

تسويق القطن تعاونياً في مناطق الإصلاح الزراعى

للمهندس الزراعى الدكتور شحاته السيد شحاته

مدرس الاقتصاد الزراعى فى كلية الزراعة بجامعة عين شمس

مقدمة :

بدأت حكومة الثورة الخطوات الفعالة للإصلاح باصدار قانون الإصلاح الزراعى فى سبتمبر ١٩٥٢ . وأشارت المادة ١٨ من القانون المذكور إلى وجوب الإفادة من تطبيق الأسس والمبادئ التعاونية ، فقامت لذلك جمعيات تعاونية فى مناطق التوزيع التى تخضع لقانون الإصلاح الزراعى (١) وتهدف هذه الوحدات التعاونية فيما تهدف إلى تحقيق الكفاءة فى إنتاج وتسويق الزروع وإفادة الوحدات المزرعية الصغيرة بمزايا الانتاج الكبير فى الزراعة (٢) .

ولكل من هذه الأهداف أساليبه الخاصة به والتى كثيراً ما يحددها الزمان والمكان وظروف المجتمع الذى نعيش فيه . والتسويق التعاونى أسلوب فعال بفكرته الزراعية فى تحسين المستوى الاقتصادى الاجتماعى للزراع إذا ما قام على أسس تعاونية تدعّمها فلسفة اقتصادية سليمة تتحقق معها الكفاية الإدارية والتنظيمية . والتسويق الزراعى — فى حد ذاته — يختلف وسائله وسهولة وتعقيداً باختلاف المحاصيل « الزروع » المسوقة ، وباختلاف الظروف الاقتصادية التى تحكم النشاطين الانتاجى والاستهلاكى اللذين يكتنفان تلك الزروع (٣) .

(١) حتى شهر يوليه الماضى (١٩٥٤) تم تكوين ٤٦ جمعية تعاونية عدد أعضائها ١١٠٥١ و ٣٠ عضواً ، وأشرف على ٣٣٠٦٢ فداناً وقد زادت هذه الجمعيات حتى بلغت ٧٠ جمعية فى أواخر العام نفسه .

(٢) كمزايا الحجم الكبير فى البيع والشراء ، والتخصص واستقرار النشاط الزراعى والكفاية الادارية والمزرعية .

(٣) كعلافة الزروع بتكاليف تسويقها ، وطبيعة الانتاج الموسمى ، ودرجة القابلية للعطب ومدى التغيرات الكمية والنوعية من موسم لآخر . وعوامل أخرى كدرجة التخصص والمساحة المزرعية ودرجة تركيز وأماكن السكان كستهلكين .

والنظام التعاوني أكثر مناسبة لظروف الزراعة في تخفيض التكاليف التسويقية للسلع المبيعة والمشتراة ، وفي تحسين أسعار المحاصيل الزراعية المسوقة ، فإذا لمس الزراع ميزات التعاون وآمنوا بضرورته الاقتصادية اقتنعوا فيما بعد بأهمية التعاون في هذا الصدد على ما قد يتبع من وسائل أخرى لخفض تكاليف التسويق وتحسين الأسعار . وهذا معناه أن التعاون يفوق في الكثير من الأحيان - كوسيلة فعالة لتحسين التسويق - وسائل كثيرة كتنظيمات تفرضها الحكومة أو التدخل الفعلي من جانبها في عمليات التوزيع ، تؤدي إلى ذلك أسباب كثيرة أهمها : استبعاد التعاون ، في فكرته ، لدافع الحصول على الأرباح ؛ فتعكس فروق الأسعار والتكاليف إلى ما يدفعه المنتج وما يدفعه المستهلك . والتعاون أكثر اهتماما بمقدار عمولة الأعضاء من اهتمامه بمقدار المساهمة في رءوس الأموال ؛ ولهذا أثره الواضح في ملائمة ظروف الزراعة وتسهيل انضمامهم لجمعيتهم التعاونية .

ويدعو قانون الإصلاح الزراعي إلى ربط الجهود المشتركة ونواحيها لصالح الزراعة . ويعمل القائمون على تنفيذه (ضمن اهتمامهم بنظام التعاون الزراعي) على توسيع الميدان التسويقي التعاوني لزروع كثيرة يأتي القطن في مقدمتها . ويكشف تاريخ الحركة التعاونية - في كثير من الأمم - عن أن نجاح الجمعية التعاونية في تحقيق أهدافها أكثر احتمالا إذا قامت في إدارتها على « نظام السلعة » منه إذا قامت على « النظام الجغرافي » ، كما أن معظم الجمعيات التعاونية الناجحة يقوم تنظيمها على أساس « السلعة الواحدة » ، في حين أن « نظام السلع العديدة » لم يكن ، على الأقل ، سببا رئيسيا في فشل جمعية تعاونية . وإذا توافرت إمكانيات الإدارة الحكيمة والنظم الدقيقة في حسابات الجمعية أمكن لنظام « السلع العديدة » أن يحقق نجاحا ملحوظا .

ورغم ما للحصول القطن من صفات قد تيسر الكثير من عمليات تسويقه فإنه يتعرض لظروف عديدة قد تعقد بعض مراحله ووظائفه التسويقية لدرجة يعجز معها الزراع الفردي عن مواجهتها مواجهة مجدية ، وتجميع الجهود كفيل ، في حالات كهذه ، بحل المشكلة حلا مرضيا إذا أُجيد تطبيقه واستفيد بمرونته . والجمعيات التعاونية تنطق أرقامها ، في دراستنا هذه ، بما كان لهذه الجمعيات من أثر

في تحسين الأسعار للزروع المسوقة . وسنكتفي بمناقشة هذا الأثر الأخير لقصور البيانات عن النواحي الأخرى من نشاط الجمعيات التعاونية موضوع المناقشة .

عرض احصائي :

بلغ عدد الجمعيات التعاونية التي سوقت أقطان أعضائها (١٩٥٣ - ١٩٥٤) إحدى وثلاثين جمعية ^(١) . وكانت الكميات المسوقة تتراوح بين ٦١٩٥ قنطارا في جمعية الزعفران التعاونية و ١٦٢ قنطارا في جمعية نجريج التعاونية . وتعددت أصناف القطن بين كرنك وجيزة ٣٠ واشموني ، وقد حصلت الجمعيات لأعضائها على سعر أعلى من الأسعار التي كانت سائدة في السوق وقت البيع . فقد بلغ أقصى فرق في الثمن (بين سعر السوق وسعر البيع التعاوني) ٣,١٢٥ جنيهات مصرية للقنطار من الكرنك في جمعية الزعفران ، ٢,٢٨٠ جنيهه للقنطار الواحد من جيزة ٣٠ في جمعية كفر الشبكي ، ٢,١٩٠ جنيهه للقنطار من الأشموني في جمعية الحواصلة ^(٢) ، في حين كانت كميات القطن المسوقة — في ٣١١ جمعية بالعام نفسه ، ٤١٦٧٤ قنطارا بمتوسط قدره ١٣٤٤ قنطارا للجمعية الواحدة .

وتراوحت فروق الاسعار بين ٣,١٢٥ جنيهات للقنطار في جمعية الزعفران و ١٤٠ مليما في جمعية ميت طريف . وكان متوسط فرق الاسعار ١,٢٥٩ جنيهه للقنطار بين سعر السوق وسعر البيع التعاوني ^(٣) .

(١) الزعفران — الجلالية لكوم الطويل — كفور العرب — طرنيس البحر — طوخ — القراموصي — كفر الشبكي — شرشين — صبيح — النعام — تلبانة — منشأة لطف الله — الحواصلة — البرجاية — دميده — كفر دميده — مناخلة — ميت زقزق — المنيل — كتامة — بساط — كفر بساط — العاجوقية — شبرا هور — كننج عثمان — معمل القزاز — ميت طريف — السكرما — العسلاجي — النحاس — نجريج .

(٢) اختلفت الرتب من جود إلى فولى جود .

(٣) فروق الأسعار حسب متوسطها لثلاثين جمعية فقط، والبيانات الخاصة بجمعية السكرما غير كاملة ، حسب سعر السوق على أساس أسعار البضاعة الحاضرة في بورصة ميناء البصل .

وهناك أسباب رئيسية يعزى إليها حصول الجمعيات على أسعار تزيد عن أسعار السوق في نفس الزمان والمكان . فقد نعى عنصر الإدارة المزرعية الاستفادة من نظافة القطن وفرزه . وتعكس أقصى فروق الأسعار صفات خاصة بأجزاء من المحصول بيعت ، نتيجة لهذه الصفات بأعلى سعر حصلت عليه الجمعيات كما سبق ذكره في الأصناف المبيعة .

وإحدى كبر الكميات المسوقة إلى استفادة الزراع من مزايا الحجم الكبير في السكافية التسويقية ، كما أن البيع بالمزاد كثيراً ما يعكس للزراع أسعاراً عالية نسبياً نتيجة لتنافس المزايدين . يضاف إلى ذلك أن الجمعيات قد باعت أقطان أعضائها للمصدرين رأساً فقللت بذلك من التكاليف التسويقية وبالتالي حولت أرباح المستغنى عنهم من وسطاء إلى زيادة في أسعار الزروع المسوقة . وهناك بالطبع عوامل أخرى عديدة توجد في الإدارة المزرعية وتشعب من علاقة عناصر الإنتاج المزرعية . هذه العوامل قد تعمل متضامنة — مع ما سبق ذكره — كمسيبات لرفع سعر البيع التعاوني عن السعر السائد في السوق وقت البيع .

ولا بد هنا من أن ندخل في الاعتبار نفقات الإدارة وما تتقاضاه الجمعيات من عمولة تسويقية . ولسهولة الحساب ولكي نحدد من كثرة الأرقام التقديرية يمكن اعتبار جمعية الزعفران مثلاً معقولاً للجمعيات التعاونية في المناطق الأخرى للإصلاح الزراعي ، فقد وزعت الأرض — تنفيذاً للقانون — في بداية الأمر على أهل الزعفران ، وكانوا أول من استجابوا للاخذ بالنظام التعاوني . واعتبرت الخبرة العملية في الزعفران أساساً للتوزيع وتطبيق النظام التعاوني في المناطق الأخرى .

فبلغت تكاليف الإدارة في جمعية الزعفران ٥,١٠٢,٦٠٠ جنيه خلال السنة الزراعية ٥٤/٥٣ ، وعلى أساس أن الدورة ثلاثية للقطن فإن محصول القطن يخصه بالتقريب ٨٦٧,٧٠٠ جنيه في نفقات الإدارة أي بمعدل ٢٧٥ مليماً للقطن الواحد (١)

(١) يقل هذا الرقم إذا حسب نصيب القطن في مصاريف الإدارة على أساس النسبة الرسمية لمحصول القطن في الدورة الثلاثية . فيتراوح نصيب المحصول في هذه الحالة بين ٢٥ و ٢٠ في المائة من المجموع الكلي للمصاريف الإدارية بالجمعية .

وبإضافة ٣٧٧ ملياً (٢/ من متوسط سعر البيع التعاونى للقنطار فى جمعية الزعفران) مقدار العمولة التسويقية إلى تكاليف الإدارة يبلغ ما يخص القنطار الواحد فى الجمعية المذكورة ٦٥٢ ملياً . فى حين أن فرق السعر وصل إلى أقصاه ٣,١٢٥ جنيهات للقنطار فى الجمعية ، وكان متوسط فرق السعر ٢,٩٤٢ جنيه للقنطار فى نفس الجمعية وبلغ متوسط فروق الأسعار ١,٢٥٩ جنيه للقنطار فى ثلاثين جمعية بمناطق الإصلاح الزراعى ، فإذا تشابهت الظروف الاقتصادية والإدارية والتنظيمية فى جمعية الزعفران والجمعيات الأخرى استطعنا القول بأن ٢٥ جمعية تعاونية من هذه الجمعيات الثلاثين زادت فروق أسعارها - منفردة - عما تسكفه القنطار الواحد من نفقات إدارية وعمولة تسويقية (١) وبعد خصومات أخرى حققت عملية تسويق القطن تعاونياً فى الزعفران ، خلال السنة الزراعية الماضية ، فأضاً بلغ ٧٥٦١ جنيه أى بمعدل ١٢٢ قرشاً للقنطار .

وتدل الإحصاءات التى حصلنا عليها على أن نجاح جمعية الزعفران فى تسويق القطن تعاونياً ، فى تحسين الأسعار ، كان مقروناً بنجاح فى نواحى النشاط الأخرى للجمعية ، فمن صافى أرباح الجمعية (١٩٥٣ - ١٩٥٤) البالغ قدرها ٢٢,٧٦٤ جنيه و ١٣١ ملياً كان العائد ١٢,٤٨٧ جنيه و ٢٧٠ ملياً وزع منه على الأعضاء ٤٥٢٣ جنيه و ٥٠٠ ملياً واستقطع الباقي لحساب المشروع الدائر كطريقة لتمويل الجمعية (٢) . وجمعية مسهمة بلغت اكتتابات الأعضاء فيها ٢٢٨١ جنيه تزد فيما بعد إلى ٥٠٠٠ جنيه ، وبمقارنة العائد الموزع بما اكتتب به الأعضاء من رأس المال المسهم ، يتضح أن عائد العضو قد زاد عن قيمة السهم (قسطاً أو كسور الفدان) (٣) .

مناقشة عامة :

يتضح من هذا العرض الإحصائى الموجز أن الجمعيات التعاونية فى مناطق الإصلاح

(١) ما عدا : الفاروقية - وميت طريف - والعصاوى - والنخاس - نجريج .

(٢) بعد خصم ٦٠ جنيه مكافأة السكرتير و ٠/٢٥ احتياطى قانونى و ٠/٢٠ معونة اجتماعية (عدد الأعضاء بجمعية الزعفران ١٢٠٠ عضو) .

(٣) قيمة السهم ١٠٠ قرش ويكتتب الأعضاء بمعدل سهم عن كل فدان أو كسر الفدان .

الزراعى قد حققت - قياسا على جمعية الزعفران - أهدافا تعاونيا هامة فى تسويقها لأقطان أعضائها ، فقد قام الدليل على نجاحها فى تحسين الأرباح وتخويلها من الوسطاء إلى الأعضاء . ويصعب التنبؤ مقدما - مع هذا - بما قد تحرزه هذه الجمعيات من نجاح نسبى أكبر من نشاطها داخل المزارع وخارجها ، فهناك عوامل كثيرة تتداخل لتشكل النظام التعاونى فى تنظيحات عديدة تناسب ظروف الجمعيات وأعضائها فالجمعية ، إذا صادفت ظروفًا طيبة ، زاد نفعها فى تنظيم الإنتاج وأبقت على مزايا الإنتاج الكبير فى الميدان الزراعى بحيث تحقق الكفاية التسويقية .

وهناك صعوبات تحد من النشاط التعاونى يجب العمل على التورط فى وجودها ، فمن الخطأ أن تسير الجمعية على سياسة تحسين أسعار الزروع باحتكار إنتاجها وتوزيعها . فطبيعة الزراعة - حيث تسود سوق المنافسة الحرة - وطبيعة التعاون - من توفر عنصرى الاختيار والديمقراطية - لا يسمحان بقيام الجمعية التعاونية على نظم احتكارية ، كما أنه يصعب فى حالات كثيرة حصول الجمعية على عدد كاف من الأعضاء أو الاحتفاظ بالأكفاء منهم ، فكثيراً ما ينصرف الأعضاء عن الجمعية إذا عجزت عن توضيح مقدار نجاحها فى خفض تكاليف التسويق وتحسين أسعار المحاصيل لصعوبة الحصول على تقارير ونشرات دقيقة خاصة برتب المحاصيل وأسعارها ، وتقل حماسة الأعضاء للانضمام للجمعية أو البقاء فيها إذا عجزت عن الحصول على أسعار تعلق عن أسعار السوق أو تساويها على الأقل . وينصرف أيضا الزراع الأكفاء عن جمعيتهم إذا لم تسكفهم الجمعية تبعاً لجودة إنتاجهم ، ويبعد الأعضاء عن جمعيتهم كلما زاولت نشاطها فى ميادين أو أمكنة لا يلبس الأعضاء ظروفها ، فلا يقدمون - بدقة - صعوبات الجمعية ، وبالتالي يقل إدراكهم لمبررات قيام هذه الجمعية فينصرفون عنها أو تقل رغبتهم فى الاستمرار فيها ، فيجب أن تبذل جهود صادقة للتغلب على بعض هذه الصعوبات وعدم التورط فى وجود البعض الآخر .

ورغم ما قد يثار من شكوك حول مستقبل النشاط التعاونى فى الزراعة ، يسود الاعتقاد فى أهمية الدور الذى يمكن أن يلعبه فى تنفيذ قانون الإصلاح الزراعى بمصر ، فيتنبأ بعض الثقة بأن تنفيذ هذا القانون سيؤدى إلى ظاهرتين أساسيتين (١) .

(١) الدكتور حسنى السيد : « النتائج المتوقعة لتنفيذ قانون الإصلاح الزراعى فى مصر »

فتحت في فئة لا يحترف أفرادها الزراعة ولكنهم يشعرون أموالهم فيها ، وتضيق نسبة ما يستغل من الأرض الزراعية في مصر بالتأجير . هاتان الظاهرتان تؤديان - في الأجل البعيد - إلى زيادة الناتج الزراعي ، وستظهر فئة من فالحى الأرض يتجانس أفرادها في المسئولية والمنفعة ، يقترن ذلك بتحول نحو الإنتاج المركز في الزراعة ، وتكشف هذه التطورات عن الأساس الذى يشعر معه المنتجون بأن التعاون أصبح ضرورة اقتصادية ، ويبصرهم بأن هناك حاجات تبرر قيام جمعيات تعاونية . ومع سيادة روح التعاون والإيمان بفكرته يزداد الاهتمام بالجمعيات التعاونية كمؤسسات تجارية لها فلسفتها الاقتصادية الخاصة بها ، وبنائها الإدارى والتنظيمى المتمشيين مع الأسس والمبادئ التعاونية ، وهنا سيحقق التعاون رسالته في تنظيم الإنتاج الزراعي وتسويق الزروع ، وسندحض مزايا الإنتاج الكبير تعمل بالوحدات المزرعية الصغيرة ، ويتأكد الاستقرار الاقتصادى الاجتماعى للزراع .

الخلاصة :

يتضح من هذه الدراسة الموجزة أن الجمعيات التعاونية الأولى في أراضى الإصلاح الزراعى قد حققت نجاحا ملحوظا ، قياسا على جمعية الزعفران التعاونية في تحسين الأرباح وتحويلها من الوسطاء إلى الأعضاء بتسويق القطن تعاونياً ، فقد بلغ مجموع ما يخص القنطار من نفقات الإدارة والعمولة التسويقية نحو ٦٥٢ ملياً في حين كان متوسط فرق السعر ٢,٩٤٤ جنيه في نفس الجمعية في عام ١٩٥٣ / ١٩٥٤ . وكان متوسط فروق الأسعار ١,٢٥٩ جنيه للقنطار في ثلاثين جمعية تعاونية بمناطق الإصلاح الزراعى ، وزادت فروق الأسعار في ٢٥ جمعية من الثلاثين عما تكلفه القنطار الواحد في جمعية الزعفران ، والقياس في هذه الدراسة ملاحظة فيه المصاريف الإدارية والعمولة التسويقية .

وقد حققت الجمعيات أهدافاً هامة في نواحى النشاط الأخرى لها ، وترجم هذا النجاح بعائد للعضو في جمعية الزعفران زاد قيمة السهم الواحد ، أى أن نصيب الفدان أو كسر الفدان الذى يبلغ ١٠ قرش بلغ بعد الاستقطاعات الخاصة بالمشروع الدائر . نصيب العضو من العائد في الجمعية نفسها ٣,٧٦١ جنيهات في حين أن متوسط

اكتتاب العضو بالجمعية حتى الآن يبلغ ١,٩٠١ جنيه ومعنى هذا أن الجمعيات الأخرى ستحسن البداية إذا ترسمت خطى جمعية الزعفران التعاونية . وفي نفس الوقت يجدر بالقائمين على إدارة جمعية الزعفران مداومة العمل على زيادة نجاح الجمعية واستمرارها .

وقد تعرضت الدراسة لمناقشة صعوبات قد تحد من النشاط التعاوني ، واتضح أثر سياسة الجمعية في الاحتفاظ بأعضائها والحصول على عدد كاف منهم ، وعلى فرض سلامة التطبيق التعاوني في الزراعة ، والتغلب على العوامل التي تحد من نشاط الجمعيات التعاونية وتفادى وجودها ، تقود هذه الدراسة إلى الاعتقاد بإمكان تحقيق مستقبل زاهر للتعاون في الزراعة كنتيجة متوقعة لتنفيذ قانون الإصلاح الزراعي في مصر .

التوصيات :

في ضوء ما جاء بهذا المقال وما استوعبته من بيانات في تحضير هذا البحث الموجز نسوق بعض التوصيات اللازمة :

١ - بدأت جمعية الزعفران مشروعاً للتأمين على مواشي الأعضاء ، فيحسن التوسع في تطبيق سياسة التأمين ، في حدود امكانيات الجمعيات ، لتشمل محصول القطن على الأقل كحصول نقدي رئيسي ، وسياسة التأمين إذا طبقت أدت إلى استقرار دخول الأعضاء نسبياً فيقبلون على الجمعية ويزيد عملها .

٢ - كثيراً ما تحسن الجمعية التسويقية الأرباح بحمل الحاصلات المسوقة إلى مرحلة أبعد من مراحل التسويق ، فيجب محاولة خوض السوق بعيداً عن المزرعة ، كما يحسن بالجمعيات أن تتعامل - في نشاطها الشرائي - فيما وراء تجار التجزئة على الأقل .

٣ - استقطعت جمعية الزعفران جزءاً كبيراً من عائد أعضائها لحساب المشروع الدائر ، فيجب أن ترد استقطاعات المشروع الدائر إلى الأعضاء في أقصر مدة ممكنة تستفيد معها الجمعية ، وتكفل اعتماد الجمعية - في تمويلها دائرياً - على أعضائها المتعاملين معها فعلاً ، كما تبقى على الروح المعنوية للأعضاء .

- ٤ - يصعب تحقيق أغراض الجمعية ما دام أعضاؤها غير متشبعين بالروح التعاونية ، ويحدث ذلك كثيراً في البداية . فيجب اتخاذ الوسائل التي تكفل الحصول على العدد الكافي من الأعضاء والاحتفاظ بكل من ينضم ، وقد تعرضنا للإشارة لبعض هذه الوسائل آنفاً .
- ٥ - يجب الاهتمام بالدراسة والبحث ضماناً للتبصير بعوامل النجاح والفشل ، ويساعد على ذلك مداومة استشارة الفنيين وذوى الخبرة .

المراجع

- ١ - اللجنة العليا للإصلاح الزراعي (نشرات وتقارير)
- ٢ - جريدة الاهرام بتاريخ ٢٢/١٢/١٩٥٤ .
- ٣ - مجلة العلوم الزراعية (كلية الزراعة بجامعة القاهرة) يونيه ١٩٥٤
- ٤ - مجلة التعاون (للاتحادات التعاونية) اعداد : مايو ، وأغسطس ، وسبتمبر ، وديسمبر سنة ١٩٥٤ .
- ٥ - Bakken & Schaars :
"Economics of Cooperative Marketing" 1937;
- ٦ - Blankertz : "Marketing Cooperative. " 1940.
- ٧ - Clark & Weld : "Marketing Agricultural Products ,
In the U.S.A " 1948.
- ٨ - Shepherd : "Marketing Farm Products" 1949 .