على هذا التصريح استلام الحصص المقررة لهؤلاء التجار من مضارب الأرز . وكانت الحصة المخصصة لكل تاجر من الأرز الأبيض تحددها الوزارة وفقاً لمتوسط مبيعات كل منهم خلال عامين متتالين ، ويقوم تجار الجملة بتسليم تجار التجزئة التابعين لهم الحصة المقررة لكل منهم أيضاً والتى يتم تحديدها طبقاً لخبرة تجار الجملة فى مناطق التوزيع وطبقاً لاحتياجات كل منهم ومبيعاته الأرزية .

ولقد كانت الكميات التى تشرف وزارة التموين على تسويقها من الأرز تمثل النسبة الكبرى من المحصول الأرزى ، سواء داخل الجمهورية العربية المتحدة أو خارجها ، أما بقية المحصول الأرزى فكان عبء تسويقه محلياً يقع على تجار الريف الذين يقومون بتبييضه فى الفراكات المنتشرة فى القرى وعادة ما كانت تسوق هذه الكميات بأسعار تزيد أو تنقص عن أسعار وزارة التموين تبعا لطول الفترة

التى تمر بين ظهـــور المحصول وتاريخ التسويق ، فى فترة ظهور الأرز تصل الأسعار الأرزية إلى أقل ما يمكن ، بينما ترتفع فى نهاية الموسم الزراعى .

وقد ظل تسويق الأرز خاضعاً لهذه النظم خلال الفترة (١٩٥٨ — ١٩٦٢) حيث تم إنشاء المؤسسة المصرية العامة للمطاحن والمضارب والمخابز عام ١٩٦٢ (٩) ولقد قامت هذه المؤسسة بالتعاقد مع كل من كبار منتجى الأرز وتجار الأرز على شراء محصول الأرز الشعير . كذلك فقد قامت مؤسسة الائتمان الزراعى والتعاونى فى الجمهورية العربية المتحدة بشراء محصول الأرز من المنتجين والتجار الذين يحصلون على قروض من المؤسسة ، ثم تقوم المؤسسة بتخزين هذه الكميات الأرزية المشتراة فى شونها ثم تسليمها للمؤسسة المصرية العامة للمطاحن والمضارب والمخابز مع إضافة عمولة لكل ضريبة نظير ماتحملته مؤسسة الائتمان من تكاليف. ولقد كان السعر الذى تدفعه المؤسسة المصرية العامة للمطاحن لبنك التسليف الزراعى والتعاونى عبارة عن سعر الشراء الذى دفعه البنك مضافا إليه نحو ١٨٠ مليما تقريباً للضريبة الأرزية الواحدة ، ولقد كان تقدير هذا المبلغ المضاف على ثمن شراء الضريبة على أساس أن حوالى ٥٩ مليما كعمولة ونحو ٤٠ مليما أجرة وزن و ٢٠ مليما كمصاريف تخزين عن كل شهر يمكث المحصول بشون المؤسسة وأخيراً ستون مليما مصاريف نثرية (١٠) مختلفة .

ومن الملاحظ أن كميات الأرز التى قامت مؤسسة الائتمان بشرائها لحساب مؤسسة المضارب كانت قليلة بسبب ما قامت به مؤسسة المضارب من توسيع نطاق عملها وشرائها المباشر من الزراع والتجار وقيامها بالتسليف على الأرز . هذا فى الوقت الذى امتنع فيه بنك التسليف الزراعى والتعاونى عن التمويل المزرعى الأرزى ، أو قام بتغيير عملية التمويل هذه تاركا مهمة شراء محصول الأرز لمؤسسة المضارب .

ويتبين مما تقدم أن دور الدولة ومؤسساتها التجارية فى التسويق الأرزى لم

---

(٩) **المصدر** : قرار جمهورى رقم ٥٦٣ بتاريخ ١٩٦٢/١/٣١ والخاص بانشاء المؤسسة المصرية العامة للمضارب والمطاحن والمخابز .

(١٠) **المصدر** : المؤسسة المصرية العامة للمضارب .

يكن يخدم سوى المنتج القادر على التعاقد معها، أما المنتج الأرزى غير القادر فكان يترك فريسة للتجار والسماسرة الذين كانوا يستنزفون خيرات جهده فى سبيل تحقيق أرباح طائلة لهم ، فقد كان الزارع الصغير يعجز عن الوصول إلى المؤسسة المصرية العامة للمطاحن والمضارب للتعاقد معها نتيجة لجهله من ناحية ولعجزه المالى من ناحية أخرى ، ومن ثم فإن السلف التى كان يقدمها التجار إلى صغار منتجى الأرز قبل نضج محصولهم كانت تضع قيوداً على هؤلاء المنتجين حيث لا يستطيع هؤلاء المنتجون التعاقد على بيع ناتجهم الأرزى إلا لهؤلاء التجار الممولين لإنتاجهم المزرعى .

وحيث إن صغار المنتجين للأرز — مثلهم فى ذلك مثل منتجى بقية الزروع الأخرى — يمثلون السواد الأعظم للمنتجين الزراعيين فى الجمهورية العربية المتحدة فإنه يبرز الدور الاحتكارى الكبير الذى يقوم به التجار المحليون وتجار الجملة ومدى تحكمهم السعرى واحتكارهم للأسواق الأرزية الداخلية فى الجمهورية العربية المتحدة .

ويعتبر التجار المحليون للأرز سماسرة فقط حيث يعمل غالبيتهم لحساب كبار التجار منهم، اللهم إلا فئة قليلة منهم كانت تشترى لحسابها الخاص، وينتشر هؤلاء التجار فى جميع أنحاء الريف بالقرب من مناطق الإنتاج الأرزى . وكان البعض منهم يستغل بعض السماسرة الذين يعيشون عادة على مهنة الزراعة ويحترفون عملية السمسرة نظير أجر من التاجر المحلى المتخصص فى تجارة الزروع ، وكانوا دائماً يقومون بحلقة الاتصال بين هؤلاء التجار وبين المنتج . ولقد استغل هؤلاء التجار حاجة الزراع الماسة لرؤوس الأموال أثناء خدمة المحصول ، الأمر الذى ترتب عليه قيام هؤلاء التجار بتسليف الزراع على محصولهم قبل نضجه ، وبهذا يتحقق هدف التاجر فى أن المنتج سوف يرتبط ببيع محصوله له قبل نضجه فى الحقل أو بعد حصاده مباشرة . وكانوا فى بعض الأحيان يحددون سعر بيع الوحدة الوزنية الأرزية عند التعاقد ويقومون بوضع شروط قاسية على المنتج تجعله لا يقدر على بيع محصوله بالسعر الجارى المتداول فى الأسواق آنذاك . وكان التاجر يأخذ فائدة عالية جداً على السلفة التى يعطيها للمنتج ، ويقوم التاجر أو من ينوب عنه بالمرور على مزارع الأرز المتعاقد عليها ، ثم يقوم التاجر بمباشرة عملية الحصاد

والتذرية ويقوم بتعبئة المحصول بنفسه ، ويترك المحصول الردىء للمنتج . أما فى مرحلة وزن المحصول فلقد استغل التاجر فيها جهل المنتج حيث كان يقوم أحيانا بحساب وزن الفوارغ والأحمال كما يتراءى له ، كما وأنه لايدخل كسور الوزن دائما عند تقدير الوزن الفعلى للأرز للمنتج ، وكان على المنتج أن يقبل أى وضع يملى عليه ، ويقوم التاجر عادة إما بنقل محصوله إلى مخازنه الخاصة للاستفادة من ارتفاع الأسعار مستقبلا أو يقوم بنقله إلى تاجر الجملة فى المركز أو المحافظة التابع لها هذا التاجر فى حالة وجود اتفاق بينهما على توريد المحصول . ولقد حقق التاجر المحلى من ذلك فى ظل الظروف الاحتكارية أرباحا طائلة نتيجة للفروق السعرية والوزنية التى يحاسب المنتج على أساسها وتلك التى يحاسب عليها تاجر الجملة من ناحية أخرى، وكذلك أيضاً تلك الأرباح التى يحققها هؤلاء التجار عن طريق تكاليف نقل محصول الأرز من مناطق الإنتاج إلى تجار الجملة أو المؤسسة المصرية العامة للمطاحن والمضارب . وقد كان يستفيد كذلك بفرق درجة النظافة عن الدرجة التى تم حساب المنتج عليها والتى كان يجهلها عادة ، وكانوا دائما يوهمون الزراع بأن رتبة محصولهم منخفضة ويحاسبون المنتج على أقل الرتب .

أما عن تجار الجملة فقد تشابه دور هؤلاء التجار ودور التجار المحليين فهم إما أن يقوموا بتجميع المحصول من التجار المحليين، وإما أن يقوموا بشرائه مباشرة من المنتجين، وكانوا دائما يتجهون إلى المزارع نفسها فى حالة الصفقات الكبيرة لكبار المنتجين ، وهؤلاء التجار تتوفر لديهم الإمكانيات مما كان يجعلهم يقومون بتأدية الخدمات التسويقية بصورة أكفأ من التجار المحليين ، فكانت تتوفر لديهم إمكانيات نقل المحصول إلى المضارب للتصنيع والتدريج ثم المخازن الكافية لتخزينه ونقله كذلك إلى مناطق الاستهلاك ، ويقوم تاجر الجملة كذلك بتسليم محصول الأرز إلى شون بنك التسليف أو المضارب كما يفعل التاجر المحلى تماما ، وكان البعض منهم يقوم بتصنيع الأرز على حسابه وبيعه أرزاً مبيضاً إلى مناطق استهلاكه .

ويتضح مما تقدم أن المنتج لم يكن يحصل على السعر المجزى لمحصوله ، فقد كان السعر يختلف من منطقة إنتاجية أرزية إلى منطقة أخرى ، وقد يتباين هذا السعر داخل المنطقة الإنتاجية الأرزية الواحدة ، وذلك نظرا لتعدد التجار والسماسرة وأن كلا منهم يهدف إلى تحقيق ربح طائل خلال المرحلة التسويقية التى يقوم بأدائها.

ولقد أدى تعدد الوسطاء والسماسرة إلى نقص نصيب المنتج وارتفاع أنصبة الوسطاء والسماسرة ، وبالتالى ارتفاع السعر الذى يدفعه المستهلك الفردى . كما وأن استغلال هؤلاء الوسطاء والسماسرة لحاجة المنتج إلى المال يدفعهم إلى تحديد سعر منخفض نتيجة لزيادة العرض وخاصة فى بدء ظهور المحصول ، ثم بعد ذلك يحتفظ التجار بالمحصول فى مخازنهم ، ومن ثم فإن تجارا جددا سوف يدخلون لشراء المحصول ولهذا يزداد الطلب وبالتالى يرتفع السعر ويحقق التجار أرباحا طائلة على حساب امتصاص جهد المنتج وعرقه والذى لايجنى من وراء ذلك ثماراً ، حيث إن الجزء الأكبر من السعر الذى يدفعه المستهلك لايذهب إلى أصحابه الحقيقيين ولكنه يذهب إلى مستغليهم . ويجب أن يذكر فى هذا المجال أنه لا توجد سجلات رسمية أو بيانات تدل على التكاليف المختلفة المراحل التسويقية نظراً لتعدد الأفراد القائمين بها وتعدد أهدافهم التسويقية المختلفة ، وكذلك أسعار المنتج كانت تختلف من مكان إلى آخر بل وفى نفس المكان من منتج إلى آخر ، ومن ثم كان لابد من وضع حد لاستغلال الإنسان لأخيه الإنسان فى ظل مجتمع ترفرف عليه راية الاشتراكية العربية وهنا تبرز حتمية التسويق التعاونى الأرزى لتخفيف حدة أو القضاء على هذا الاستغلال، لهذا فقد قامت الدولة بالأخذ بأسلوب التسويق التعاونى للأرز عام ١٩٦٦/٦٥ كنظام اقتصادى لمنع الاستغلال الواقع على الزراع من التجار والسماسرة والمرابين، كما يعمل هذا النظام على تحقيق هدف المنتج الفردى والهدف القومى من حيث تنظيم عرض المحصول للاستهلاك المحلى على مدار السنة بسعر موحد، وكذلك تنظيم الصادرات الأرزية المصرية، وتحقيق أقصى دخل فردى من ناحية وأقصى عائد تصديرى أرزى من ناحية أخرى .

تسويق الأرز فى ظل النظام التعاونى فى الجمهورية العربية المتحدة :

بدىء فى الأخذ بنظام التسويق التعاونى للأرز فى الجمهورية العربية المتحدة خلال الموسم الزراعى ١٩٦٦/٦٥ ولقد بدأ هذا النظام تدريجيا حيث طبق عام ١٩٦٦/٦٥ فى سبع محافظات تعتبر المناطق الأرزية الرئيسية . ولقد تم تعميم هذا النظام فى جميع المحافظات المنتجة للأرز فى الموسم الزراعى ١٩٦٧/٦٦ .

ولقد وكل إلى الجهات التالية الإشراف على التسويق التعاونى للأرز، وهى :

مؤسسة المضارب ، ومؤسسة الائتمان الزراعى والتعاونى ، والمؤسسة التعاونية الزراعية، والجمعية التعاونية العامة للإصلاح الزراعى، ومؤسسة التجارة الخارجية، ومصلحة الأموال المقررة ، والجمعية التعاونية لقبانى مينا البصل ، وأخيراً المؤسسة المصرية العامة للنقل الداخلى .

الإجراءات المتبعة فى تسويق الأرز تعاونياً :

يمر نظام التسويق التعاونى للأرز فى الجمهورية العربية المتحدة بعديد من الإجراءات ، أهمها :

(ا) صرف السلف العينية وكذلك السلف النقدية : وتتمثل السلف العينية فى التقاوى المنتقاة ، والأسمـــدة المختلفة . أما من ناحية التقاوى المنتقاة فتقوم الجمعيات التعاونية الزراعية فى مناطق إنتاج الأرز بصرف هذه التقاوى بمعدل ٦٠ كجم للفدان ، على أن تصل هذه المقررات إلى مقار الجمعيات التعاونية الزراعية قبل موعد الزراعة بوقت كاف . أما من ناحية الأسمدة فتقوم أيضا الجمعيات التعاونية الزراعية فى مناطق إنتاج الأرز بصرف جوالين من سلفات نشادر ، وجوال سوبر فوسفات لكل فدان أرزى ، على أن تصل هذه المقررات إلى الجمعيات التعاونية الزراعية بوقت كاف قبل زراعة المحصول . أما عن السلف النقدية فتقوم الجمعيات التعاونية الزراعية فى مناطق إنتاج الأرز بصرف مبلغ خمسة جنيهات لكل فدان أرزى ، حتى يمكن المزارع الفرد مجـــابهة تكاليف زراعة الأرز وشتله .

(ب) الحصص الأرزية الواجب توريدها : تحدد الهيئات المشرفة على نظام التسويق التعاونى فى الجمهورية العربية المتحدة الحصص الأرزية التى يلتزم الزراع بتوريدها من حيازتهم المنزرعة أرزاً كحد أدنى عن كل وحدة تكنيكية مزرعية وذلك بهدف ألا يحدث تلاعب ويدخل التجار والسماسرة مشترين من المنتج بما يهدد نظام التسويق التعاونى ولا يحقق الثمار المرجوة من وراء هذا النظام التعاونى. وتحدد هذه الحصص الأرزية على أساس أن الحيازات دون خمسة أفدنة يكون التوريد عنها بمعدل ١ ضريبة للفدان ، أما الحيازات الأرزية الأكبر من خمسة أفدنة يكون التوريد فيها بمعدل ١ ٣/٤ ضريبة عن كل فدان يزيد عن الخمسة أفدنة

الأولى ، ويكون لكل مزارع الحق فى أن يورد من محصوله مايزيد عن المعدل المقرر بحيث لا يتعدى مايورده متوسط إنتاج الأرز فى القرية، ويعفى من توريد هذه الحصة المنتجون المتعاقدون مع وزارة الزراعة لتوريد محصولهم كتقاو . وتنطبق معدلات التوريد السابقة على الزارع المالك لأرضه أو الزارع المستأجر بالنقد. أما فى حالة المالك الذى يؤجر أرضه بالمزارعة لأكثر من مزارع فيقوم كل مزارع بتوريد نصف الحصة عن كل فدان على أن يقوم المالك بتوريد النصف الآخر مضافا إلى ذلك الفروق المقررة بعد الخمسة أفدنة الأولى . وتختلف المعدلات السابقة فى حالة الأرض الضعيفة ، وفى هذه الحالة تشكل لجنة فنية على مستوى المراكز لبحث الطعون الخاصة بالأراضى الضعيفة ، وتقوم اللجنة بتقدير الحد الأدنى للتوريد الأرزى. وتقدم الطعون فى حالة ضعف الأرض أو إصابة المحصول مصحوبة برسم قدره خمسمائة مليم عن كل فدان أو كسوره بحد أقصى قدره خمسة جنيهات، ويرد الرسم إلى صاحب الطعن فى حالة ثبوت صحته أو يؤول إلى خزينة الجمعية الزراعية التعاونية فى حالة عدم ثبوت صحته . ويفرض على كل مزارع لا يقوم بتوريد كل أو جزء من حصة الأرز المقررة عليه بدفع غرامة قدرها ٤٨ جنيها عن كل ضريبة لم تورد .

ويقتصر شراء الأرز من الجمعيات التعاونية الزراعية لحساب المنتجين على مؤسسة المضارب ، وتقوم المؤسسة المصرية العامة للائتمان الزراعى والتعاونى بتمويل عملية الشراء هذه . كذلك فإنه يحظر على التجار والفراكات العمل فى تجارة الأرز فى المحافظات المطبق فيها التسويق التعاونى خلال الفترة من منتصف سبتمبر إلى منتصف فبراير . كما وأنه من المحظور نقل الأرز الشعير أو الأرز المبيض خارج أية محافظة من هذه المحافظات إلا بتصريح من وزارة التموين. ويصرح للفراكات بضرب الأرز للأفراد ويحظر عليها ضربه للتجار أو الاتجار فيه . وتصرف الجمعية التعاونية الزراعية أربعة جنيهات لكل مزارع أرز عن كل ضريبة سوف يقوم بتوريدها وذلك بمجرد التعاقد مع الجمعية التعاونية الزراعية التابع لها .

كيفية التوريد إلى مراكز التجميع :

بمجرد وصول الأرز إلى مراكز التجميع يتم وزنه بحضور المنتج ومندوب

عن الجمعية التعاونية الزراعية كراقب ويتم خصم ٢٪ من الوزن فى شهر أكتوبر ، ١٪ فى شهر نوفمبر كعجز جفاف ، ويتم خصم ١٠٥ كجم كوزن للجوال والحبال . ويتم الفرز بعد ذلك خلال ٢٤ ساعة من تاريخ التسليم لمراكز التجميع وذلك عن طريق اللجنة المشكلة لهذا الغرض ، ويعتبر قرار اللجنة نهائيا وملزما لطرفى التعاقد فى حالة الموافقة الجماعية . أما إذا لم تتفق اللجنة ، أو طلب مندوب الجمعية التعاونية الزراعية التحكيم بواسطة لجنة أخرى فيكون قرارها نهائيا وغير قابل للطعن وملزما لطرفى التعاقد .

التكاليف التسويقية للأرز ووسائل تحسين الكفاءة التسويقية فى الجمهورية العربية المتحدة :

تلعب التكاليف التسويقية لسلعة ما دوراً رئيسياً فى تحديد سعر البيع بالنسبة للمستهلك الفردى، إذ أن هذه التكاليف عبارة عن سعر التجزئة للسلعة مطروحا منها سعر المزرعة لهذه السلعة. وكثيراً ما تتسع الهوة بين سعر المزرعة وسعر التجزئة مما يدل على ارتفاع التكاليف التسويقية . وقد تدل التكاليف التسويقية المرتفعة فى كثير من الأحيان على انخفاض الكفاءة التسويقية بصفة عامة حيث إن تحقيق هذه الكفاءة يؤدى إلى تحقيق أقصى إشباع ممكن للمستهلك من السلعة وذلك بأقل تكاليف ممكنة . وفى الجمهورية العربية المتحدة — مثلها فى ذلك مثل الدول النامية — فإن التكاليف التسويقية لمعظم السلع المسوقة غالبا ما تكون مرتفعة حيث إن المراحل التسويقية فى الجمهورية العربية المتحدة لم تزل دون الكفاءة على الرغم من ارتفاع التكاليف التسويقية من ناحية وانخفاض السعر الذى يحصل عليه المزارع الفرد من ناحية أخرى . وقد يلاحظ فى بعض الدول المتقدمة مثل الولايات المتحدة الأمريكية ارتفاع التكاليف التسويقية ولا يدل ذلك فى معناه أن المراحل التسويقية لم تحقق الكفاءة القصوى ، إلا أنه من المعروف أن تكاليف الدعاية والإعلان قد تصل فى كثير من الأحيان إلى ما يربو عن ثلث التكاليف التسويقية فى مجموعها ، حيث إن الوظيفة الأساسية للتكاليف التسويقية هى توصيل السلعة إلى المستهلك فى الحالة التى يرغبها ، وفى المكان الذى يسهل عليه الحصول عليها ، وفى الوقت الذى يناسبه .

كذلك أيضاً وإن تحقيق الكفاءة التسويقية المنشودة فى الجمهورية العربية المتحدة والدول النامية يلعب دوراً كبيراً فى اقتصاديات هذه الدول حيث إنه فى كثير من الأحيان ما يتم التسويق تعاونيا لغالبية السلع، الأمر الذى يترتب عليه أن انخاض التكاليف التسويقية مع المحافظة على الصفات الكمية والكيفية للمنتج ، يؤدى فى كثير من الأحيان إلى تحقيق الرفاهية القصوى لجمهرة المستهلكين من ناحية ، وزيادة الطلب الخارجى على هذه السلع من ناحية أخرى . ومن المعروف اقتصادياً أن زيادة الطلب على سلعة ما ، سيؤدى بالحتمية إلى رفع سعر هذه السلعة ، مما يترتب عليه زيادة حصيلة الدولة من العملات الأجنبية والناجمة عن زيادة الصادرات من هذه السلعة نفسها ، نتيجة لخلق طلب فعال جديد عليها من ناحية ، وارتفاع سعر هذه السلعة من ناحية أخرى .

وتقوم الجمعية التعاونية الزراعية فى مناطق إنتاج الأرز بمحاسبة الزراع خلال ٤٨ ساعة من قرار الفرز أو التحكيم ، وذلك على أساس الأسعار المحددة ، بعد خصم مديونية بنك التسليف الزراعى والتعاونى والجمعية التعاونية الزراعية والأموال الأميرية وعمولة تسويقية عن كل ضريبة تقدر بحوالى ٢٠٨ مليمات، منها حوالى ٥٠ مليما لصندوق الخدمات بالمحافظة ، ونحو ٨٠ مليما عمولة لمؤسسة الائتمان أو الجمعية التعاونية العامة للإصلاح الزراعى وذلك لمواجهة المصاريف التسويقية (١١)، وحوالى ٣٨ مليما نصف أجرة الوزن، ونحو ٣٠ مليما لمواجهة غرامة التحكيم على فرز الأرز وذلك إذا وقعت هذه الغرامة على الجمعية ، وأخيراً حوالى ٢٠ مليما قيمة التأمين على المحصول ضد السرقة والحريق والتلف وخلافه . وتقوم المؤسسة العامة للمضارب بنقل الأرز إلى المضارب حيث تجرى عليه العمليات التجهيزية المختلفة والتى تقوم بعدها بتوزيعه كأرز أبيض للتجار . وتقدر التكاليف التسويقية بين نقل الأرز من مراكز التجميع حتى خروجه من المضارب أرزا أبيض بحوالى ١١،١٢١ جنيها للطن تقريباً (١٢) على أساس أن حوالى ١،٠٣٦ جنيه قيمة استهلاك فوارغ تعبئة

---

(١١) تتضمن هذه العمولة ايجارا لمراكز التجميع وأجور الحراسة والمواصلات وتوفير أمناء الشون والكتبة ومندوبى الصرف والجهاز الحسابى اللازم للعملية واعداد المطبوعات .

(١٢) **المصدر** : المؤسسة المصرية العامة للمضارب .

الأرز الشعير، ونحو ١،٢٥٠ جنيه مصروفات تعبئة الأرز الأبيض وثمن الأجولة، وحوالى ٩٤٣ مليما مصروفات استلام وتسويق. أما مصروفات التخزين فتقدر بنحو ١١٢ مليما. هذا بينما تصل مصاريف نقل الأرز الشعير إلى المضارب بحوالى ١،٦٤٨ جنيه، ويقدر حوالى ٣٣٠ مليما كعجز بواقع ١٪ تقريباً. كذلك يضاف حوالى ٨٩٢ مليما كفوائد تمويل وفائدة رأس المال. أما مصاريف الصناعة فتقدر بنحو ٢،٩٠٠ جنيه، ويقدر الربح الصناعى كذلك بحوالى ١،١٧٠ جنيه. وأخيراً فإن المؤسسة تقوم بوضع عمولة لها مقابل قيامها بعملية توزيع الأرز تقدر بحوالى ٨٥٠ مليما. وتحدد المؤسسة المصرية العامة للمضارب سعر الضريبة للأرز الشعير بحوالى ٢٤ جنيها بالنسبة للمنتج الفردى، إلا أنه فى الواقع أن المنتج الفردى لايحصل على هذا السعر حيث تقوم المؤسسة بخصم ١،٠٣٦ جنيه قيمة استهلاك فوارغ لتعبئة الأرز، ومن ثم فإن صافى السعر أو السعر الحقيقى الذى يدفع للمنتج هو حوالى ٢٣،٧٩٣ جنيه لضريبة الأرز الشعير. وبتحليل بنود هذه التكاليف، ويفرض أن سعر ضريبة الأرز الشعير يقدر بحوالى ٢٤ جنيها فإن مقدار التكاليف التسويقية إلى مقدار ما يتحصل عليه المنتج الفردى تقدر بنحو ٤٧٪ تقريبا. وعلى الرغم من ارتفاع التكاليف التسويقية للأرز فى الجمهورية العربية المتحدة فى ظل النظام التعاونى إلا أن هذا النظام قد حقق مزايا عديدة يتمتع بها الفرد لم تتحقق له من قبل، ولعل أهم هذه المزايا :

(١) حصول المنتج على السعر المناسب لمحصوله، إذ تحدد الأسعار الأرزية قبل بداية الموسم الزراعى، ومن ثم فإن كل منتج يكون على علم تام بهذه الأسعار.

(٢) تمكن المنتج من الحصول على قيمة محصوله كاملة عن طريق فرازين لديهم الخبرة الكافية بعمليات الفرز. وللمنتج الحق فى الاعتراض على لجنة الفرز، ويعرض الفرز على لجنة أخرى مكونة من خمسة فرازين آخرين، ويحاسب المنتج على رتبة الأساس وهى ٩٦٪، مع زيادة السعر عن كل درجة نظافة أعلى عن درجة الأساس.

(٣) كذلك فقد أمكن للمنتج الحصول على وزن محصوله كاملا دون غش أو سرقة كما كان يحدث قبل التسويق التعاونى.

ويمكن القول بصفة عامة إن التكاليف التسويقية الأرزية فى مصر مرتفعة إلى حدما مما يترتب عليه أن يكون سعر الأرز الأبيض للمستهلك المحلى مرتفعاً إلى حدما ، ومن ثم فإن الأسعار الأرزية التصديرية تكون مرتفعة نسبياً أيضاً مما يجعل هذه الأسعار غير قادرة على المنافسة الدولية فى الأسواق الأرزية العالمية ، حيث إن ارتفاع التكاليف الإنتاجية وفى نفس الوقت ارتفاع التكاليف التسويقية قد تجعل الأسواق التصديرية الأرزية المصرية غير قادرة على منافسة الأسواق الدولية الأرزية الأخرى. لهذا فإنه يجب إعادة اتباع سياسة استهلاكية أرزية تحقق أهداف التصدير الأرزى وأهداف الإنماء الاقتصادى القومى فى الجمهورية العربية المتحدة من حيث تحقيق الرفاهية القصوى لجمهرة المستهلكين فى الجمهورية العربية المتحدة من ناحية، وتحقيق فائض أرزى للتصدير من ناحية أخرى . ويتبين من الدراسة الحالية أن السياسة الأرزية المصرية يجب أن تأخذ أبعاد المشاكل الإنتاجية والتسويقية والاستهلاكية للأرز إذا ما أريد الوصول إلى مبدأ تعظيم أرباح المنتج الفردى من ناحية ومعظمة الدخل القومى المصرى من الصادرات الأرزية من ناحية أخرى، إذ أنه من الواضح — بعد سرد التكاليف التسويقية الأرزية والتكاليف الإنتاجية له والسعر المحدد للمنتج الفردى المنخفض إلى حد ما — أن ذلك فى الحقيقة فى مجمله لن يؤدى إلى تحفيز المنتج الفردى إلى العمل على زيادة الإنتاج الكمى والكيفى الأرزى فى الجمهورية العربية المتحدة .

ولكى تحقق السياسة الأرزية المصرية أهدافها من حيث معظمة الناتج القومى الأرزى من ناحية وتعظيم أرباح المنتج الفردى من ناحية أخرى أن تتضمن :

(١) إعادة دراسة تسعير الأرز فى إطار متكامل مع باقى الزروع الأخرى بما يحقق صالح المنتج والمستهلك .

(٢) تحقيق التوازن بين السعر المحلى وسعر التصدير للأرز .

(٣) توجيه عناية خاصة نحو خفض التكاليف التسويقية والإنتاجية للأرز.

(٤) الحد من العمولات المتعددة لبنك التسليف أو الرسوم المتنوعة لصندوق الخدمات بالمحافظات أو الجمعية التعاونية بما يكفل عدم إرهاق المنتج وحصوله على نصيب عادل لعمله .

(٥) ضرورة مراجعة حسابات المنتجين وتسويتها أولا بأول .

(٦) تطبيق مبدأ خصم مديونية الأرز فقط من قيمة ما يورد منه حتى يتوفر عائد مناسب فى يد المنتج يواجه به أعباءه .

(٧) الارتفاع بمستوى خدمة الأجهزة الإدارية العاملة فى مجال التسويق التعاونى .

المشاكل التسويقية للأرز فى الجمهورية العربية المتحدة :

إن نظام التسويق التعاونى كنظام اقتصادى يواجه كثيرا من العقبات والصعوبات التطبيقية، خاصة فى مراحله الأولية. وفى الجمهورية العربية المتحدة — حيث إن هذا النظام ما زال فى بدايته — فلقد جابه العديد من المشاكل والصعوبات التطبيقية يمكن إيجازها فيما يأتى :

(١) قيام الفراكات والتجار بشراء الأرز من المزارعين حيث يقوم التجار بعرض سعر أعلى من السعر المحدد للمنتج ويساعد التجار والفراكات فى الحصول على الكميات الأرزية التى تلزمهم عدم فرض رسوم مرتفعة على الفراكات مثل تلك المفروضة على المضارب، وكذلك أيضا انخفاض غرامة عدم التوريد بالنسبة للمنتج حيث تقل عن الفرق بين السعر الذى يعرضه التاجر والسعر المحدد من قبل الدولة .

(٢) تهرب بعض الزراع من تسديد مديونيتهم ، ويساعدهم على ذلك الأسعار المرتفعة التى يعرضها التجار عليهم مما يشجعهم على عدم التوريد والتعرض للغرامة .

(٣) عدم إعداد مراكز تجميع الأرز اللازمة بما يتسع واستلام المحصول كله مما يضطر المنتجين إلى بيع محصولهم للتجار حتى لا يتعرض للسرقة أو التلف .

(٤) تأخر تسليم الزراع قيمة كميات الأرز التى وردوها نتيجة لضعف الجهاز المحاسبى .

(٥) تأخر استلام الأجولة من المضارب عن طريق بنك التسليف ووفرتها فى مناطق معينة وقلتها فى مناطق إنتاج أخرى بعيدة عنها مما يؤدى إلى تحمل نفقات نقل هذه الأجولة .

(٦) تأخر نقل الأرز إلى المضارب فى بعض الجهات وإعداده للتصدير مما يؤدى إلى عدم وصول الأرز المصرى إلى الأسواق العالمية فى الوقت المناسب ويسبقه بذلك محصول الدول المنافسة. أو تكدس الأرز بمراكز التجميع مما يؤدى إلى زيادة نسبة التالف من الأرز من ناحية وانخفاض صفاته النوعية والاستهلاكية من ناحية أخرى .

ولعل أهم العوامل التى تؤدى إلى عدم وصول المحصول من مراكز التجميع إلى المضارب تنحصر فيما يأتى :

(ا) انخفاض كفاءة النقل فى الجمهورية العربية المتحدة حيث لا تتوفر السيارات اللازمة لنقل محصول الأرز فى بعض مراكز التجميع .

(ب) كذلك سوء توزيع مراكز التجميع من حيث المسافة مما يزيد أعباء النقل .

(حـ) قلة التوريد فى أول موسم الأرز ثم ازدياده فى منتصف شهر نوفمبر .

(د) عدم دقة الإخطارات التى تبلغ لجمعيات النقل عن عدد الأجولة المطلوب نقلها مما يضطر بعض السيارات إلى العودة دون تحميلها حمولة كاملة فى بعض الأحيان .

(هـ) وجود طرق غير ممهدة فى بعض مناطق الإصلاح الزراعى مما يصعب على السيارات السير فيها وهى محملة .

(و) عدم وجود شون متعددة ومتسعة لدى المضارب تساعد على دخول السيارات مما يؤدى إلى عرقلة سرعة النقل .

(ز) تأخير المضارب فى دفع أجرة النقل مما يدعو بعض متعهدى النقل إلى العمل خارج التسويق التعاونى .

(ح) عدم تشغيل السيارات بالكفاءة اللازمة لعدم وجود جهاز بالمحافظة يتولى الإشراف المباشر على السيارات التى تعمل فى التسويق التعاونى .

(ط) إغفال مؤسسة النقل كطرف ثالث فى العقد المبرم بين مؤسسة المضارب وبنك التسليف ليتسنى لهذه المؤسسة أن تقوم بدورها الطليعى فى عمليات نقل محصول الأرز بكفاءة عالية الأمر الذى يترتب عليه انخفاض التكاليف التسويقية الأرزية فى الجمهورية العربية المتحدة إلى حد كبير .

(ى) التخلف فى ميادين وسائل النقل الأخرى مثل الوسائل النهرية والسكك الحديدية حيث ما زالت هذه الوسائل دون استخدامها الاقتصادى .

ويتضح من هذا البحث أنه للتغلب على هذه العقبات والمشاكل التسويقية التعاونية فقد يكون ذلك عن طريق :

أولا — فرض رسوم جمركية على الفراكات ومراقبة أعمالها بحيث لا تتعدى العمل للاستهلاك المحلى وتكون الرقابة هذه عن طريق وزارة التموين والمؤسسة المصرية العامة للمضارب .

ثانيا — رفع غرامة عدم التوريد .

ثالثا — إعداد مراكز التجميع الكافية وفصلها عن مراكز تجميع القطن وإعدادها لاستقبال المحصول كله .

رابعا — يجب العمل على توزيع الأجولة على مراكز التجميع لتسليمها إلى الزراع قبل تجهيز المحصول بفترة كافية .

خامسا — رفع كفاءة خدمة النقل حتى يتم نقل الأرز من مراكز التجميع إلى المضارب فى الوقت المناسب وذلك عن طريق :

(١) تخصيص سيارات لنقل الأرز بخلاف السيارات المخصصة لنقل القطن .

(٢) عدم تأخر المضارب فى دفع أجرة النقل .

(٣) قيام كل محافظة بإعداد برنامج النقل اللازم فى كل مركز وتوفير السيارات اللازمة .

(٤) إنشاء جهاز بكل محافظة للإشراف المباشر على السيارات التى تعمل فى التسويق التعاونى .

(٥) إدخال مؤسسة النقل كطرف ثالث فى عقد التسويق التعاونى مع المؤسسة المصرية العامة للمضارب ، والمؤسسة المصرية العامة للائتمان الزراعى والتعاونى لتتحمل مسئولية التأخير فى النقل .

المراجع

(١) برتبال سنج (١٩٥٩) تقرير الأرز مصلحة الاقتصاد الزراعى والإحصاء ، وزارة الزراعة .

(٢) حسين العمرى (١٩٦٧) دراسة الطلب وتقدير الاستهلاك فى ظل التحرك الاشتراكى والتنمية الاقتصادية . دار المعارف .

(٣) زكى محمود شبانة (١٩٦١) التسويق الزراعى ، المعالم الرئيسية فى الاقتصاد الزراعى المصرى ، طبعة٢ ، الاسكندرية .

(٤) محمد عبد الحميد الدسوقى (١٩٦٤) اقتصاديات انتاج اللحوم فى الجمهورية العربية المتحدة . كلية الزراعة ، جامعة القاهرة ، رسالة ماجستير .

* * *