

## التسويق الداخلى لمحصول السمسم فى مصر.

د/ شهناز عبد محمود موسى<sup>(1)</sup>

### الملخص والتوصيات والنتائج

يعتبر محصول السمسم من أهم المحاصيل الزيتية فى مصر، وتوجد زراعته فى الأراضى الصفراء الخفيفة والثقيلة حديثة الإستصلاح، وتقدر نسبة الزيت فى بذور السمسم ما بين 55-60%، والبروتين ما بين 15-25%، كما تتميز قشرة البذرة للسمسم بإرتفاع نسبة الألياف الخام والمواد المعدنية والكالسيوم وحمض الأكساليك بها . وتقدر المساحة المزروعة بالسمسم بنحو 70.2 ألف فدان تمثل نحو 9.1% من جملة المساحة المزروعة بالمحاصيل الزيتية فى مصر ، كما يقدر إنتاجه بنحو 37 ألف طن يمثل نحو 6.5% من جملة إنتاج المحاصيل الزيتية وذلك فى متوسط الفترة (2001-2003)، وتعتبر الكفاءة التسويقية لمحصول السمسم منخفضة نسبياً حيث لم تتعد 31% فى السنوات الأخيرة .

وعلى الرغم من أهمية محصول السمسم فى المساهمة فى إنتاج الزيوت النباتية التى تدخل فى العديد من الصناعات الغذائية فى مصر ، إلا أن إنتاجه مازال أقل من الاحتياجات الاستهلاكية منه- مما يترتب عليه وجود فجوة بين الإنتاج و الاستهلاك بلغت نحو 75.3 ألف طن عام 2003 يتم التغلب عليها عن طريق الإستيراد من الخارج لكل من بذور السمسم، وزيت السمسم ، هذا بالإضافة إلى انخفاض الكفاءة التسويقية للمحصول وارتفاع الهوامش التسويقية و التى بلغت نحو 533 جنيه للإردب عام 2003 - لذا فإن المشكلة البحثية تتركز فى ارتفاع الهوامش التسويقية وانخفاض الكفاءة التسويقية لمحصول السمسم .

لذا يستهدف هذا البحث دراسة اقتصاديات التسويق الداخلى لمحصول السمسم فى مصر، والوقوف على الوضع الراهن له ، ومحاولة وضع بعض المقترحات التى تؤدى إلى رفع الكفاءة التسويقية للمحصول .

وقد تم استخدام كل من الطريقة الوصفية والطريقة الكمية لتحليل البيانات مثل الاتجاه الزمنى العام وتقدير دالة الطلب لمحصول السمسم ، بالإضافة إلى تقدير الهوامش التسويقية ونصيب المزارع والوسطاء من سعر التجزئة وكذا تقدير الكفاءة التسويقية للمحصول .

وتم الحصول على البيانات من المصادر المختلفة مثل قطاع الشؤون الاقتصادية بوزارة الزراعة، وزارة التموين والتجارة الداخلية ، الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء ، بالإضافة إلى بعض الأبحاث والرسائل العلمية المتعلقة بموضوع البحث .

(1) مدرس الاقتصاد الزراعى - كلية الزراعة - جامعة الـ

## وقد اظهرت نتائج البحث ما يلي:-

1. تزايد المساحة المزروعه بالسمسم في مصر خلال الفتره 1985 - 2003 بنسبه 226.8% و بلغت حدها الاقصى عام 1996 حيث قدرت بنحو 75.1 الف فدان وتبين من معادله الاتجاه العام ان معدل الزياده السنوي معنوي وبلغ 3.18 الف فدان.
2. تزايد الانتاجيه الفدانيه للسمسم في مصر خلال فتره الدراسه بنسبه 31.1% وتبين من معادله الاتجاه العام ان معدل الزياده السنوي معنوي ويقدر بنحو 0.03 اردب.
3. تزايد الانتاج الكلي من السمسم في مصر خلال فتره الدراسه بنسبه 330% وبمعدل سنوي معنوي بلغ نحو 13.11 الف اردب.
4. تزايد التكاليف الانتاجيه الفدانيه لمحصول السمسم بالاسعار الجاريه خلال الفتره 1985 - 2003 وبمعدل سنوي معنوي قدره 53.86 جنيه نتيجة ارتفاع اسعار مستلزمات الانتاج مثل الاسمده والمبيدات والنقاوي و اجور العمال و ايجار الارض الزراعيه, الا ان هذه التكاليف انخفضت بالاسعار الحقيقيه خلال الفتره موضع الدراسه وبمعدل سنوي معنوي بلغ نحو 3.45 جنيه سنوياً.
5. تزايد تكاليف الانتاج للاردب من محصول السمسم بالاسعار الجاريه خلال الفتره 1985 - 2003 بمعدل سنوي معنوي بلغ نحو 12.34 جنيه بينما انخفضت هذه التكاليف بالاسعار الحقيقيه وبمعدل سنوي معنوي قدره 0.84 جنيه.
6. تزايد الاستهلاك القومي من السمسم خلال فتره الدراسه وبمعدل سنوي معنوي احصائي بلغ نحو 4.96 الف طن كما تزايد متوسط الاستهلاك الفردي من السمسم خلال نفس الفتره وبمعدل سنوي معنوي قدره 0.06 كجم. واستنتج البحث ايضاً زياده حجم الفجوه بين انتاج السمسم واستهلاكه في مصر خلال الفتره 1985 - 2003 بمعدل سنوي معنوي احصائي بلغ نحو 3.25 الف طن. الا ان معدل الاكتفاء الذاتي من السمسم في مصر خلال فتره الدراسه انخفض بمعدل سنوي بلغ 1.3 الف طن الا ان هذا الانخفاض كان غير معنوي احصائياً و معامل التحديد كان ضعيف مما يعني ان معدل الاكتفاء الذاتي يتسم بالثبات النسبي حول متوسطه الحسابي خلال فتره الدراسه والبالغ نحو 52.82%.
7. تم تقدير داله الطلب لمحصول السمسم في مصر واوضحت النتائج وجود علاقه عكسيه منطقيه اقتصادياً ومعنويه احصائياً بين كميته الاستهلاك القومي من السمسم و متوسط سعر الطن بالاسعار الحقيقيه.
8. لدراسه الكفاءه التسويقيه قدر تطور اسعار السمسم في المراحل التسويقيه المختلفه وتبين تزايد سعر الجملة للاردب من السمسم بمعدل سنوي معنوي احصائي 36.5 جنيه,

التجزئه للاردب من السمسم بمعدل معنوي مقداره 50.7 جنيه خلال فتره الدراسه (1985 - 2003) .

9. قدرت الهوامش التسويقيه ونصيب المزارع والوسطاء لمحصول السمسم وتبين زياده الهوامش التسويقيه بصوره كبيره ويرجع ذلك لارتفاع سعر التجزئه للسمسم بصوره ملحوظه بنسبه 517% عن سنه الاساس 1985 في حين لم يرتفع السعر المزرعي بنفس القدر وبالتالي انخفض نصيب المزارع من سعر النجزئه ووصل الى 46.31% في عام 2003 كما استنتج البحث ان نصيب تاجر الجملة من الجنيه الذي يدفعه المستهلك لشراء السمسم بلغ حده الادنى بنسبه 12% عام 1991 وحده الاقصى بنسبه 39% عام 1998. بينما نصيب تاجر التجزئه بلغ حده الادنى بنسبه 9.6% عام 1998 وحده الاقصى بنسبه 29.9% عام 1991.

10. ووضح البحث ان الكفاءه التسويقيه لمحصول السمسم انخفضت عن 50% في جميع سنوات الدراسه مما يعني ان التكاليف التسويقيه كانت تزيد عن التكاليف الانتاجيه طوال فتره الدراسه. وقد تراوحت الكفاءه التسويقيه بين حد أدنى بلغ 27.65% في عام 1987 ، في حين كان حدها الأعلى في عام 1986 بنحو 46.53% وفي عام 2003 بلغت الكفاءه التسويقيه لمحصول السمسم نحو 30.62%.

#### وأخيرا يوصى البحث بما يلي :-

1. العمل على التوسع الأفقى للسمسم فى الأراضى الجديدة ، حيث توجد زراعته فى الأراضى حديثه الاستصلاح كذلك التوسع الرأسى عن طريق زياده استنباط أصناف عاليه الإنتاجية ومقاومة للأمراض وخاصة مرض الذبول وتعفن الجذور و الذى أدى إلى تذبذب الإنتاجية الفدانیه فى السنوات الأخيرة .
2. الاهتمام بالعمليات التسويقيه للمحصول لخفض نسبة الفاقد و التى تصل إلى أكثر من 8% وذلك للاستفادة بأكبر قدر من المحصول .
3. محاولة خفض التكاليف التسويقيه و التى تزيد عن التكاليف الإنتاجية فى معظم السنوات دون مبرر وذلك حتى يمكن الوصول بالكفاءه التسويقيه .