

## بررسی مکانیزم خرید برنج داخلی از طریق شبکه تعاونیهای روستائی

تهیه و تنظیم: سازمان تعاون روستائی استان مازندران

### مقدمه

تامین غذا، پوشاک و مسکن به عنوان ابتدائی ترین نیاز و خواسته بشری، همواره اصلی ترین دغدغه انسانها در طول تاریخ زندگی اش بوده و تا زمانی که بنا به مصلحت و اراده پروردگار توانا زندگی انسان بر این سیاره بی تکیه گاه جریان داشته باشد، کمیت، کیفیت و راههای تامین این نیازها و خواسته ها همواره به عنوان مشغله اصلی و اولیه او باقی خواهد بود.

می دانیم که پس از وقوع تحول یا انقلاب اولیه در کشاورزی و صنعت، بویژه در قرون معاصر، عالمان اقتصاد و سیاست، مکاتب متعدد اقتصادی، سیستم ها و روشهای گوناگونی برای اداره امور کشورها و نحوه حضور ملتها در حیات جامعه، منجمله حیات اقتصادی آن، ارائه و پیشنهاد نمودند. مثلاً با توجه به تغییر، تنوع و تکامل ایجاد شده در بسیاری از ابزارهای تولید در بخش کشاورزی و لزوم استفاده کامل از منابع موجود، لزوم تغییر و تکامل در شیوه های توزیع نیز از اهمیت ویژه ای برخوردار شده است. تا حدی که می توان از پاره ای جهات امر توزیع را مهم تر از تولید تلقی نمود. از جمله شیوه های مورد نظر می توان به راهکارهای موجود و قابل دسترسی در خرید و عرضه محصولات مختلف کشاورزی اشاره نمود. تردیدی نیست که در صورت عدم توجه دقیق به نحوه توزیع و عرضه محصولات، صرف افزایش تولید نمی تواند امری موفقیت آمیز تلقی شود به عنوان نمونه شاخص، محصول زراعی شالی که در زمره محصولات استراتژیک کشور، منطقه و استان محسوب می شود و این موضوعی است که همیشه مسئولین و متولیان امر، باور خود را به آن اعلام داشته اند. اما متأسفانه تا امروز بدون برنامه ریزی های دولت و ارائه برنامه های مدون، همواره دچار روزمرگی بوده و همچنان به اصل آزمون و خطا و یا دنباله روی در امور خود را سرگرم نموده ایم. در این زمینه می توان علاوه بر برنج به محصولاتی نظیر

پیاز - خرما و... نیز اشاره نمود. به هر ترتیب با توجه به مشکل موجود در زمینه خرید و توزیع محصول برنج در استان های برنج خیز کشور بویژه استان مازندران که به همت برگزار کنندگان همایش حاضر، بررسی پاره ای از جنبه های آن، دستور کار این همایش را تشکیل می دهد در مقاله حاضر تلاش شده است تا با معرفی بیشتر سازمان مرکزی تعاون روستائی ایران، شبکه تعاونیهای روستائی تحت نظارت، وظایف، اختیارات و امکانات آن با سالم ترین، مطمئن ترین و مردمی ترین شبکه حاضر در بخش کشاورزی و کلاً در سطح کشور که می تواند در امر خرید و توزیع برنج حضوری موثر، قاطع و تعیین کننده داشته باشد، آشنائی بیشتری حاصل شود. فلذا در فصول بعد شیوه ها و شرایط خرید برنج داخلی در حال حاضر به اختصار مورد تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت.

#### هدف مقاله

اگر چه برای ارائه هر مقاله ای، اهدافی مد نظر است. ولی همه اهداف پیش بینی شده در یک مقاله از ارزش و محتوای یکسانی برخوردار نمی باشند. چون ممکن است هدفی کلی بوده و مشمول عام داشته باشد ولی هدف دیگری که در حقیقت از همان هدف کلی استنتاج می گردد، بطور تخصصی تر موضوع را مورد بررسی و ارزیابی قرار دهد. به همین دلیل هدف این مقاله نیز در دو بخش کلی و اختصاصی بشرح ذیل مطرح خواهد شد:

#### الف. هدف کلی

هدف کلی در ارائه این مقاله بررسی مکانیزم خرید برنج داخلی بمنظور توزیع صحیح و به صرفه آن بین مصرف کنندگان با لحاظ نمودن حمایت از تولید کنندگان برنج در بخش کشاورزی برای رسیدن به خود کفائی و بی نیازی از برنج وارداتی است.

#### ب. هدف اختصاصی

بدیهی است که در هدف کلی فوق الذکر، هدف تخصصی تری نیز نهفته است و آن هدف می تواند انتخاب بهترین مکانیزم برای خرید برنج داخلی باشد به گونه ای که ضمن مدنظر داشتن کاهش تصدی دولت و جلوگیری از هزینه های زائد برای آن، چتر نظارتی

دولت نیز بر حسن جریان خرید و توزیع عادلانه برنج سایه گستر باشد. به عقیده ارائه دهنده مقاله، "شبکه تعاونیهای روستائی در ایران" بنا به جمیعات و دلایلی که در فصول آتی می آید بهترین، کارآمدترین و مردمی ترین شبکه برای خرید و توزیع داخلی محسوب میشوند.

### روش مطالعه

با عنایت به مجموعه مطالعات کلاسیک و اجتماعی و تجربیات کسب شده طی سالیان طولانی خدمت در بخش کشاورزی بویژه در منطقه برنج خیز استان مازندران روش مطالعه را بر موارد زیر معطوف داشته ام.

الف- فرآیند خرید و توزیع داخلی در حال حاضر

ب- روش های موجود در خرید برنج داخلی

الف- فرآیند خرید و توزیع برنج در حال حاضر

اصولاً مراحل مختلف خرید، توزیع و فروش برنج داخلی را در حال حاضر می توان با توجه به مراحل آن به ترتیب ذیل دسته بندی کرد.

۱- مرحله خرید: خرید برنج داخلی اساساً و بطور غالب توسط بخش خصوص و تا حدودی هم بوسیله تعاونیها و بطور مشخص و در رأس آن شبکه تعاونیهای روستائی با نظارت سازمان مرکزی تعاون روستائی ایران به دو صورت زیر انجام می گیرد.

۱-۱- خرید شلتوک (شالی) که عموماً در سر مزرعه و یا در منازل شالیکاران صورت می گیرد.

۱-۲- خرید برنج که پس از انتقال و یا فروش شلتوک به کارخانجات شالیکوبی و تبدیل آن به برنج سفید و انتقال آن به انبارهای کوچک محلی، نیمه متمرکز شهرهای نزدیک و در نهایت انبارهای مرکزی در شهرهای بزرگ و مراکز عمده فروش تحقق می یابد، شایان ذکر است که تولید کنندگان برنج پس از تبدیل شلتوک به برنج، قسمتی را برای خود

مصرفی در منازل نگهداری و قسمت مازاد را با توجه به شرایط مالی، مقدار قابل عرضه و برنامه ریزی های معین به بازارهای محلی و یا بازارهای بزرگ شهری عرضه می نمایند.

۱- مرحله تبدیل و بوجاری: این مرحله اصولاً در کارخانجات شالیکوبی صورت گرفته و شامل تبدیل شالی به برنج، بوجاری و بسته بندی برنج در کیسه ها و یا بسته های متناسب با نیاز مصرف کننده، شرایط و سلیقه بازارهای داخلی و حتی خارجی است.

۲- مرحله عرضه و فروش: در این مرحله برنجهای آماده فروش از محل تبدیل در کارخانجات شالیکوبی به خارج و به انبارهای تاجران بومی و غیر بومی. بازارهای مصرف، موسسات و سازمانهای سفارش دهنده انتقال یافته و نهایتاً برای فروش به مصرف کنندگان اصلی در نقاط مختلف کشور به دو صورت زیر عرضه و توزیع میگردد.

- مصرف کنندگان عمده شامل مراکز پر جمعیت با مصرف زیاد از قبیل سازمانها و مراکز دولتی و غیر دولتی نظیر ارتش، دانشگاهها، وزراتخانه ها، شرکتهای، حوزه های علمیه و - مصرف کنندگان خرد شامل مغازه داران محلی که در نهایت برنج خریداری شده داخلی را به خانواده های شهری و روستائی عرضه مینمایند.

ب- روشهای موجود در خرید برنج داخلی:

همانطوریکه در صفحات قبل گفته شد، در حال حاضر بجز شبکه تعاونیهای روستائی تحت نظارت سازمان مرکزی تعاون روستائی ایران - سازمانها، موسسات و اقشار خاصی از مغازه داران و تاجران بخش خصوص معمولاً در ماه ها و فصول مشخص و یا در تمام طول سال به خرید شالی یا برنج از تولید کنندگان و عرضه آن به بازار مصرف اعم از موسسات، سازمانهای دولتی و غیر دولتی و خانوارها مبادرت می نمایند. در هر حال بی آنکه فعلاً قصد نفی حضور و نقش تاجران خرد محلی که به شکل واسطه و در ازای دریافت حق العمل در بازار تهیه، تبدیل، بوجاری، بسته بندی، حمل و نقل و فروش برنج دخالت دارند و یا تاجران بزرگ بومی و غیربومی که در امر خرید و فروش برنج نقش اساسی ایفاء می نمایند، در میان باشد، بدون تردید می توان اذعان داشت که اساساً به غیر از شبکه تعاونیهای روستائی، سایر خریداران بطور غالب به منافع شخصی خویش می اندیشند و با کمترین

توجه به منافع تولید کنندگان و مصرف کنندگان بین این دو گروه هایل شده و در تغییر قیمت و ایجاد نوسان غیر منطقی و بی ثبات کردن بازار عرضه، تقاضا از طریق عدم تمایل به خرید به هنگام عرضه محصول از سوی تولید کنندگان، احتکار و ایجاد بازار سیاه برای عرضه طبیعی، بموقع برنج به مصرف کنندگان نقش و حضور فعالی دارند. به ویژه در شرایطی که واردات برنج خارجی و چگونگی توزیع آن از سوی دولت نیز تابعی از ایجاد شرایط مساعد سود دهی بیشتر برای آنان باشد. اگر چه بخشی خصوصی نیز براساس اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران یکی از سه بخش اقتصادی جامعه را تشکیل می دهد و اصولاً حرمت و آزادی کسب و پیشه از طریق خرید و فروش، مشروع شناخته شده و محترم شمرده می شود، اما به دلایل مستندی که در ادامه مقاله ارائه می گردد، اجرای برنامه خرید برنج داخلی وسیله سازمان مرکزی تعاون روستائی ایران و شبکه تعاونیهای روستائی و ایجاد زمینه و بستر مناسب برای این شبکه جهت ورود به عرصه بازاریابی و توزیع و نهایتاً واردات و صادرات برنج بهترین شیوه و شکل ممکن برای خرید و توزیع محصول برنج داخلی کشور می باشد. و نحوی که نه تنها فاقد معضلات و آثار سوء ناشی از عملکرد بخش خصوصی در این زمینه خواهد بود بلکه به عنوان کانال بسیار مطمئن و بازوی بشمار توانا در صورت تداوم هزینه های ناشی از تصدی دولت در این زمینه از بخش کشاورزی و تولید را کاهش خواهد داد. برای توضیح بیشتر موضوع اجازه می خواهم مختصری به معرفی سازمان، تعاونیهای روستائی تحت نظارت، نحوه تشکیل، خصوصیات و امکانات آن پردازم.

۴-آشنائی با سازمان مرکزی تعاون روستائی ایران و شبکه تعاونیهای روستائی تحت نظارت: براساس اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، بخش تعاونی به عنوان یکی از سه بخش اقتصادی کشور به لحاظ ماهیت، نحوه تشکیل، اهداف و عملکرد آن - حد واسط بین دو بخش دیگر اقتصادی کشور، یعنی بخشهای دولتی و خصوصی تلقی می شود. چرا که در صورت توجه و حمایت های لازم از سوی مدیران و برنامه ریزان نظام در سطح کلان از یک سو می تواند نقش دولت را به عنوان متصدی، کارفرما و سرمایه گذار مطلق

در بخش اقتصادی کاهش داده و از سوی دیگر باعث می شود تا از تمرکز و تکاثر بی رویه و بی حد و حصر ثروت در بخش خصوصی - در دست عده ای خاص جلوگیری بعمل آید و متناسب با جایگاه، نقش و عملکرد خود از ایجاد و گسترش فساد و بی عدالتی که نتیجه محتوم آن بدینی، نارضائی و دلسردی در اقشار مختلف مردم است، جلوگیری نماید.<sup>۱</sup> چه به تجربه نیز ثابت شده است که بسط و گسترش و تعمیق تعاونیها قادرند در توزیع عادلانه ثروت و درآمد، ایجاد اشتغال، تعمیم عدالت اجتماعی و افزایش حس مشارکت عمومی کمک های اساسی و ارزنده ای را ارائه نمایند.<sup>۲</sup>

اما در زمینه تشکیل تعاونیهای روستائی به صورت امروزی و فراگیر، صرفنظر از سوابق قبلی که در این مقاله باعث اطاله کلام و اتلاف وقت خواهد شد، باید گفت که در اوائل دهه ۱۳۴۰ هـ - ش، پس از اجرای رفرم ارضی در ایران که اصطلاحاً اصلاحات ارضی معروف بود بمنظور حفظ مدیریت مزرعه و پر کردن فضای خالی مالک و تهیه و تدارک و توزیع بموقع عوامل کشاورزی و نهاده های تولید - پرداخت وام کوتاه مدت بعنوان تنخواه گردان امور جاری - با ملزم نمودن کشاورزان صاحب نسق به عضویت در تعاونیهای روستائی، در سال ۱۳۴۲ سازمان مرکزی تعاون روستائی ایران بموجب قانون تشکیل و بتدریج شرکتهای اتحادیه های تعاونی روستائی با سرمایه کشاورزان و سپردن نقش اصلی به آنان تأسیس و دولت نیز نظیر بسیاری از کشورهای دیگر از طریق سازمان مذکور نقش راهنما را به عهده گرفت. برای تعرفه بیشتر سازمان قسمتی از ماده ۳ قانون اساسنامه سازمان موصوف ذیلاً می آید.

---

<sup>۱</sup> و <sup>۲</sup> رجوع به منابع

ماده ۳: (هدف سازمان به تبعیت از برنامه های وزارت اصلاحات ارضی و تعاون روستائی تأمین موجبات پیشرفت و گسترش و تقویت تعاون، توسعه عملیات اقتصادی و بازاریابی و بازرگانی، خدمات تعاونی در روستاها است...)<sup>۱</sup>

اضافه می نماید که وظایف قانونی سازمان مرکزی تعاون روستائی ایران در ۳۴ بند و ۳ تبصره در ماده ۳ اساسنامه این سازمان مشروحاً تعیین شده است. در واقع سازمان تعاون روستائی وظایف خود را با استفاده از اختیارات قانونی خود در زمینه نظارت، هدایت، ارشاد و کنترل تعاونیها با ۱۱ بند و ۲ تبصره اعمال می نماید. از جمله زمینه هائی که تعاونیهای روستائی می توانند با توجه به اساسنامه خود در آن فعالیت کنند: تأمین اعتبارات، تهیه و توزیع مایحتاج اعضاء و کشاورزان مانند کالاهای مصرفی، مواد سوختی، خرید محصولات کشاورزی انجام عملیات بسته بندی، حمل و نقل، فروش، صادرات، واردات و ... می باشد.<sup>۲</sup> اگر چه تعاونیهای روستائی قدیمی ترین، گسترده ترین، کارآترین و در عین حال از نظر جمعیتی، اعتباری و سرمایه - پرجمعیت ترین و معتبرترین تعاونیهای کشور است و به اعتباری در واقع تنها شبکه ای است که در طول چهار دهه از عمر خود حتی در دورترین و صعب العبورترین نقاط روستائی کشور در بعضی از زمینه ها نظیر تدارک و توزیع نهاده های کشاورزی، تدارک و توزیع وامهای کوتاه مدت، توزیع کالاهای مصرفی، مواد نفتی و ... حضوری مستمر و مؤثر داشته است. اما متأسفانه باید پذیرفت که علیرغم گستردگی و امکانات بسیار چشمگیر خود از کل توان و ظرفیت بالقوه و موجود آن بهره برداری مطلوب و مناسب نشده است و تأسف بارتر اینکه تاکنون در زمینه شناسائی ظرفیت ها و توان موجود این شبکه نیز هیچگونه کار مطالعاتی و تحقیقاتی انجام نگرفته است. در اینجا لازم است اشاره ای مختصر و گذرا به پاره ای از امکانات و ظرفیت های شبکه تعاونیهای روستائی مازندران در حال حاضر داشته باشیم:

---

۲- رجوع به منبع

در استان مازندران تعداد ۱۹۰ شرکت تعاونی روستائی با عضویت ۲۶۳۲۲۵ نفر از کشاورزان که معمولاً سرپرست خانوار می باشند، وجود دارد بنابراین می توان ادعا نمود که این شرکتها بیش از یک میلیون نفر از جمعیت ساکن در بخش کشاورزی و روستائی را در بیش از ۳۰۷۳ روستای منطقه تحت پوشش قرار داده اند. شرکتهای مذکور با داشتن بیش از ۳۴ میلیارد ریال سرمایه و ذخیره و حمایت و پشتیبانی از طریق ۱۴ اتحادیه تعاونی روستائی در مراکز شهرستانهای تابعه و مرکز استان می توانند در جای خود از لحاظ اقتصادی، اجتماعی، ایجاد اشتغال و مشارکت مردمی حرفهائی برای گفتن داشته باشند. که شاهد نمونه ای این قضیه اشتغال بکار دائم حدود ۱۰۰۰ نفر در این شرکتها و اتحادیه ها است. از امکانات بالفعل موجود در شبکه مذکور ۱۹۲ دستگاه ساختمان اداری و دفاتر کار - ۲۲۰ دستگاه انبار با مجموع ظرفیت ۲۹۱/۲۸۰ تن مقدار - ۴۴۴ واحد فروشگاه مصرف با تصدی ۳۸۷ نفر فروشنده - تعداد ۴۸۸ عامل توزیع کالاهای کوپنی - تعداد ۱۶۷ عاملیت فروش مواد نفتی با ۴۰۷ فروشگاه فرآورده های نفتی و ۳۴۵ نفر فروشنده - تعداد ۸۳ فروشگاه سموم دفع آفات نباتی و تعداد ۵ فروشگاه لوزام یدکی ماشین آلات کشاورزی را می توان نام برد<sup>۱</sup>.

با مروری اجمالی به مجموعه امکانات شبکه تعاونیهای روستائی مازندران که بمنظور جلوگیری از اطاله کلام بشرح مختصر و گزینش آن اکتفاء شده است و طبیعی است که سایر استانهای کشور نیز با تغییراتی دارای امکانات مشابه می باشند، نقش و حضور فعال سازمان تعاون روستائی با مجموعه ای از کارشناسان و نیروهای با تجربه که برابر قانون در مدیریت تعاونیهای موصوف و تعمیق و گسترش و سمت و سو بخشیدن به فعالیت های آن دارای اختیارات قانونی وسیعی می باشند را بیافزائیم، جایگاه نقش و عظمت شبکه تعاونیهای روستائی در تقلیل هزینه های دولت و کاهش تصدی گری آن در رساندن خدمات و کالاها به بخش کشاورزی و اساساً سیاست گذاری در امر تنظیم بازار به ویژه بازار محصولات کشاورزی پر رنگتر و مشخص تر می شود. بویژه در شرایط کنونی که

<sup>۱</sup> رجوع به منابع



افزایش صادرات غیرنفتی از محورهای اساسی برنامه های کلان دولت می باشد، این شبکه می تواند بسیار کارآمد و با توجه به اعتبار اجتماعی فراوان آن در نزد مردم، مسئولین و ارگانهای کشور مؤثر و نقش آفرین باشد و چنانچه مطالعه و تحقیق کافی پیرامون همه ظرفیت های شبکه تعاونیهای روستائی از محل سرمایه های متعلق به کشاورزان عضو ایجاد شده، انجام شود بی تردید مسئولان برنامه ریزی کشور باور خواهند داشت که این شبکه از چه توانمندی و کارآئی بالائی برای حضور در عرصه صادرات - واردات - تولید - خرید و توزیع برخوردار است و چنانچه دولت انجام امور را بدون واسطه به این شبکه سپرده و طی برنامه های زمانبندی شده در جهت تأمین پاره ای از امکانات و نیز تنظیم صحیح بازار اقدام نماید، نهایتاً به سود دولت خواهد بود. چون ضمن لحاظ بودن چتر نظارتی دولت از میزان تصدی گری و هزینه های زائد برای دولت بطور چشمگیری کاسته خواهد شد.

با عنایت به امکانات عظیم و گسترده شبکه تعاونیهای روستائی و مذاقه در این نکته که اکثریت قریب به اتفاق کشاورزان شالیکار و تولیدکنندگان برنج و دیگر محصولات کشاورزی که جامعه کشاورزان و بخش عظیمی از جمعیت کشور ما را تشکیل می دهند، در تعاونیهای روستائی محل خدمت خود عضو می باشند، می توان با سپردن امر خرید برنج به تعاونیهای روستائی علاوه بر آنکه نظارت دولت از طریق سازمان مرکزی تعاون روستائی ایران اعمال می شود، متناسب با توانمندتر شدن تعاونیها رفته رفته حضور دولت نیز کاهش خواهد یافت. حضور شبکه تعاونیهای روستائی در امر خرید برنج داخلی با لحاظ داشتن اولویت کامل در این خصوص - ضمن تقلیل هزینه های زائد و کاهش دخالت دولت از یکسو و از میان برداشتن پاره ای از آثار و تبعات سوء ناشی از عملکرد بخش خصوصی از سوی دیگر، می تواند برای دولت فوائد زیر را در برداشته باشد.

۵- محاسن خرید برنج داخلی توسط تعاونیهای روستائی :

۱- ۵- سهولت برنامه ریزی و سیاست گذاری دولت در سطح کلان کشور با استفاده از اطلاعات صحیح در این خصوص - میزان خرید و موجودی برنج در انبارهای تعاونیها و

مقایسه آن با میزان مصرف و در نهایت تعیین مقدار کسری برای واردات برنج مورد نیاز مملکت در یکدوره معین.

۲-۵- چون در حال حاضر امر کشت برنج و اصولاً همه محصولات کشاورزی فاقد نظام و سیستم کارآ و مطلوب و برنامه ریزی شده بوده و نمی توان کشاورزان را به کشت محصول خاصی مقید نمود. که سوابق امر در این مورد نشان دهنده بروز مشکلات متعدد برای کشاورزان و دولت می باشد. دولت می تواند با داشتن آمار و ارقام و اطلاعات درست در این زمینه نیز برای نوع و میزان کشت برنج برنامه ریزی نموده و اطلاعات صحیحی را از طریق سازمان و شبکه تعاونیهای روستائی در اختیار کشاورزان و تولیدکنندگان محصولات کشاورزی از جمله برنجکاران قرار دهد.

۳-۵- باتوجه به حضور و نظارت دولت از طریق سازمان تعاون روستائی در امر خرید برنج توسط تعاونیهای روستائی، از احتکار برنج وسیله پاره ای از دلالان و محتکران و ایجاد بازار سیاه جلوگیری به عمل آمده و بازار برنج را از نوسانات و تکانهای شدید ناشی از عملکرد بخش خصوصی محفوظ نگه می دارد.

۴-۵- چون در فلسفه تعاونیها سودجویی و منفعت طلبی بمعنای خاص مفهومی ندارد، لذا دولت می تواند بطور دقیق قیمت خرید و قیمت مصرف کننده برنج را تعیین نموده و قادر به کنترل بازار باشد. زیرا علیرغم پاره ای از تبلیغات مغرضانه و منفی، اساساً تجربه ۴۰ سال اخیر نشان می دهد که هر گاه دولت بویژه و بطور مشخص از طریق سازمان مرکزی تعاون روستائی وارد عرصه خرید مازاد محصولات کشاورزی شده - در عین ثبات بخشیدن به قیمت - در حمایت مادی از کشاورزان تولیدکننده و کنترل قیمت مصرف کننده نیز بسیار موفق بوده است.

۵-۵- چون شرکتهای تعاونی روستائی در هر محدوده روستائی با عضویت و سرمایه گذاری کشاورزان تولیدکننده عمده محصولات زراعی همان منطقه تشکیل می گردد، لذا خرید محصولات کشاورزی از طریق تعاونیهای مذکور می تواند باعث کسب اعتبار - شخصیت - اعتماد - و دلگرمی بیشتر کشاورزان شده و ترغیب آنها برای ادامه تولید را سبب گردد.

۶- منابع تأمین اعتبار و نقدینگی برای اجرای برنامه خرید برنج وسیله تعاونیهای روستائی: سازمان تعاون روستائی برای تأمین اعتبار لازم و نقدینگی مورد نیاز جهت خرید برنج داخلی از کشاورزان می تواند از طریق امکانات و منابع بشرح موارد ذیل اقدام نماید:

۶-۱- با استفاده از سرمایه ثابت و در گردش سازمان، شرکتهای تعاونی روستائی و اتحادیه های مربوطه در سطح استانهای برنج خیز با توجه به اینکه علاوه بر استانهای شمالی کشور (گیلان - مازندران - گلستان)، برخی از استانهای دیگر هم کشت شالی اقدام می کنند. بنابر این شرکتهای تعاونی روستائی مناطق مورد نظر هم می توانند در این زمینه رأساً اقدام به خرید برنج نمایند تا فشار وارده به استاهای شمالی کشور کاسته شود.

۶-۲- استفاده از سرمایه دیگر شرکتهای اتحادیه ها و سازمانهای تعاونی روستائی در استانهای که برنج تولید نمی کنند ولی برای مصارف روزمره مردم منطقه به برنج احتیاج دارند که در اینمورد میتوان به دو طریق عمل نمود. اول اینکه استانهای مذکور با پیش پرداخت و تقویت مالی استانهای برنج خیز - میزان برنج مورد نیاز خود را سفارش دهند تا نقدینگی شبکه در استانهای برنج خیز صرف خرید برنج شده و بعداً از طریق تحویل برنج بدهی خود را تسویه نمایند.

۶-۳- با استفاده از اعتبارات دولتی تعاونیهای روستائی جهت خرید برنج در مقطع زمانی مشخص حمایت شوند. مثلاً در طول برنامه سوم توسعه، تا بتدریج بنیه مالی کافی کسب نموده و بتوانند رأساً مجری ادامه برنامه خرید برنج داخلی باشند.

۶-۴- با استفاده از اعتبارات بانکهای مختلف در قبال طرح مشارکت و یا در ازای پرداخت کارمزد بانکی که قطعاً اگر کارمزد بانکی پرداختی هم به جمع هزینه های تمام شده اعم از خرید - بوجاری - بسته بندی - حمل و نقل و... اضافه شود، برای مصرف کننده توجیه شده و قابل قبول است.

۶-۵- مهمتر از همه حسن استفاده از اعتبار و اعتمادی است که تعاونیهای روستائی نزد کشاورزان عضو تعاونیهای منطقه خود دارند که می توان در قالب برنامه ریزی منظم بصورت نقد و اقساط خریداری نمایند. مثلاً در ازای پرداخت حدود ۶۰ تا ۷۰ درصد بهای

برنج بصورت نقد و حدود ۴۰ - ۳۰ درصد باقیمانده قیمت را طی مدت مشخص چند ماهه در ازای دادن چک یا ضمانت اعتباری معین یا برگه‌های اعتباری قابل عرضه در بازار به فروشندگان پردازند.

۷- روش فعلی خرید برنج داخلی توسط تعاونیهای روستائی :

اگر چه طی دو سال گذشته و حتی در سال جاری، شرکت بهمن گستر به نمایندگی از طرف سازمان گسترش وزارت بازرگانی با همکاری و استفاده از امکانات شبکه تعاون روستائی اقدام به خرید برنج پرمحصول نموده است. اما بر اساس قرائن - شواهد - اسناد و مدارک موجود از لحاظ کمی و کیفی توفیق چندانی نداشته است. علیهذا از جمله فعالیتهای این سازمان در سالجاری در نتیجه تعقیب و پی گیری مستمر - با جلب نظر و همکاری مسئولین ذیربط در مرکز و استان نظیر سازمان مرکزی - استانداری - سازمان کشاورزی - اداره کل بازرگانی و سایر دست اندرکاران امور اجرائی در سطح منطقه و مرکز، موفق به انجام آن شده است، اجرای طرح خرید توافقی برنج پرمحصول داخلی می باشد که در این مقاله مختصراً به مراحل اجرای برنامه اشاره می شود.

با توجه به قرار داد مورخ ۷۹/۶/۲۸ منعقدہ فیما بین سازمان مرکزی تعاون روستائی ایران به نمایندگی از طرف وزارت کشاورزی و سازمان گسترش خدمات بازرگانی به نمایندگی از سوی وزارت بازرگانی که در تاریخ ۷۹/۶/۲۹ به این سازمان ابلاغ گردید و دستورالعمل های ابلاغی مربوطه، مقرر شد که ظرف مدت ۳ ماه و عملاً از اول مهرماه ۷۹ مقدار ۲۰/۰۰۰ تن از برنج های پرمحصول واریته های ندا - نعمت - خزر و سپیدرود توسط تعاونیهای روستائی سه استان گیلان، مازندران و گلستان خریداری و تحویل سازمان گسترش گردد. بدین ترتیب مسئولیت این امر مهم به سازمان تعاون روستائی واگذار شد و این سازمان توانست از روز ۷۹/۶/۳۰ با بسیج قریب ۳۰۰ نفر از نیروهای سازمان و شبکه های تعاونیهای روستائی - تدارک و بکارگیری بیش از ۴۰ دستگاه بوجاری - استفاده از فضاها و ظرفیت های انباری اشاره شده، در همان روزهای آغازین اجرای برنامه با دائر کردن ۲۶ مرکز خرید در سطح ۱۲ شهرستان تابعه استان مازندران و در ادامه برنامه با افزایش مراکز

خرید به ۵۳ مرکز، شامل ۳۴ مرکز خرید ثابت و ۱۹ مرکز خرید سیار فعالیت خود را به گونه ای آغاز نماید و در همان ۱۵ روز اول اجرای برنامه، سقف خرید در سطح استان از مرز ۲۱ هزار تن گذشت. به عبارت دیگر ظرف ۱۵ روز استان مازندران به تنهایی بیشتر از میزان سهمیه سه استان برای مدت سه ماه خرید کرده است<sup>(۶)</sup>. برای تعیین تکلیف موضوع به سازمان مرکزی تعاون روستائی ایران در دو نوبت برای افزایش سقف خرید و حذف محدودیت زمانی و ادامه خرید تا ۷۹/۱۲/۱۵ قراردادهای اصلاحی تنظیم و ابلاغ گردید. لذا سازمان با استفاده از نیروهای موجود در سازمان، شبکه تعاونیهای روستائی و کشاورزان عضو، کلیه عوامل اجرایی برنامه خرید اعم از کارشناس - خبره محلی و مسئولین خرید - حمل - جابجائی - انبارداری - بوجاری - کیسه گیری - سردوزی و... را تأمین و تا این تاریخ قریب ۸۰ هزار تن برنج پرمحصول را از کشاورزان تولید کننده و عرضه کنندگان در منطقه خریداری و بیش از ۲۵۰ میلیارد ریال بهای آن را هم ظرف مدت سه ماه به کشاورزان و فروشندگان برنج پرداخت نموده است که در این امر بنا به اظهار نظر بسیاری از کشاورزان، دست اندرکاران و افراد دخیل و صاحب نظر تأثیر بالنسبه مثبت و مساعدی در وضعیت اقتصادی و رضامندی اجتماعی کشاورزان منطقه داشته است. بدیهی است که اجرای برنامه خرید برنج با توجه به وظایف اداری این سازمان و تعاونیهای روستائی عامل، درآمدی را هم ایجاد کرده است که اولاً در مقایسه با سودجوئی های بخش خصوصی بسیار ناچیز است و تأثیر چندانی در افزایش قیمت تمام شده برای مصرف کننده ندارد و ثانیاً درآمد حاصله مجدداً بطور غیرمستقیم از طریق اتحادیه ها و شرکتهای تعاونی روستائی به کشاورزان عضو تعاونیها در استان بر می گردد. تردیدی نیست که اجرای طرح مذکور با عنایت به زمان تصمیم گیری، تاریخ اعلام و شروع خرید، نحوه خرید، دیگر ابعاد برنامه مورد نظر، مشکلات و نارسائی های متعددی در طول اجراء برای این سازمان بوجود آورده است که اهم موارد آن بعنوان مشکلات برنامه خرید برنج ذیلآ می آید.