تسعير المنتجات الزراعية

مقدمة:

تعتبر عملية التبادل (شراء وبيع) قلب العملية التسويقية، وعند انتقال السلع من المنتج للمستهلك عبر قنوات التوزيع، تتغير الملكيات وبذلك تتغير الأسعار، وعليه فإن تحديد الأسعار أو التسعير جزء هام من العملية التسويقية. يعتبر التسعير فرع رئيسي عند دراسة التسويق، ولفهم التسويق بصورة جيدة لا بد من التعرف والحصول على بعض المعرفة في أساسيات التسعير.

دور الأسعار في السوق التنافسية

إن عملية تسويق الغذاء تعتبر نظام اتصالي وطريقة عملية لإيصال المنتجات الزراعية لاماكن استخدامها في الوقت والمكان المناسب. فالنظام التسويقي الزراعي لا بد أن ينقل المعلومات المفيدة للبائع والمشتري لاتخاذ القرارات، وليحقق النظام الحل العادل لكل من أهداف المنتجين والمستهلكين، وان يوفر مجموعة من الحوافز التي تشجع القرارات الفعالة. وهناك ثلاثة طرق يمكن للنظام التسويقي الزراعي من خلالها تحقيق الأهداف المرجوة من قبل أي مؤسسة تسويقية زراعية وهي كما يلي:

- العادات والتقاليد وتأثيرها على كميات الاستهلاك من كل صنف غذائي.
- الرقابة المركزية ومدى فاعليتها في ضبط تحركات أطراف العملية التبادلية.
- التنسيق اللامركزي، حيث يتم تحديد الأسعار من خلال المنافسة العادلة والمتوازنة.

بالرغم من تأثير العادات والتقاليد على القرارات التسويقية في تصريف الصناعات الغذائية، إلا أنها تعتبر خيار صعب لتوجيه عملية اتخاذ القرارات في اقتصاد ديناميكي ومتحرك.

أما بالنسبة للرقابة أو مركزية القرارات فهي لا تتفق مع الفلسفة الاقتصادية المرتبطة باقتصاد السوق، حيث يكون البديل الأفضل هو تنسيق القرارات المتعلقة بالصناعات الغذائية مع الأسعار التي يحددها اقتصاد السوق، مثلاً الشركة التي تطمح لتحقيق الأرباح سوف تعتمد سلوكاً يقودها لخدمة رغبات وحاجات المجتمع ومن خلال تخصيص مواردها لخدمة الحاجات الأكثر طلباً من قبل المجتمع.

أما في السوق التنافسي تؤدي ميكانيكية الأسعار على توجيه كافة العوامل المؤثرة على أسعار السلع، بالنسبة للشركات تعتبر الأرباح المتزايدة والمرتفعة المزيد من الأرباح، حيث تمثل الدفعة القوية للانطلاق نحو التوسع وتحقيق الأرباح، أما بالنسبة للمستهلك في تعني التمهّل وربما الاستغناء عن بعض الأصناف والماركات الغذائية، عندما تكون أسعار بعض السلع منخفضة أو في تناقص مستمر. ويرجع تذبذب أسعار السلع الغذائية لثلاث أسباب رئيسية وهي:

- وجود حالة من ترشيد مخرجات وقرارات البيع الخاصة بمنتجاتي المواد الغذائية.
- وجود حالة ترشيد في قرارات الاستهلاك لدي المستهلكين الذين يعانون ظروفاً اقتصادية صعبة.
- وجود حالة تنافس شديد بين مسوقي الأصناف الغذائية.

العوامل المؤثرة على أسعار المنتوجات الزراعية:

يمكن حصر العوامل المؤثرة على أسعار المحاصيل الزراعية كما يلي:

- ظروف العرض من المواد الأولية: تؤثر على أسعار المواد الغذائية المصنعة وكذلك على القرارات الإنتاجية مثل (الطقس، الأمراض، مساحة الأرض المحصودة، المستوردات من المواد الغذائية). إن الإنتاجية المنخفضة من المنتوجات الزراعية ستؤدي لتقليل الكميات المعروضة منها في الأسواق المستهدفة، وهو الذي يفرض أسعاراً عالية لاحقاً والعكس قد يكون صحيح.
- ظروف الطلب: تؤثر ظروف الطلب بما فيها الدخل، الأسعار العامة، وأذواق المستهلكين، والتلوث والصادرات على الأسعار لهذه السلع الغذائية أو تلك، خاصة إذا زاد الطلب على المعروض من السلعة.
- تأثير قطاع التسويق الغذائي: ويؤثر على أسعار المواد الغذائية من خلال مجموعة الأنشطة التسويقية والخدماتية، التي تضيف بعض التكاليف والفوائد على الصنف الغذائي، مما يؤدي لرفع سعره وخاصة في حالة عدم وجود بدائل مقنعة للمستهلك المستهدف.
- قرارات الحكومة: يمكن أن تؤثر على الأسعار من خلال إتباع سياسة دعم الأسعار أو تنظيم الكميات المعروضة أو إتباع سياسات التجارة المقيدة من خلال فرض بعض الرسوم الإضافية أو إتباع سياسات مرنة قد تؤثر على كمية الطلب المحلي على الغذاء بالزيادة أو النقصان.

وكذلك هناك عوامل كثيرة مؤثرة على الأسعار للمواد الغذائية في الأسواق المستهدفة أهمها: القدرات الشرائية المتوفرة للمشتريين، الكميات المعروضة من الصنف، بالإضافة لنظام التوزيع المُتبع ومدى طول أو قصر قنوات التوزيع المستخدمة.

التسعير في قطاع الأغذية:

تتطلب قرارات التسويق والإنتاج الاختيار الدقيق للسياسة التسعيرية الممكنة من بين البدائل التسعيرية المتاحة. حيث بإمكان المزارع استخدام الموارد ذاتها لإنتاج محاصيل متعددة. كما انه يمكن تسويق المخرجات لأكثر من سوق مستهدفة، بمعنى انه يتوجب توفير أكثر من خيار وبديل لنفس السلعة الغذائية للمستهلك.

يعتبر هدف التسعير الدافع للربحية هو التفسير الأفضل لهذه التغيرات في الخيارات من البدائل، حيث يستطيع المزارع زراعة محصول عن آخر أو استبدال إنتاج مادة أولية بأخرى إذا كانت نسبة الربح المتحققة لهم كبيرة، أو إمكانية تخفيض السعر الكلي للإنتاج. كما أن المستهلك له الحق في استبدال سلعة غذائية بأخرى إذا كان فرق السعر لشراء هذا الصنف معقولاً.

السعر النسبي للسلعة الغذائية البديلة تؤثر تأثيراً كبيراً على قرارات الشراء والإنتاج والبيع لكل من المزارع والسوق والمستهلك والسعر النسبي هو " عبارة عن نسبة تحدد سعر بديل مقابل سعر آخر".

تحليل العرض والطلب:

يعتبر تحليل العرض والطلب مفتاح وقلب معادلة السعر في اقتصاد السوق الذي يعتمد على المنافسة في كامل عناصر المزيج التسويقي والإنتاجي والإداري.

- المقصود بالطلب: "هو عبارة عن جدول يبين كميات مختلفة من الماركات السلعية المعروضة بأسعار مختلفة وفي أماكن وفترات زمنية مختلفة". ويرسم قانون الطلب: العلاقة بين الكميات المشتاة والبدائل السعرية، فكلما انخفض السعر كلما ازدادت الكمية المشتاة والعكس صحيح لحد ما. كما ينشأ قانون الطلب نتيجة لمحاولة المستهلك تعظيم منفعته وخاصة في ظل دخل محدود وفي سوق فيه بدائل عديدة.
- ينص مبدأ المنفعة الحدية "على أن زيادة الكميات المستهلكة من السلعة في فترة زمنية محددة يؤدي لأن تكون المنفعة أو الرغبة في الاستهلاك تتناقص مع كل كمية إضافية يستهلكها الفرد".

وهناك سببين آخرين يفسران قانون الطلب وهما:

أولاً: انخفاض سعر سلعة أصلية ما مقابل سعر السلعة البديلة: مثال، قد يميل المستهلك شراء سلعة اقل ثمناً (اللحم الأبيض) مقابل سلعة أخرى (اللحم الأحمر). وتأثير التغير في السعر على الدخل يفترض بأن انخفاض سعر السلعة الغذائية يعني ارتفاع الدخل الحقيقي للمستهلك، أما بالنسبة لبعض المواد الغذائية فإن الزيادة في الدخل (الناجمة عن التغير في السعر) سوف يوجه لشراء كميات إضافية من السلعة الغذائية التي تم تخفيض سعرها.

ثانياً: التغير في الكميات المشتاة تبعاً للتغير في السعر: يحدث نتيجة لسببين مختلفين هما:

أن المستهلكين قد يعملون على زيادة أو خفض الكميات التي يستهلكونها من السلعة.

أن الاستراتيجية التسويقية المطبقة قد تكون بهدف تحفيزهم لشراء السلعة.

ويلاحظ أن رجال التسويق قد يستخدمون استراتيجيات مختلفة للمستهلكين الحاليين للسلعة تختلف عن تلك الاستراتيجية لغير المستخدمين أو المستهلكين، وهنا لابد من الإشارة لنقطتين أساسيتين كما يلي: -

أن قانون الطلب عبارة عن علاقة بين الكمية والسعر، والكمية التي يستهلكها الفرد ليست ثابتة بل تعتمد على السعر والعوامل أخرى.

أن قانون الطلب يبين الكميات التي سوف يتم شراؤها عند مستويات سعرية مختلفة وليست الكميات اللازمة للشراء. أما الكميات أو الطلب المهم من الناحية التسويقية فيدعي الطلب الفعّال، ويقصد به رغبة المستهلك في شراء السلعة الغذائية ومعرفة هذه الرغبة محكومة بالقدرات الشرائية له للمستهلك وتحت ظروف ترتبط بخصائصه الديمغرافية والنفسية وأنماطه الاستهلاكية والحياتية.

المقصود بالعرض: هو "جدول للكميات المعروضة للبيع عند مستويات سعرية متباينة وفي فترات زمنية وأماكن محددة". وقانون العرض "هو العلاقة بين الأسعار والكميات المعروضة في السوق". فكلما زادت الأسعار كلما زادت الكميات المعروضة للبيع والعكس صحيح". حيث يشير قانون العرض للعلاقة بين الكمية والسعر ولكم من وجهة نظر البائع.

سعر التوازن: يقصد به "هو ذلك السعر الذي يتساوى عنده السعر والطلب". وهو السعر الذي يحقق الأهداف الخاصة بالبائع والمشتري، ويعتبر سعر التوازن الحل الوسط بين رغبة البائع برفع السعر ورغبة المشتري بخفض السعر.

والسعر الذي يقل عن سعر التوازن هو سوق المشتريين (العرض يفوق الطلب) وبالتالي يقل السعر وتحت عرض سوق البائعين. والمشترون يساومون حتى يصل السعر إلى سعر التوازن. وفي الواقع سعر التوازن ليس من السهل تحديده، كما أن تذبذب الأسعار يحدث باستمرار وذلك لسبب هام هو: أن البائعين والمشتريين في بحث دائم نحو الحصول على سعر التوازن لتعاملاتهم.

التغير في منحنيات العرض والطلب: تبين منحنيات العرض والطلب ردود فعل البائعين والمشتريين للتغيرات التي تحدث في أسعار السلع المطروحة للتداول في الأسواق المستهدفة. فمثلاً عند ارتفاع الأسعار للسلع موضوع الاهتمام فقد يحصل المنتجون على أرباح معقولة تساعد على زيادة الإنتاج وبالتالي زيادة الكميات المعروضة من قبلهم في الأسواق. أما المستهلكون فيقومون بتخفيض كميات الاستهلاك من تلك السلعة ذات العرض الكبير، وعليه فالتغير في السعر قد يتبعه تغير آخر في الكميات المعروضة والمطلوبة. وهناك مجموعة من العوامل المؤثرة على حركات منحنيات العرض والطلب للسلع الغذائية وهي كما يلي:

- تغير عدد المشتريين: يحدث بسبب زيادة الكثافة السكانية أو اتساع رقعة السوق المستهدف.
- اختلاف القوة الشرائية أو دخل المستهلك المتاح والمخصص للإنفاق إما بالزيادة أو النقصان.
- التغير الملموس في أذواق المستهلكين نحو صنف معين من الغذاء ولأسباب عديدة منها: الديانة، العادات الغذائية، الأذواق الشخصية. أو حدوث تغيرات ديموغرافية كالعمر، السكن، تكوين حجم الأسرة، وهذا يؤدي لتغير الكميات المطلوبة والمعروضة منها.
- تغير أسعار السلع البديلة المرتبطة بالسلعة الأصلية. فالسعر المدفوع لكمية محددة من السلعة يعتمد لحد ما على السعر الذي يمكن دفعه للبدائل المتاحة لهذه السلعة الأصلية.
- تؤثر توقعات المشتريين المستقبلية حول مستويات الأسعار ومواقفهم من هذه التوقعات على توقيت الشراء بالنسبة للمستهلكين (الشراء فوراً أو الانتظار) وتؤثر على الكميات المعروضة والمطلوبة.
- تغير تكاليف التسويق قد يعدل منافذ التوزيع لهذه السلعة الغذائية وتكاليفها الكلية وهامش الربح لها.

والعامل المهم من بين هذه العوامل والذي يؤثر على الطلب الكلي من السلعة وعلى المدى البعيد هو التغير في مستويات الدخل والكثافة السكانية للمستهلكين حالياًً والمحتملين للسلعة الغذائية.

قد يتغير مسار منحنى الطلب في المدى القصير، ح يكون هناك تغير قد يجعل البائعين مضطرين لعرض المخزون المتوفر لديهم وعند مستويات مختلفة من الأسعار، ومن العامل المؤثرة (تكلفة التخزين، حاجة البائع للسيولة، التوقعات السلبية حول الأسعار المستقبلية للسلع موضوع الاهتمام). وفي الوقت الحالي أو على المدى البعيد فقد يكون هناك تغيراً ملموساً في كلفة الإنتاج للسلعة، وذلك بسبب حجم التغيرات الممكن وقوعها في تكلفة الإنتاج للحيازات أو التقنية المستخدمة للإنتاج، بالإضافة للتغير المتوقع في تكلفة السلع المنافسة أو البديلة الأخرى، والتي تستخدم نفس الموارد التي استهلاكها لإنتاج هذه السلعة الغذائية.

تطبيقات العرض والطلب: لكي نستطيع معرفة تأثير العرض والطلب على أسعار الأغذية، فعلي الدارس لهذا الموضوع تفهم آلية انتقال منحنى العرض والطلب من وضع لآخر، لكي يفهم ويدرك ويحلل نقاط القوة أو الضعف في الموقف، وبما يساعد على التنبؤ المحتمل بأسعار المواد الغذائية. وتميل أسعار الحائزات لعدم الاستقرار وبدرجة من أسعار المصنعين أو التجار. والسبب وراء ذلك هو عدم مرونة منحنى الطلب للزراعة وعدم القدرة على التنبؤ بالتغيرات في العرض من الأغذية نتيجة للتغيرات الحادة والمفاجئة في الظروف الجوية

والطقس والأمراض والعوامل الأخرى المرتبطة بالمزيج التسويقي الزراعي الذي يتصف بعدم الثبات بدرجة كبيرة.

وبسبب عدم المرونة، فإن حركة منحنيات العرض والطلب للمنتجات الزراعية سوف تؤدي لحدوث تغيرات كبيرة في أسعارها، ومن ناحية أخرى فإن عدم استقرار الدخل بالنسبة للمزارع يعود بصفة رئيسية لعدم الاستقرار في الأسعار بالنسبة للمحاصيل الزراعية، كون الطلب على معظم منتوجاتها غير مرن. وانخفاض الأسعار يؤدي لخفض الإيرادات، أما ارتفاع الأسعار للمنتجات الزراعية الذي يحدث من حين لآخر يؤدي لزيادة الإيرادات المتأتية لمجموع المزارعين، أما عدم الاستقرار في السعر أو الدخل فقد يجعل الاستثمار في سوق الزراعة والمزارع أكثر تعقيداً أو صعوبة.

العرض في السوق الزراعي: من المعروف أن منحنى الطلب في السوق الزراعية غير مرن، حيث لا يتوفر للمزارع ميزة ضبط المخرجات الأمر الذي يؤدي لتحريك المنحنى لليسار، وبالتالي زيادة الدخل الكلي للمزروعات. كما أن الميزة التنافسية لمعظم المزارعين قد لا تتوفر في حالة كون منحنى الطلب على المحصول أو المنتوجات الزراعية مرناً، على الرغم من هذا فإن إمكانية ضبط المخرجات أمر يصعب تحقيقه فلياً من قبل المزارعين، والسبب يرجع إلى أن كل مزارع قد يعمل لزيادة مخرجاته ليستفيد من ارتفاع أسعار منتوجاته التي أنتجت نتيجة إتباع برامج قوية لزيادة المخرجات.

تتمثل عيوب ومزايا المحصول الكبير والصغير، انه أحياناً عوائد المزارعين تكون كبيرة عندما يكون الطقس سيئاً بسبب زيادة الطلب على حساب انخفاض المعروض، وقد تنخفض الأرباح لو كان الطقس جيداً في حالة زيادة العرض على حساب الطلب وهو ما ينتج عنه أرباح عالية.

ويكون منحنى العرض للمنتجات الزراعية متجهاً نحو الأسفل في حالة وجود محصول طبيعي ومتوقع، أما الانخفاض غير المتوقع في هذا المحصول فسيؤدي لنقل المنحنى نحو الأسفل. أما الزيادة غير المتوقعة في الكميات المنتجة فإنها تحركه نحو الأعلى، أما الحركة للأسفل فقد ينتج عنها زيادة في دخل المزارع بسبب عدم مرونة الطلب. أما الحركة نحو الأعلى فإنها تقلل من الأسعار ومع عدم مرونة الطلب وقد يعمل هذا علي خفض الدخل الكلي للمزرعة. يصاب المزارع بالشلل في حال وجود محصول كبير وغير متوقع، وهنا يقوم بعض المزارعين بعمل كافة التعديلات لتخفيض خسائرهم من خلال ضبط دقيق لما يعرضونه مقابل الطلب الكلي المتوقع. وعلى كل حال فالمحصول الكبير والسعر المرتفع هو أفضل شيء يمكن حدوثه لإحداث حالة من التوازن بين مصالح أطراف العملية التبادلية وتحديد المستهلكين للمنتجات الزراعية.

دور التكنولوجيا في تخفيض تكاليف الإنتاج الزراعي:

يرجع السبب لاستخدام التكنولوجيا الحديثة قد تنقل منحنى العرض نحو انخفاض الأسعار وليس رفعها، وذلك نتيجة لعدم مرونة منحنى الطلب، كما أن المبيعات الكلية أيضاً تنخفض. وهذا يعني أن الفوائد المتحققة من التقنية الحديثة والتي تعمل على خفض التكلفة التي تنتقل للمستهلك علي شكل أسعار مخفضة نسبياً على المدى البعيد.

إن تبني التطور التقني أو التكنولوجي من قبل المزارع سيعود عليه بالنفع من خلال زيادة ملحوظة في المخرجات الزراعية لديه ولربما بتكاليف أقل.

تأثير التبادل التجاري على أسعار الأغذية:

يؤثر تصدير المواد الغذائية علي منحني الطلب وحركته بالنسبة للدولة المعنية بهفي حين أن الاستيراد للغذاء يؤثر علي منحني العرض. أما الواردات فإنها تعمل على تحريك منحني العرض من الأغذية نحو اليمين، وهو ما يؤدي لخفض السعر بالنسبة للمُزارع وتاجر التجزئة، وتؤدي هذه الحركة على المنحني غير المرن للطلب على تخفيض النفقات بالنسبة للمستهلك والمُزارع. أما التأثير الكلي هو ذاته بالنسبة للمستوردات من السلع الكمالية والمساعدة، لذلك يفضل المزارعين دوماً التصدير عن الاستيراد. وتعتبر الصادرات من المنتجات الزراعية مصدر أساسي للتنوع في الأسعار والدخل باعتبار أنها تختلف من عام لآخر وتبعاً لظروف الإنتاج، أما انخفاض الطلب على الصادرات من المنتجات الزراعية فقد يؤدي لانخفاض حاد في أسعارها، كما أن الزيادة في الطلب على الصادرات يؤدي لارتفاع أسعارها في المدي القصير.

عموماً، يؤثر التبادل التجاري على مرونة الطلب بالنسبة للمنتجات الزراعية، وذلك بسبب كثرة عدد الدول التي تتنافس في الأسواق الخارجية حيث يكون الطلب على الصادرات من المنتجات الزراعية مرناً بدرجة أكبر من الطلب المحلي على المنتجات الزراعية. كما إن زيادة الصادرات من المنتجات الزراعية فقد يؤدي لزيادة المرونة على الطلب، كما يؤمن العديد من المحللين بأن الطلب على المنتجات الزراعية والتي لديها أسواق تصدير كبيرة قد انتقلت من عدم المرونة إلى المرونة.

تأثير سقف الأسعار النسبية للمواد الغذائية:

من المعروف أن عوامل السوق هي التي تحدد (العرض والطلب) المستوي السعري للسلع الغذائية. إلا أن تدخل الحكومة قد تفرض أسعاراً محددة ويعرف بـ "سقف السعر" ويعرف "بأنه السعر الذي يقل عن سعر التوازن.

أما الحدود الدنيا (Price Floor) فهي السعر الذي يزيد عن سعر التوازن وهذا السعر تستخدمه الحكومة من أجل مساعدة المزارعين الصغار الذين يتضررون لأسباب مختلفة، كما تستخدم الحكومة السقف السعري من أجل محاربة التضخم. فالحدود الدنيا للأسعار قد تعمل على سبيل المثال، لإيجاد فائض في العرض مقارنة بالطلب، كما أن هذا الفائض قد ينتهي بأن يتم تخزينه أو إهلاكه أو بيعه في سوق غير تنافسية. ومن الناحية الأخرى فإن سقف السعر أو الحد الأقصى للسعر فقد يؤدي لوجود نقص في السلعة أو ظهور ما يسمى بالسوق السوداء أو نضوب المخزون من السلعة تحت حجج واهية لا تفيد المستهلكين في أغلب الأحيان.

أما التشريعات الخاصة بالزراعة فقد تعمل علي رفع أسعار المحاصيل الزراعية ودخل المزارع، وذلك من خلال استخدام الحدود الدنيا في التسعير، وقد تساعد المزارعين علي المدي القصير، ولكنها تسبب مشاكل في توزيع الموارد بين أطراف العملية التبادلية الزراعية علي المدي الطويلان ضبط الأسعار عملية صعبة ومعقدة خاصة في مجال المواد الزراعية والغذائية، وبسبب التغير السنوي والموسمي في مستويات الإنتاج الزراعي، والاختلاف في النوعية من فترة لآخري، ومع وجود عدد كبير من صغار المزارعين فإن سقف الأسعار يبدو من الصعب تعديله في وقت ما ومكان ما والحل البديل يكون بوجود نظام تسعير عادل وأعمال آليات اقتصاد السوق التي تعزز وسائل ضبط السوق.

التسعير العادل:

يرتبط هذا التسعير بالسؤال التالي: هل تحدد أسعار الكميات المعروضة والمطلوبة أم العكس؟ والتوازن للأسعار والكميات يحدث بصورة متتالية، وعادة ما تكون التغيرات السعرية عاملاً مؤثراً على المخرجات وعلى القرارات البيعية. ويشير التسعير العادل إلى العملية التي يتم فيها زيادة الأسعار أو انخفاضها في محاولة للتكيف مع العرض في ظل الطلب الحالي. كما يعتبر النظام التسعيري العادل في المدى القصير أمر شديد الأهمية وخاصة عندما تقل الكميات المعروضة بسبب الكوارث الطبيعية كالفيضانات أو الجفاف أو الانخفاض المؤقت في الكميات المعروضة. كذلك يعمل النظام التسعيري على زيادة الأسعار كطريقة لتوزيع الكميات الموجودة بين المشتريين. والارتفاع في الأسعار له فوائده كما يلي:

- زيادة السعر لمنتج أو سلعة يشجع المستهلك للانتقال لبديل آخر سعر معقول ويمكن تحمله.
- على المدى الطويل يشجع ارتفاع الأسعار على زيادة الإنتاج الزراعي أو الغذائي.

السياسات الحكومية لتسعير المنتوجات الزراعية:

إن للحكومات دور أساسي في تسعير وتسويق المنتوجات الزراعية، وذلك عن طرق تطبيق الدعم المباشر للسلع الأساسية وتسعير المنتوجات الزراعية بكافة أنواعها، الذي يضمن عوائد مقبولة للمزارعين وأسعار مقبولة للمستهلكين. وخلال العقد الأخيرين تم عمل الحكومات في عملية الدعم والتسعير فقط ومن خلال إلغاء دعم الخبز وتعويم أسعار المنتوجات الزراعية، واقتصر دعم الحكومة على مراقبة الأسعار وقياس مدي تأثيرها على المواطن، ومنع الاحتكار والاستغلال من التجار الذي يؤثر على الأمن الغذائي العام. ويمكن تلخيص سياسات التسويق والتسعير للمنتوجات الزراعية كما يلي:

أولاً: سياسة التحديد الجبري للأسعار: وتتمثل في تحديد أسعار السلع الأساسية للمستهلكين مثل: (الطحين، السكر، الأرز، حليب الأطفال الجاف المستورد.....).

ثانياً: سياسة دعم الأسعار: وتتمثل في التالي: دعم أسعار المنتجين، مثل المحاصيل الاستراتيجية كالقمح والشعير والذرة الصفراء، ودعم مدخلات الإنتاج مثل دعم مياه الري، دعم القروض الزراعية، دعم مستلزمات الإنتاج ودعم الصادرات، ودعم أسعار المستهلكين ويشمل القمح، السكر، البقوليات.

ثالثاً: سياسات الاستيراد والتصدير: وتشمل الحماية الإغلاقيين للعديد من السلع الغذائية مثل (رب الطماطم، المشروبات الغازية وبيض المائدة وغيره)، بالإضافة لإمكانية حصر استيراد بعض السلع مثل القمح، لحوم الدجاج المجمدة والشعير، بالإضافة للتدخل لاستيراد الخضار والفواكه لضبط استيراد العجز في المحاصيل الاستراتيجية.

رابعاً: سياسة المخزون الاحتياطي: حيث تقوم الحكومات بتوفير مخزونات احتياطية من السلع الرئيسية لفترة من 3-6 شهور (قمح، شعير، بقوليات) وغيرها.

خامساً: سياسة تنظيم النمط المحصولين للخضار: وتتم عن طريق تخفيض إنتاج محاصيل الفائض الرئيسية بتحديد المساحات المزروعة منها بهدف استقرار أسعارها وخاصة كالخضار أو القمح في بعض الحالات.