

# تقييم نظام تسويق الارز

رسالة مقدمة من

**رضا حسن الجوهري**

بكالوريوس علوم تعاونية زراعية، المعهد العالي للتعاون الزراعي، 1993

**كجزء من متطلبات الحصول على  
درجة الماجستير في العلوم الزراعية  
(اقتصاد زراعي)**

قسم الاقتصاد الزراعي

كلية الزراعة

جامعة عين شمس

2018

صفحة الموافقة على الرسالة

## تقييم نظام تسويق الارز

رسالة مقدمة من

**رضا حسن الجوهري**

بكالوريوس علوم تعاونية زراعية، المعهد العالي للتعاون الزراعي، 1993

**كجزء من متطلبات الحصول على  
درجة الماجستير في العلوم الزراعية  
( اقتصاد زراعي )**

وقد تمت مناقشة الرسالة والموافقة عليها

اللجنة

د. علي عاصم زكي فواد

أستاذ الاقتصاد الزراعي ، كلية الزراعة، القاهرة

د. محمد سيد شحاتة

أستاذ الاقتصاد الزراعي المتفرغ، كلية الزراعة، جامعة عين شمس

د. محمد صلاح عبد السلام قنديل

أستاذ الاقتصاد الزراعي المتفرغ، كلية الزراعة، جامعة عين شمس.

د. محمد بدير العراقي

أستاذ الاقتصاد الزراعي المتفرغ، كلية الزراعة، جامعة عين شمس.

تاريخ المناقشة : / / 2018 .

جامعة عين شمس  
كلية الزراعة

رسالة ماجستير

اسم الطالب : رضا حسن الجوهري  
عنوان الرسالة : تقييم نظام تسويق الارز  
اسم الدرجة : ماجستير في العلوم الزراعية ( اقتصاد زراعي )

لجنة الإشراف

د. محمد بدير العراقي

أستاذ الاقتصاد الزراعي المتفرغ، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة عين شمس.  
( المشرف الرئيسي )

د. محمد صلاح عبد السلام قنديل

أستاذ الاقتصاد الزراعي المتفرغ، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة عين شمس.

د. بيومي عبد المجيد بيومي

رئيس بحوث متفرغ ، قسم الاقتصاد الزراعي ، معهد بحوث الاقتصاد الزراعي .

تاريخ التسجيل : 2014 / 2 /

الدراسات العليا

أجيزت الرسالة بتاريخ

2018 / /

ختم الإجازة

موافقة مجلس الجامعة

2018 / /

موافقة مجلس الكلية

2018 / /

## المستخلص

رضا حسن الجوهري: تقييم نظام تسويق الارز ، رسالة ماجستير غير منشورة،  
قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة عين شمس، 2018 .

يعتبر قطاع الزراعة من أهم القطاعات الرائدة في الاقتصاد القومى المصرى  
لأهميته البالغة فى سد احتياجات المواطنين من الغذاء والكساء ، وقد لوحظ فى  
السنوات الأخيرة تراجع الأهمية النسبية لهذا القطاع .

ويعتبر الأرز من المحاصيل التى يحتاجها الإنسان المصرى فى غذائه  
نظراً لأنها من السلع الاستهلاكية الضرورية ولارتفاع قيمتها الغذائية فعند تقدير  
القيمة الحيوية لبروتين الأرز وجد أنها مرتفعة بالنسبة لأنواع الأخرى من الحبوب .  
وتمثلت مشكلة الدراسة من مشكلة زراعة الارز في الاساس وكونه محصولاً  
شرباً للمياة ويتكالب الزراع علي زراعته ويتحقق من إنتاجه فائض ويمثل ذلك  
مشكلة مائية وإنتاجية فضلاً عن مشاكل التسويق الكبيرة والتي هي موضوع الدراسة  
والتي تبدأ من بداية انتاج الارز وتنوع اضافته واختلاف اوقات الحصاد كل صنف  
أو مكوث واختلاف فترة مكوثه في الارض بما يؤثر علي خروج المحصول الي  
السوق في الوقت المناسب وبالقدر المناسب وبالشكل والنوعية المناسبة مما يؤدي  
الي تنوع المشاكل وما يستتبعها من مشاكل النقل والتخزين والبيع والشراء والمضاربة  
ومشاكل التصدير الشرعي وغير الشرعي فضلاً عن صناعة ضرب الارز وما  
يتلوها من مشاكل حتي وصول الارز الابيض الي المستهلك النهائي وتم تناول كل  
تلك المشاكل من بداية انتاجه الي السوق وتدواله شعير بين التجار وتخزينه  
والمضاربة عليه ثم صناعة ضرب الارز ودخول المضارب عقبة شديدة أو صعبة  
في تسويق الارز ، خاصة ما يتعلق بالتكاليف والتخزين وتوقيتات ضرب الارز  
واساليب تسلمها للانتاج من الزراع والتجار وما ينتج عنه من مشاكل ومن هنا تبرز  
تكاليف تسويق الارز من انتاجه حتي استهلاكه وان كان الامر سيغض النظر  
جزئياً عن دورة تكاليف الانتاج .

وتناولت هذه الدراسة بشكل عام دراسة تكاليف عملية ضرب الأرز فيما  
بين مضارب القطاعين العام والخاص وذلك للتعرف على العوامل المختلفة التى  
أدت إلى ارتفاع تكاليف ضرب الأرز وأوجه الاختلاف والتشابه لهذه الصناعة على  
مستوى القطاعين العام والخاص، وتم اقتراح أنسب الحلول لتحسين كفاءة هذه  
الصناعة بما يحقق تدنية تكاليفها والوصول إلى أفضل الطرق لتقدير هذه التكاليف  
بصورة موثوق بها الأمر الذى يخدم فى النهاية متخذى القرارات الاقتصادية  
وواضعى السياسات التصنيعية وتحديد الحجم الأمثل لهذه الصناعة .

**الكلمات المفتاحية:** دوال التكاليف، الفاقد الزراعي، تسويق الأرز.

## شكر وتقدير

أسالك اللهم علماً نافعاً ورزقاً طيباً وعملاً متقبلاً ، سبحانك القائل " وما أوتيتم من العلم إلا قليلاً" وأصلي وأسلم علي من جاء به المولي هدي ورحمة للعالمين محمد بن عبد الله الصادق الأمين.

تتردد كلمات الشكر والعرفان بالجميل كثيراً وتستمر بطيب أو سييء الأعمال ولكنها إن ذكرت في مواضعها كانت اعترفاً بالجميل وبفضل إنسان عظيم، لذا تظل عالقة بالأذهان يذكرها الشاكر بحب ووفاء ويذكرها المشكور بتواضع واستحياء . وفي هذا الموضع تعجز كلمات الشكر عما يجول بالقلب والفكر من آيات الشكر والعرفان إلي أصحاب الفضل في إظهار هذا العمل إلي النور .

ويشرفني إن أتوجه بخالص الشكر والتقدير إلي الأستاذ الدكتور الفاضل / **محمد بدير العراقي** أستاذ الاقتصاد المتفرغ بكلية الزراعة جامعة عين شمس والمشرف الرئيسي وذلك لما قدمه سيادته من فكر وتوجيهات سديدة وأراء علمية قيمة ومتابعته المستمرة فقد كان له عظيم الأثر في إخراج هذه الرسالة إلي حيز النور فجزيل الشكر لسيادته علي ما قدمه للباحث من توجيهات وتشجيع دائم ، وإن أتقدم له بأسمى معاني الشكر والتقدير فهي لا تفيه حقه كمعلم يعطي ليري أعظم نجاحاته في نجاح طلابه ، فجزاه الله خيراً .

كما يشرفني أن أتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير والامتنان للأستاذ الدكتور / **محمد صلاح عبد السلام قنديل** أستاذ الاقتصاد الزراعي المتفرغ بكلية الزراعة جامعة عين شمس والمشرف علي البحث لما قدمه سيادته من دعم وتوجيهات سديدة وتشجيع دائم للباحث ليخرج هذا البحث إلي النور بصورة مشرفة فجزيل الشكر لسيادته علي ما قدمه للباحث . أدعو الله إن ينعم علي بدوام الصحة والعافية .

كما يشرفني أن أتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير والامتنان للأستاذ الدكتور / **بيومي عبد المجيد بيومي** رئيس بحوث متفرغ مركز البحوث الزراعية والمشرف علي البحث لما قدمه سيادته من دعم وتوجيهات سديدة وتشجيع دائم للباحث ليخرج هذا البحث إلي النور بصورة مشرفة فجزيل الشكر لسيادته علي ما قدمه للباحث . أدعو الله إن ينعم علي بدوام الصحة والعافية .

كما يسعدني إن اتوجه بخالص الشكر والتقدير لأسرة قسم الاقتصاد الزراعي بكلية الزراعة جامعة عين شمس من السادة أعضاء هيئة التدريس والهيئة

المعاونة والموظفين والعمال بالقسم لكل ما قدموه للباحث من علم وجهد خلال فترة الدراسة .

كما يسعدني إن اتوجة بخالص الشكر والتقدير لأسرة قسم العينات بمعد بحوث الاقتصاد الزراعي مركز البحوث الزراعية وعلي رأسهم الاستاذ الدكتورة /  
**فتحية السيد** والسادة الباحثين بالقسم لكل ما قدموه للباحث من علم وجهد خلال فترة الدراسة .

كما أنقدم بأسمى معاني الشكر والعرفان بالجميل لوالدتي الحبيبة ووالدي الحبيب رحمهما الله ، وكذلك لزوجتي الحبيبة وعائلتي، ولأخوتي فلهم منى أعمق الامتنان، ولكل من شجعني وآزرني، من ذكرت منهم ومن لم أذكر.... عظيم شكري والدعوة بتمام العافية فى الدنيا والآخرة . وأهدي هذا العمل إلي كل من ساعدني لبناتي الاعزاء وابني العزيز. أسأل الله العلى العظيم أن يجعل هذا العمل خالصا لوجهه الكريم، وأن يكون علما ينتفع به، وما كان فيه من نقص فهو من نفسي وما كان فيه من تمام فهو من توفيق الله عز وجل .

والله من وراء القصد وهو يهدي السبيل ،،،

**الباحث**

## فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع	المقدمة
1		
1	مشكلة الدراسة	
2	أهداف الدراسة	
4	الطريقة البحثية ومصادر الحصول على البيانات	
4	الباب الأول: الاستعراض المرجعي	
4	الدراسات والبحوث المتعلقة بموضوع الدراسة .	
27	أهم النتائج المستخلصة من الدراسات والبحوث السابقة	
30	الباب الثانى : أهم المؤشرات الانتاجية والاقتصادية لمحصول الارز	
30	تطور المساحة والانتاجية الفدانية والانتاج الكلي لمحصول الارز في مصر	
36	تطور السعر المزرعى والايرادات والتكاليف الكلية وصافى العائد لمحصول الارز	
43	تطور الاستهلاك والفائض ونصب الفرد ونسبه الاكتفاء الذاتي من محصول الارز	
46	تطور قيمة وكمية الصادرات والواردات من محصول الارز في مصر.	
51	الباب الثالث: التحليل الإقتصادي لتسويق محصول الارز في مصر	
52	الفصل الأول: الهوامش التسويقية لمحصول الارز في مصر	
52	المسلك التسويقي أو القناة التسويقية :	
55	الهوامش التسويقية وتوزيع جنية المستهلك لمحصول الأرز :	
57	النظام الحالي لتسويق الارز المصري بنوعيه الشعير والابيض	
58	الوظائف والخدمات التسويقية لمحصول الارز في مصر	
67	الفصل الثاني: صناعة ضرب الأرز فى جمهورية مصر العربية	
67	أولا : طرق ضرب الأرز الأولية :	
68	ثانيا :- خطوات الصناعة الحديثة للارز	
71	ثالثاً :خطوات ضرب الأرز فى مضارب العينة :	
78	الفصل الثالث: المستويات السعرية والفاقد الزراعي لمحصول الارز	
78	الفاقد الزراعي وأنواعه:	
80	تطور الفاقد الزراعي من الارز الشعير :	

الصفحة	الموضوع
82	تطور المستويات السعرية لمحصول الارز :
85	الباب الرابع: تقدير دوال انتاج وتكاليف ضرب الارز بعينة الدراسة
85	الفصل الأول: أسس اختيار ووصف عينة الدراسة وتقدير معالم الدالة الانتاجية ومعالم دالة التكاليف
85	إختيار المحافظة والمراكز موضع الدراسة
89	التقدير الإحصائي لدوال إنتاج محصول الارز
92	الفصل الثاني: الانتاج والتكاليف لصناعة ضرب الارز بمضارب العينة
92	المسار التسويقي للارز الشعير
94	التوزيع الجغرافي للمضارب بالعينة :
95	التوزيع الجغرافي للتجار بالعينة :
95	تكاليف التخزين للارز الشعير للمضرب :
99	اهم المشاكل التي قابلت ادارة المضارب في التعامل مع التجار:
97	تكاليف ضرب الارز الشعير.
103	دوال تكاليف ضرب الارز بعينة الدراسة
108	تسويق الارز الابيض
114	الفصل الثالث: التحليل القياسي للمقادير المورد للمضارب وأسعارها بالعينة
114	العلاقة بين الكميات الموردة وسعر المزارع والمضرب لعينة من المضارب
155	الملخص والتوصيات
141	المراجع
164	الملاحق
171	



## فهرس الجداول

الجدول	العنوان	رقم الصفحة
(1-2)	تطور إجمالي المساحة المزروعة والإنتاجية الفدائية والإنتاج الكلى لمحصول الارز	34
(2-2)	تطور السعر المزرعي والايادات والتكاليف الإجمالية وصافى العائد الفدانى لمحصول الارز فى جمهوريه مصر العربية خلال الفترة (2000-2015)	40
(3-2)	يوضح الانتاج والاستهلاك والفائض ونسبة الاكتفاء الذاتي للارز بالالف طن خلال الفترة (2000-2015)	42
(4-2)	تطور قيمة وكمية الصادرات والواردات من محصول الارز في مصر خلال الفترة (2000-2015)	50
(1-3)	المستويات السعرية والفروق التسويقية بالجنيه للطن وتوزيع جنيه المستهلك لمحصول الارز خلال الفترة (2000-2015).	57
(2-3)	كمية الفاقد الزراعي من محصول الارز بالالف طن خلال الفترة (2000-2015)	80
(3-3)	نتائج التحليل الإحصائي لمعادلات الاتجاه العام لتطور سعر محصول الأرز بالجنية للطن خلال الفترة (2000-2015)	83
(1-4)	مساحة وإنتاج محصول الارز في مراكز محافظة الغربية خلال عام (2015)	85
(2-4)	توزيع حجم العينة على المراكز والقرى التي تم اختيارها لإجراء الدراسة الميدانية عام 2015	86
(3-4)	تقديرات معالم دالة الانتاج لمحصول الارز الشعير بعينة الدراسة في الصورة الخطية العامة والخطية في اللوغارتمات خلال موسم الزراعي (2015-2/2016)	87
(4-4)	تقديرات معالم دالة الانتاج لمحصول الارز الشعير بعينة الدراسة	91
(5-4)	الكميات التي وردها التجار الي المضارب بالطن ومتوسط سعر المزارع والمضرب والربح والتكاليف لموسم 2015 بالجنية للطن	96

الجدول	العنوان	رقم الصفحة
(6-4)	تكاليف التخزين للارز الشعير لمضارب للارز الشعير بالجنه للطن لموسم 2015	98
(7-4)	التوزيع الاحتمالي للمشاكل التي قابلت ادارة المضارب عند التعامل مع التجار	100
(8-4)	التوزيع الاحتمالي لمشاكل العمالة بمضارب العينة	100
(9-4)	التوزيع الاحتمالي للمشاكل التي قابلت التجار عند التعامل مع الزارع بالعينة	101
(10-4)	التوزيع الاحتمالي للمشاكل التي قابلت التاجر عند التعامل مع المضارب العينة	102
(11-4)	التوزيع الاحتمالي للمشاكل الخاصة بالعمالة والنقل بالعينة	102
(12-4)	التوزيع الاحتمالي للحلول او الاساليب المقترحة لحل تلك المشاكل ( المزارع-المضارب - النقل والعماله )	103
(13-4)	يوضح تكلفة تحويل طن الارز الشعير الي ارز ابيض بالجنه للطن لموسم 2015	105
(14-4)	يوضح نواتج تحويل الارز الشعير الي الارز الابيض للطن	107
(15-4)	المشتقات الاقتصادية لدوال التكاليف الانتاجية لمحصول الارز لكل من المضارب الحديثة والعادية بعينة الدراسة لمحافظة الغربية	110
(16-4)	عدد الموردين والكميات التي تم شرائها من المزارع وكذلك سعر المضرب والمزارع للمضرب الاول	114
(17-4)	عدد الموردين والكميات التي تم شرائها من المزارع وكذلك سعر المضرب والمزارع للمضرب الثاني	117
(18-4)	عدد الموردين والكميات التي تم شرائها من المزارع وكذلك سعر المضرب والمزارع للمضرب الثالث	120
(19-4)	عدد الموردين والكميات التي تم شرائها من المزارع وكذلك سعر المضرب والمزارع للمضرب الرابع	122
(20-4)	عدد الموردين والكميات التي تم شرائها من المزارع وكذلك سعر المضرب والمزارع للمضرب الخامس	124

الجدول	العنوان	رقم الصفحة
(21-4)	عدد الموردين والكميات التي تم شرائها من المزارع وكذلك سعر المضرب والمزارع للمضرب السادس	125
(22-4)	عدد الموردين والكميات التي تم شرائها من المزارع وكذلك سعر المضرب والمزارع للمضرب السابع	127
(23-4)	عدد الموردين والكميات التي تم شرائها من المزارع وكذلك سعر المضرب والمزارع للمضرب الثامن	130
(24-4)	عدد الموردين والكميات التي تم شرائها من المزارع وكذلك سعر المضرب والمزارع للمضرب التاسع	131
(25-4)	عدد الموردين والكميات التي تم شرائها من المزارع وكذلك سعر المضرب والمزارع للمضرب العاشر	133
(26-4)	عدد الموردين والكميات التي تم شرائها من المزارع وكذلك سعر المضرب والمزارع للمضرب الحادي عشر	135
(27-4)	عدد الموردين والكميات التي تم شرائها من المزارع وكذلك سعر المضرب والمزارع للمضرب الثاني عشر	137
(28-4)	عدد الموردين والكميات التي تم شرائها من المزارع وكذلك سعر المضرب والمزارع للمضرب الثالث عشر	139
(29-4)	عدد الموردين والكميات التي تم شرائها من المزارع وكذلك سعر المضرب والمزارع للمضرب الرابع عشر	140
(30-4)	عدد الموردين والكميات التي تم شرائها من المزارع وكذلك سعر المضرب والمزارع للمضرب الخامس عشر	142
(31-4)	عدد الموردين والكميات التي تم شرائها من المزارع وكذلك سعر المضرب والمزارع للمضرب السادس عشر	144
(32-4)	عدد الموردين والكميات التي تم شرائها من المزارع وكذلك سعر المضرب والمزارع للمضرب السابع عشر	146
(33-4)	عدد الموردين والكميات التي تم شرائها من المزارع وكذلك سعر المضرب والمزارع للمضرب الثامن عشر	148
(34-4)	عدد الموردين والكميات التي تم شرائها من المزارع وكذلك سعر المضرب والمزارع للمضرب التاسع عشر	149
(35-4)	عدد الموردين والكميات التي تم شرائها من المزارع وكذلك سعر المضرب والمزارع للمضرب العشرون	151

## فهرس الاشكال

الصفحة	العنوان	الشكل
31	تطور إجمالي المساحة المنزروعه لمحصول الارز في مصر خلال الفترة (2000-2015)	(1-2)
32	تطور إجمالي الإنتاج الكلى لمحصول الارز في مصر خلال الفترة (2000-2015)	(2-2)
33	تطور الانتاجيه الفدانيه لمحصول الارز في مصر خلال الفترة (2000-2015)	(3-2)
35	تطور سعر الطن من محصول الارز في مصر خلال الفترة (2000-2015)	(4-2)
37	تطور الايراد الكلى من محصول الارز في مصر خلال الفترة (2000-2015)	(5-2)
38	تطور التكاليف الكلية من محصول الارز في مصر خلال الفترة (2000-2015)	(6-2)
39	تطور صافى العائد للفدان من محصول الارز في مصر خلال الفترة (2000-2015)	(7-2)
41	تطور المتاح للاستهلاك من الارز في مصر خلال الفترة (2000-2015)	(8-2)
43	تطور حجم الفائض من الارز في مصر خلال الفترة (2000-2015)	(9-2)
44	تطور إجمالي نسبة الاكتفاء الذاتى من الارز في مصر خلال الفترة (2000-2015)	(10-2)
46	تطور كمية الصادرات من محصول الارز في مصر خلال الفترة (2000-2015)	(11-2)
47	تطور قيمة الصادرات من محصول الارز في مصر خلال الفترة (2000-2015)	(12-2)
48	تطور كمية الواردات من محصول الارز في مصر خلال الفترة (2000-2015)	(13-2)
49	تطور قيمة الواردات من محصول الارز في مصر خلال الفترة (2000-2015)	(14-2)
60	النظام الحالي لتسويق الارز المصري بنوعيه الشعير والابيض	(1-3)

الصفحة	العنوان	الشكل
61	يوضح المراحل التسويقية للارز الشعير	(2-3)
83	تطور الأسعار لمحصول الأرز بالجنية للطن خلال الفترة (2015-2000)	(3-3)

## مقدمة

يحتل تسويق الارز الشعير ثم الابيض مكانه رئيسيه في الانماط التسويقية للمنتجات الزراعية المصرية سواء أكان ذلك بيعاً وشراءً نقلاً أو ضرباً ويتم تسويق الارز الابيض وتوزيعه حتي وصوله الي المستهلكين في الداخل والخارج، كما تحتل صناعة ضرب الأرز مكانة رئيسية بين الصناعات التحويلية كحلج القطن أو طحن القمح لإعتبرات عديدة ليست أقلها أهمية اعتبار الأرز الابيض مكونا رئيسيا فى غذاء الغالبية العظمى من السكان المصريين .

ومن المعروف أن الأرز الشعير يتم تحويله بضربه في مضارب متخصصة في هذا الشأن (كبيرة وصغيرة) تسمى مضارب الأرز التي يتم فيها ضرب الأرز الأبيض أى تحويله من أرز شعير غير صالح إلى أرز أبيض صالح للاستهلاك الآدمي، وتنقسم مضارب الأرز إلى مضارب قطاع العام ومضارب قطاع خاص والتي يمكن تقسيمها إلى مضارب تنتج أرز معد للتصدير ومضارب تنتج أرز لتغطية جزء من الاستهلاك المحلى والاختلاف هنا فى رتبة الأرز التي تنتجها المضارب فارتفاع نوعية الأرز وانخفاض نسبة العيوب التجارية وزيادة التجانس يتم من خلال المضارب المعدة للتصدير، وهناك نوع آخر من المضارب يسمى بالفراكات الأهلية أى التي تقوم بسد احتياجات اهالى القرية من الأرز الأبيض وهي بدائية الصنع .

وتعتبر تكاليف صناعة ضرب الأرز من أهم الموضوعات التي يجب أن تؤخذ فى الاعتبار نظراً لتعدد وتنوع الأساليب التكنولوجية المستخدمة فى عملية ضرب الأرز والتي تؤدي بطبيعة الحال إلى تفاوت تكاليف صناعة ضرب الأرز بين الإرتفاع والإنخفاض وفقاً للأساليب التكنولوجية المستخدمة فى المضرب بالإضافة إلى نوعية الأرز المطلوب ونوعية السوق المراد توجيه الأرز المضروب إليه.

### مشكلة الدراسة :

مشكلة الدراسة تاتي من مشكلة زراعة الارز في الاساس وكونه محصولاً شرهاً للمياة ويتكالب علي زراعتة كثيراً من المزارعين ويمثل ذلك مشكلة مائية فضلاً علي مشاكل التسويق والتي هي موضوع الدراسة والتي تبدأ من بداية انتاج الارز وتنوع اصنافه مع اختلاف اوقات حصاد كل صنف بما يؤثر علي خروج المحصول الي السوق في الوقت المناسب وبالقدر المناسب وبالشكل والنوعية المناسبة وسيتم التركيز هنا علي مثل هذه المشاكل وما يتبعها من مشاكل كالنقل

والتخزين والبيع والشراء والمضاربة ومشاكل التصدير الشرعي وغير الشرعي فضلاً عن صناعة ضرب الارز وما يتلوها من مشاكل حتي وصول الارز الابيض الي المستهلك النهائي وسيتم ابراز كل مشكلة من بداية انتاجيه الي السوق وتداوله شعير بين التجار وتخزينه والمضاربة عليه ثم صناعة ضرب الارز والتي تمثل عقبة شديدة في تسويق الارز , خاصة ما يتعلق بالتكاليف والتخزين وتوقيينات ضرب الارز واساليب تسلمها للانتاج من الزراعة والتجار وما ينتج عنه من مشاكل.

من هنا تبرز تكاليف تسويق الارز من انتاجه حتي استهلاكه حيث لم يحظى التسويق بنفس الاهتمام الذي حظي به الإنتاج ومعدلاته ، كما لوحظ أن نسبة الفاقد للأرز أثناء المراحل المختلفة علي المستوي المزرعي وهي مراحل (الحصاد، والتجفيف، والدراس، والتذرية، والتداول، والتعبئة، والنقل، والتخزين، والقوارض) تقدر بنحو 492 ألف طن حيث قدرت قيمتها بنحو 1968 ألف جنيها تعادل انتاج نحو 157 ألف فدان، وهذه الكمية من الفاقد تؤثر بالسلب علي الكميات المستهلكة، والكميات الموجهة للتصدير، كما يوجد مشاكل أخرى في تسويق الأرز المصري أهمها ارتفاع الهوامش التسويقية مع انخفاض أسعار المنتجين (السعر المزرعي) .

### هدف الدراسة

تهدف الدراسة الي تقييم نظام تسويق الارز في المراحل المختلفة للتسويق، وكذلك دراسة تكاليف عملية ضرب الأرز فيما بين مضارب القطاعين العام والخاص وذلك للتعرف على العوامل المختلفة التي أدت إلى ارتفاع تكاليف ضرب الأرز، وأوجه الاختلاف والتشابه لهذه الصناعة على مستوى القطاعين العام والخاص، وبالتالي اقتراح أنسب الحلول للنهوض بتلك الصناعة بما يحقق تدنية تكاليفها والوصول إلى أفضل الطرق لتقدير هذه التكاليف بصورة موثوق بها الأمر الذي يخدم في النهاية متخذى القرارات الاقتصادية وواضعى السياسات التصنيعية، وتحديد الحجم الأمثل لهذه الصناعة ورفع كفاءه التسويق قدر الامكان .

### الطريقة البحثية:

تعتمد الدراسة فى تحقيق أهدافها على كل من أساليب التحليل الاقتصادي والإحصائي الوصفى وأساليب التحليل الكمي المتمثلة فى بعض أدواته مثل تحليل الإنحدار الخطى، ودراسة العلاقة بين المتغيرات بعضها البعض لكل من القطاعين العام والخاص بإستخدام النماذج الرياضية المختلفة ، واعتمدت الدراسة على تجميع