

اقتصاديات تسويق الأسماك في جمهورية مصر العربية (دراسة حالة بمحافظة دمياط)

د/ سمير أنور متولى حميدة د/ ياسر توفيق أحمد حمزة

باحث أول باحث

معهد بحوث الإقتصاد الزراعي - مركز البحوث الزراعية

مقدمة :

تعد دراسة التسويق والأسعار للسلع الزراعية والغذائية ذات أهمية كبيرة وبخاصة لما لها من تأثير في اتخاذ القرارات السياسية والإقتصادية والإنتاجية وكذلك الإستهلاكية المتعلقة بالسلع المختلفة. وتعتبر الأسماك من السلع التي يزيد الطلب عليها استجابة لزيادة الكميات المعروضة منها و تتدخل الخدمات التسويقية حيث تحقق لها منفعة زمنية ومكانية وشكلية مناسبة ، وحيث أن الأسماك سلعة حساسة وسريعة التعرض للتلف فلا بد من سرعة تسويقها من خلال القنوات التسويقية المختلفة وإجراء كافة الخدمات التسويقية للمحافظة عليها وبما يساهم في زيادة نصيب الصياد أو المنتج المزارع للأسماك من الثمن الذي يدفعه المستهلك .

وتحتل محافظة دمياط كإحدى المحافظات الساحلية المهمة في إنتاج الأسماك من مصادرها المختلفة والتي أظهرت بعض دراسات الإنتاج السمكى احتلالها للترتيب الخامس لإنتاج الأسماك وبخاصة من الإستزراع السمكى بالجمهورية و الذى بلغ حوالى ٦٢ ألف طن كمتوسط للفترة (٢٠١٠-٢٠١٤) يمثل نحو ٦,٢% من متوسط إنتاج الجمهورية منها خلال نفس الفترة وذلك بعد محافظات كفر الشيخ وبورسعيد والبحيرة والشرقية على التوالى ، كما تحتل المحافظة الترتيب الثانى وفقاً للأهمية النسبية لإنتاج الأسماك من المصايد البحرية والذى بلغ حوالى ٢٠ ألف طن كمتوسط لنفس الفترة يمثل نحو ١٦% ، ٢٦,١% من متوسط إنتاج الجمهورية من المصايد البحرية والبحر المتوسط على الترتيب، وذلك بعد محافظة البحر الأحمر كمتوسط لنفس الفترة (٥)، كما تمتلك المحافظة من المقومات الإنتاجية من امتداد نهر النيل على جانبية داخل المحافظة علاوة على وقوعها على بحيرة المنزلة والتي تعد من أهم بحيرات مصر انتاجاً للأسماك ، وبذلك تكون المحافظة سوقاً للمنتج من الأسماك بها من مصادره المختلفة سواء كانت أسماك المياه المالحة مثال أسماك (البورى ، الدنيس، القاروص) وأسماك المياه العذبة (البطى والبورى والطبار والقرموط)، حيث يوجه منها كميات من الأسماك للأسواق داخل المحافظة بينما يوجه الجزء الأخر للأسواق خارج المحافظة علاوة على توجيه جزء من الإنتاج بالمحافظة للتصدير وبخاصة أصناف الأسماك المياه المالحة من الدنيس والقاروص .

وتتشترك العديد من الهيئات في تسويق الأسماك ومنتجاتها بالمحافظة وهذه الهيئات تتضمن الوسطاء على اختلاف مستوياتهم في المسلك التسويقي ابتداء من التاجر المحلى (تاجر الجملة) والسماسة بشوادر الأسماك إلى تاجر التجزئة وتتضمن أيضاً الكثير من الوظائف مثل التجميع والنقل والتخزين والتجهيز والبيع والشراء والتمويل وتحمل المخاطرة . وأخيراً يتم تبادل هذه الأسماك أو بيعها أو شرائها خلال عدة أنواع من الأسواق هي أسواق الجملة والشوادر السمكية بالإضافة إلى أسواق تجار التجزئة بمدن وقرى المحافظة .

المشكلة البحثية :

تتمثل مشكلة البحث فى أنه على الرغم من أن الأسماك تعتبر مصدراً رخيصاً للبروتين مقارنة بمصادر البروتين الحيوانى الأخرى كاللحوم الحمراء والداجنة والتي يشهد أسواق إنتاجها عديد من المشاكل وخاصة تلك المتعلقة بارتفاع أسعار الأعلاف فضلاً عن الأمراض مما أدى إلى انخفاض المعروض منها وازدياد الطلب على الأسماك ، وأن الشواهد تشير إلى ارتفاع أسعارها نسبياً بالنسبة للمستهلك فى الوقت

الحالي علاوة على ارتفاع الهوامش التسويقية للوسطاء في العملية التسويقية لها وذلك لتحكم بعض كبار تجار الجملة للأسماك بأسواقها ، فضلا عن الطبيعة البيولوجية للأسماك من سرعة التعرض للتلف والتي لها تأثيراتها الواضحة على الإنتاج والأسعار وتسويق تلك السلعة ، الأمر الذى يستدعى دراسة تسويق وأسعار الأسماك على مستوى الجمهورية ومحافظة دمياط كأحد المحافظات المهمة فى إنتاج وتسويق الأسماك بالجمهورية .

الهدف من البحث :

استهدف البحث بصفة رئيسية دراسة أوضاع تسويق الأسماك بجمهورية مصر العربية ومحافظة دمياط وذلك من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية :-

- التعرف على توزيع جنيته المستهلك بين كل من منتجي الأسماك وتاجر الجملة وتاجر التجزئة بجمهورية مصر العربية ومحافظة دمياط.
- التعرف على الكفاءة التسويقية لأهم الأصناف السمكية بمحافظة دمياط .
- التعرف على أهم المشكلات التى تواجه تسويق الأسماك بمحافظة دمياط .
- استخلاص بعض التوصيات والمقترحات للمساهمة فى حل المشكلات التسويقية للأسماك بمحافظة دمياط.

الطريقة البحثية ومصادر البيانات :

لتحقيق الهدف من البحث تم استخدام الأسلوب الإحصائى الوصفى والكمى كالنسب والمتوسطات ومعادلات الاتجاه الزمنى العام ، وفيما يختص بالحصول على البيانات اعتمد البحث على البيانات الثانوية المنشورة وغير المنشورة لكل من الهيئة العامة للثروة السمكية التابعة لوزارة الزراعة، الإدارة المركزية للثروة السمكية بدمياط ، والجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء بالإضافة إلى الدوريات والبحوث العلمية المرتبطة بموضوع الدراسة ، كما اعتمد البحث على البيانات الأولية لعينة دراسة ميدانية من خلال تصميم استمارة استبيان وعن طريق المقابلة الشخصية لكل من منتجي الأسماك وتجار الجملة وتجار التجزئة بمحافظة دمياط ، حيث تبين تركيز انتاج وتسويق الأسماك بالمحافظة بأربعة مناطق هى شطا ، عزبة البرج ، العنانية ، البصارطة ، وتم اختيار منطقتين هما شطا وعزبة البرج واللذان تستحوذان على النسبة الأكبر من كميات الأسماك المنتجة والمسوقة بالمحافظة وذلك بصفة عمدية ، وتم سحب عدد ٢٢ ، ١٨ مشاهدة من منتجي المزارع السمكية من المنطقتين على الترتيب تبعا للأهمية النسبية لأعداد المزارع السمكية بهما بإجمالى ٤٠ مشاهدة للعينة ، كما تم سحب عينة عشوائية بسيطة قوامها ١٥ مشاهدة لتجار الجملة بمنطقتي شطا وعزبة البرج بواقع ٨،٧ مشاهدة لكل منهما على الترتيب حيث أنهما تمثلا معا سوق الجملة للأسماك بالمحافظة ، وتم إختيار مركزى دمياط وفارسكور وذلك لإرتفاع عدد تجار التجزئة بهما وتم سحب ٢٥ مشاهدة بصفة عشوائية بواقع ١٥ ، ١٠ مشاهدة لكل مركز على الترتيب .

النتائج البحثية والمناقشة :

أولا : أهم المؤشرات الاقتصادية للأسماك فى جمهورية مصر العربية خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤):

يعد التعرف على المؤشرات الاقتصادية للإنتاج والاستهلاك من الأسماك والمؤشرات المتعلقة بالفجوة الغذائية والميزان الغذائى من الصادرات والواردات ومتوسط نصيب الفرد من الأسماك بمثابة القاعدة الأساسية التى تبنى عليها الخطط المستقبلية للقطاع السمكى بهدف الحد من الفجوة بين الإنتاج والإستهلاك السمكى وتقليل الإعتماد على الواردات .

الفجوة الغذائية المحلية من الأسماك فى جمهورية مصر العربية:

تبين المعادلة رقم (١) بالجدول رقم (١) الاتجاه الزمنى العام للإنتاج المحلى من الأسماك خلال الفترة (١٩٩٥- ٢٠١٤) ، حيث أوضحت المعادلة زيادة الإنتاج المحلى من الأسماك بالجمهورية زيادة

معنوية سنويا" بنحو ٥٧ ألف طن تمثل نحو ٦,١% من متوسط إجمالي إنتاج الأسماك خلال فترة الدراسة ، وقد بلغ معامل التحديد نحو ٠,٩٨ ، بما يعنى أن نحو ٩٨% من التغيرات إجمالى إنتاج الأسماك بالجمهورية تعزى إلى الزمن وأن ٢% من تلك التغيرات تعزى إلى عوامل أخرى .

وتبين المعادلة رقم (٢) بالجدول رقم (١) الإتجاه الزمنى العام للإستهلاك المحلى من الأسماك ، حيث أوضحت المعادلة زيادة الإستهلاك المحلى من الأسماك زيادة معنوية سنويا" بحوالى ٦٤,٩ ألف طن تمثل نحو ٥,٧% من متوسط إجمالى الإستهلاك المحلى والبالغ حوالى ١١٣٩ ألف طن خلال الفترة (١٩٩٥ — ٢٠١٤) ، وأن هذه الزيادة معنوية إحصائيا على مستوى ٠,٠١ ، وقد بلغ معامل التحديد نحو ٠,٩٣ ، الأمر الذى يترتب عنه أن الفجوة الغذائية المحلية من الأسماك فى جمهورية مصر العربية خلال الفترة (١٩٩٥ — ٢٠١٤) كما يوضحه الجدول رقم (١) بالملحق بلغت أقصاها حوالى ٥٥٦ ألف طن فى عام ٢٠١٤ ، وأدناها حوالى ١٢٧,٩٤ ألف طن فى عام ٢٠٠٩ ، وتبين المعادلة رقم (٣) بالجدول رقم (١) أن الاتجاه الزمنى العام للفجوة الغذائية المحلية من الأسماك بالجمهورية قد تزايد سنويا" بحوالى ٧,٨٤ ألف طن ، وأن هذه الزيادة معنوية إحصائيا على مستوى ٠,٠٥ ، وقد بلغ معامل التحديد نحو ٠,٢٤

الواردات والصادرات من الأسماك فى ج.م.ع:

صادرات الأسماك :

تبين المعادلة رقم (٤) بالجدول رقم (١) أن كمية الصادرات من الأسماك بالجمهورية قد أخذ فى التآرجح بالزيادة والنقصان خلال فترة الدراسة إلا أنها تزايدت معنويا" بنحو ١,٠٣ ألف طن سنويا" تمثل نحو ١٦% من متوسط إجمالى كمية الصادرات والبالغ حوالى ٦,٤٣ ألف طن خلال فترة الدراسة ، وقد بلغ معامل التحديد نحو ٠,٦٩

واردات الأسماك :

يتبين من المعادلة رقم (٥) بالجدول رقم (١) الاتجاه الزمنى العام لكمية واردات الجمهورية من الأسماك، أوضحت المعادلة زيادة معنوية سنويا" بحوالى ٨,٨ ألف طن وأن هذه الزيادة مؤكده من الناحية الإحصائية وتمثل نحو ٤,٤% من متوسط إجمالى كمية الواردات من الأسماك والبالغ حوالى ٢١٩,٨٦ ألف طن خلال الفترة المذكورة، وقد بلغ معامل التحديد نحو ٠,٢٧

جدول رقم (١) : معادلات الإتجاه الزمنى العام لتطور أهم المؤشرات الإقتصادية للأسماك فى جمهورية

مصر العربية خلال الفترة (١٩٩٥ - ٢٠١٤)

رقم المعادلة	البيان	المعادلة	ر	ف	المتوسط (ألف طن)	معدل التغير %
(١)	الإنتاج المحلى (ألف طن)	ص ^١ هـ = ٣٢٩ + ٥٧,٠٠ س ^١ هـ (٢٩,٦٢) ^{**}	٠,٩٨١	٨٧٧,٥٢	٩٢٧,٨١	٦,١٤
(٢)	الإستهلاك المحلى (ألف طن)	ص ^٢ هـ = ٤٥٨ + ٦٤,٩ س ^٢ هـ (١٥,٧٤) ^{**}	٠,٩٣	٢٣٩,٧٤	١١٣٩,٢٣	٥,٧٠
(٣)	الفجوة الغذائية السمكية (ألف طن)	ص ^٣ هـ = ١٣٢ + ٧,٨٤ س ^٣ هـ (٢,٤٠) [*]	٠,٢٤٢	٥,٧٤	٢١٣,٧٨	٣,٦٧
(٤)	كمية الصادرات (ألف طن)	ص ^٤ هـ = ٤,٤٢ + ١,٠٣ س ^٤ هـ (٦,٣٥) ^{**}	٠,٦٩١	٤٠,٣٥	٦,٤٣	١٦,٠٢
(٥)	كمية الواردات (ألف طن)	ص ^٥ هـ = ١٢٧ + ٨,٨٠ س ^٥ هـ (٢,٥٩) [*]	٠,٢٧٢	٢,٧٢	٢١٩,٨٦	٤,٠٠
(٦)	متوسط نصيب الفرد (كجم/السنة)	ص ^٦ هـ = ٩,٦٤ + ٠,٥٧٩ س ^٦ هـ (١٢,٣٦) ^{**}	٠,٨٩٥	١٥٢,٦٩	١٥,٧٢	٣,٦٨

(*) معنوى عند مستوى ٠,٠٥ ، (***) معنوى عند مستوى ٠,٠١ ، الأرقام بين الأقواس هى قيمة "ت" المحسوبة

حيث ص^١هـ = القيمة التقديرية للمتغير التابع فى السنة هـ ، س = متغير الزمن ، هـ = ١ ، ٢ ، ٣ ، ، ٢٠

المصدر : حسبت من البيانات الواردة بالجدول رقم (١) بالملحق.

متوسط نصيب الفرد من الأسماك في ج.م.ع :

يتبين من المعادلة رقم (٦) بالجدول رقم (١) الاتجاه الزمني العام لنصيب الفرد من الأسماك خلال فترة الدراسة أوضحت المعادلة زيادة معنوية سنويا بحوالي ٠,٥٧٩ كجم / سنويا وأن هذه الزيادة معنوية إحصائيا وتمثل نحو ٣,٧% من متوسطه السنوي ، وقد بلغ معامل التحديد نحو ٠,٩٠

أهم العوامل المؤثرة على الكميات المستهلكة من الأسماك في مصر خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤):

تم استخدام أسلوب تحليل الإنحدار البسيط في الصورة اللوغاريتمية المزدوجة وقد افترض في هذا النموذج في ظل البيانات المتاحة أن هذه العوامل هي "عدد السكان (س١)، ومتوسط الدخل الفردي (س٢)، متوسط سعر التجزئة للأسماك (س٣)، ومتوسط سعر اللحوم (س٤)، ومتوسط سعر التجزئة للدواجن (س٥)، وكمية الصادرات المصرية من الأسماك (س٦)، وكمية الواردات المصرية من الأسماك (س٧) كعوامل مستقلة وذلك خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) حيث تم قياس العلاقة الإحصائية بين الكمية المستهلكة من الأسماك (متغير تابع) والمتغيرات سالفة الذكر (متغيرات مستقلة)، ويتضح من الجدول رقم (٢) أن العلاقة طردية بين الكمية المستهلكة من الأسماك وكلا من عدد السكان س١، ومتوسط الدخل الفردي س٢، متوسط سعر اللحوم بالجنيه س٤، متوسط سعر الدواجن بالجنيه س٥، وكمية الواردات س٧، حيث بلغ معامل المرونة لكل منهم نحو ٢,٨، ٠,٥٩٣، ٠,٥٢٠، ٠,٥٣٦، ٠,٦٥٢، على الترتيب مما يفسر أنه إذا تغير كل منهم بنسبة ١% فإن ذلك يؤدي إلى زيادة الكمية المستهلكة بنسبة ٢,٨%، ٠,٥٩٣%، ٠,٥٢٠%، ٠,٥٣٦%، ٠,٦٥٢% ولقد اتفقت إشارتهم مع المنطق الاقتصادي حيث كانت موجبة ، في حين كانت العلاقة طردية بين الكمية المستهلكة وكل من متوسط سعر التجزئة للأسماك س٣، كمية الصادرات س٦، حيث بلغ معامل المرونة لهما نحو ٠,٨٠، ٠,٢٨ على التوالي مما يعنى أنه إذا تغير كل منهما بنسبة ١% يؤدي إلى تغير في الكمية المستهلكة لهما بنسبة ٠,٨٠%، ٠,٢٨% على الترتيب ولم تتفق الإشارة مع المنطق الاقتصادي حيث كانت موجبة .

جدول رقم (٢) أهم العوامل المؤثرة على استهلاك الأسماك في جمهورية مصر العربية

خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤)

رقم المعادلة	المتغير المستقل	المعادلة	ر	ف	المتوسط	معدل التغير %
٧	عدد السكان	لوص ^٨ = ٢,٨٠ + ٤,٩٤ لوس ^١ هـ (١٨,٣٢)	٠,٩٤	٣٣٥,٧٣	٤,٢٥	١٣٢,٣
٨	متوسط الدخل الفردي	لوص ^٨ = ١,٦٤٠ + ٠,٥٩٣ لوس ^٢ هـ (١٢,٢١)	٠,٨٩	١٤٩,١٣	٨,٩٩	٢٥,٧٢
٩	متوسط سعر التجزئة للأسماك	لوص ^٨ = ٠,٨٠٧ + ٤,٩٥ لوس ^٣ هـ (٦,٨٥)	٠,٧٢	٤٦,٩٥	٢,٥٠	٣٨,١٤
١٠	متوسط سعر اللحوم بالجنيه	لوص ^٨ = ٠,٥٢٠ + ٥,٢٦ لوس ^٤ هـ (٩,٤٨)	٠,٨٣	٨٩,٨٦	٣,٣١	٢٤,٥٧
١١	متوسط سعر الدواجن بالجنيه	لوص ^٨ = ٠,٥٣٦ + ٥,٧٧ لوس ^٥ هـ (٨,٣٦)	٠,٧٩	٦٩,٨٩	٢,٢٥	٢٥,٣٣
١٢	كمية الصادرات	لوص ^٨ = ٠,٢٨٠ + ٦,٦٢ لوس ^٦ هـ (٧,٩٤)	٠,٧٧	٦٣,١٢	١,٢٦	١٣,٢٣
١٣	كمية الواردات	لوص ^٨ = ٣,٥١ + ٠,٦٥٢ لوس ^٧ هـ (٣,٤٤) *	٠,٣٩	١١,٨٤	٥,٣٢	٣٠,٨

المصدر : جمعت وحسبت من الجدول رقم (٢) بالملحق.

ثانيا: المؤشرات التسويقية لأهم الأصناف السمكية في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤):

- تطور أسعار المنتج (السعر المزرعي) لأهم الأصناف السمكية في ج.م.ع :

١ - تطور أسعار المنتج لأسماك البلطي :

باستعراض بيانات الجدول رقم (٣) الذي يوضح تطور أسعار المنتج من أسماك البلطي بالجمهورية خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) يتبين أنها ارتفعت من حوالي ٦,١٤ جنيه للكيلوجرام في عام ١٩٩٥ إلى

حوالي ١٦,٧٨ جنيها" عام ٢٠١٤ بزيادة تقدر بحوالي ١٠,٦٤ جنيها" تمثل حوالي ١٧٣% مقارنة بعام ١٩٩٥ ، وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لأسعار المنتج من أسماك البلطي بالجنيه خلال الفترة المذكورة اتضح أن أفضل الصور الرياضية هي الصورة الخطية والتي توضحها المعادلة رقم (٤) بالجدول رقم (٤) ومنها اتضح زيادة أسعار المنتج لأسماك البلطي زيادة معنوية سنويا" بحوالي ٠,٤٣ جنيها يمثل نحو ٤,٨% من المتوسط لأسعار أسماك البلطي البالغ حوالي ٨,٩٤ جنيها" خلال فترة الدراسة ، وقد بلغ معامل التحديد نحو ٠,٧٤ ، الأمر الذي يعنى أن نحو ٧٤% من التغيرات فى أسعار المنتج من أسماك البلطي بالجمهورية يفسرها الزمن وأن نحو ٢٦% تعود إلى عوامل أخرى غير الزمن.

جدول رقم (٣) تطور أسعار (المنتج ، والجمله ، والتجزئة) بالجنيه للكيلو لأهم الأصناف السمكية في

ج.م.ع خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤)

السنة	أسعار المنتج			أسعار الجمله			أسعار التجزئة		
	البلطي	البوري	القراميط	البلطي	البوري	القراميط	البلطي	البوري	القراميط
١٩٩٥	٦,١٤	١٠,٧٣	٤,٦٣	٦,٤٦	١١,٣٠	٣,٨٢	٦,٥٠	١٢,٦٠	٤,٩٢
١٩٩٦	٧,٠٠	١١,٢٠	٤,٣٥	٧,١٥	١٢,١٠	٤,٦٢	٧,٢٢	١٣,٤٦	٥,٢٧
١٩٩٧	٧,١٢	١١,٧٤	٤,١٧	٧,٣٥	١٢,٣٦	٤,٣٩	٧,٦٦	١٢,٦٣	٥,٧٩
١٩٩٨	٧,٣٩	١١,٨٩	٤,١٩	٧,٦٥	١٢,٥٢	٤,٤١	٧,٧٣	١٢,٧٣	٦,٠٨
١٩٩٩	٦,٧٤	١٢,٢٨	٤,٢٤	٧,٠٩	١٢,٩٣	٤,٤٧	٧,٢٢	١٢,٩٧	٥,٩٨
٢٠٠٠	٦,٨٣	١١,٣٢	٤,٢٧	٧,١٨	١١,٩٢	٤,٥٠	٧,٢٦	١٢,١٥	٦,٠٩
٢٠٠١	٦,٥٢	٩,٦٠	٤,٢٣	٦,٨٦	١٠,٤٨	٤,٤٥	٧,٣٨	١٣,٩٠	٦,٤٦
٢٠٠٢	٦,٣٧	١١,٠٠	٤,٢٩	٦,٧١	١١,٨٩	٤,٥٢	٧,٤٧	١٤,٤٥	٦,٦٧
٢٠٠٣	٦,٧٥	١١,٨٥	٤,٧٦	٧,١١	١٢,١٨	٥,٠١	٧,٣٨	١٣,٤٠	٦,٦٨
٢٠٠٤	٧,٨٨	١٢,٠٥	٥,٢٥	٨,٢٩	١٢,٨٧	٥,٥٢	١٠,٠٢	١٤,٣٦	٧,٣٥
٢٠٠٥	٧,٣٤	١٢,٢٨	٤,٥٣	٧,٧٣	١٢,٩٢	٤,٧٧	٨,٦١	١٤,٥٨	٦,٩٨
٢٠٠٦	٨,٧٣	١٣,٣٠	٥,٨٦	٩,١٩	١٦,١٤	٦,١٧	٩,٥٠	١٦,٥١	٧,٠٠
٢٠٠٧	٩,٤٢	١٣,٦٧	٦,٤٤	٩,٩١	١٦,٥٨	٦,٧٩	١٠,٨٦	١٧,٨٥	٧,٧٣
٢٠٠٨	٨,٩٥	١٤,٠٤	٦,٥٧	٩,٤٢	١٧,٢٥	٧,١٨	١٠,٨١	١٩,٩٥	٨,٤٩
٢٠٠٩	٩,٩٠	١٤,٤٠	٧,٠٨	١٠,٤٢	١٩,٦٧	٧,٤٥	١٢,٠١	٢٢,٢٥	٨,٧٥
٢٠١٠	٩,٩١	٢١,١٤	٦,٦٠	١٠,٥٢	٢٣,٥٨	٧,٣٣	١٢,٢٦	٢٦,٦٠	٨,٦٦
٢٠١١	١١,٥٩	٢٢,١٧	٨,٤٧	١٢,٥٩	٢٤,٨٢	٨,٤٧	١٤,٠٢	٢٨,١٠	١٠,٠٤
٢٠١٢	١٢,٨٥	٢٧,١٣	١٠,٤٠	١٣,٠٠	٣٠,٧٦	١٠,٥٢	١٧,٣٤	٣٢,٠١	١١,٧٧
٢٠١٣	١٤,٥٩	٣٠,١٩	١٠,٦٨	١٤,٨٩	٣٣,٦٠	١٠,٩٣	٢٠,٣٢	٣٦,٣٥	١٣,١٥
٢٠١٤	١٦,٧٨	٣٤,٢٠	١١,٢٢	١٧,٢٨	٣٧,٢٩	١١,٥٢	٢٢,٧٨	٤٠,٧٩	١٣,٨٢
المتوسط	٨,٩٤	١٥,٩١	٦,١١	٩,٣٤	١٧,٦٥	٦,٣٤	١٠,٧٢	١٩,٣٨	٧,٨٨
مقدار الزيادة	١٠,٦٤	٢٣,٤٧	٦,٥٩	١٠,٦٤	٢٥,٩٩	٧,٧	١٦,٢٨	٢٨,١٩	٨,٩
% التغير	١٧٣,٣	٢١٨,٧	١٤٢,٣	١٦٤,٧	٢٣٠	٢٠١,٦	٢٥٠,٥	٢٢٣,٧	١٨٠,٩
معامل التغير	٠,٣٦	٠,٧٩	٠,٣٢	٠,٣٧	١,٠٣	٠,٣٤	٠,٥٨	١,١٤	٠,٣٠

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء ، النشرة الربع سنوية لأسعار المنتج والجمله والتجزئة للمواد الغذائية ، أعداد متفرقة

٢ - تطور أسعار المنتج لأسماك البورى:

باستعراض بيانات الجدول رقم (٣) الذى يوضح تطور أسعار المنتج من أسماك البورى خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) يتبين أنها ارتفعت من حوالي ١٠,٧٣ جنيها" في عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٣٤,٢٠ جنيها" عام ٢٠١٤ بزيادة تقدر بحوالي ٢٣,٤٧ جنيها" تمثل حوالي ٢١٨,٧% مقارنة بعام ١٩٩٥ ، وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لأسعار المنتج من أسماك البورى بالجنيه خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) اتضح أن أفضل الصور الرياضية هي الصورة الخطية والتي توضحها المعادلة رقم (١٥) بالجدول رقم (٤) ومنها اتضح تزايد أسعار المنتج لأسماك البورى زيادة معنوية سنويا" بحوالي ٠,٩٨٣ جنيها" يمثل نحو ٦,٢% من المتوسط لأسعار أسماك البورى البالغ حوالي ١٥,٨١ جنيها" خلال الفترة المذكورة ، وقد بلغ معامل التحديد نحو ٠,٦٦

جدول رقم (٤) : معادلات الاتجاه الزمني العام لتطور أسعار المنتج والجملة والتجزئة لأهم الأصناف السمكية في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (١٩٩٥ - ٢٠١٤)

رقم المعادلة	البيان	المعادلة	ر	ف
أسعار المنتج				
(١٤)	أسماك البلطي	ص ^١ هـ = ٤,٤٣ + ٠,٤٣٠ س هـ *(٧,٢٢)	٠,٧٤٣	٥٢,١٦
(١٥)	أسماك البورى	ص ^١ هـ = ٥,٤٩ + ٠,٩٨٣ س هـ *(٥,٩١)	٠,٦٦٠	٣٤,٩٥
(١٦)	أسماك القرموط	ص ^١ هـ = ٢,٤٦ + ٠,٣٤٨ س هـ *(٧,٨٥)	٠,٧٧٤	٦١,٦٥
أسعار الجملة				
(١٧)	أسماك البلطي	ص ^١ هـ = ٤,٦٦ + ٠,٤٤٦ س هـ *(٧,٧٠)	٠,٧٦٧	٥٩,٣٣
(١٨)	أسماك البورى	ص ^١ هـ = ٥,٣٠ + ١,١٨ س هـ *(٧,١٣)	٠,٧٣٩	٥٠,٨٥
(١٩)	أسماك القرموط	ص ^١ هـ = ٢,٤٨ + ٠,٣٦٨ س هـ *(٩,٣٦)	٠,٨٣٠	٨٧,٧٠
أسعار المستهلك (التجزئة)				
(٢٠)	أسماك البلطي	ص ^١ هـ = ٣,٥٩ + ٠,٦٧٩ س هـ *(٧,٣٧)	٠,٧٥١	٥٤,٢٩
(٢١)	أسماك البورى	ص ^١ هـ = ٥,٧٦ + ١,٣٠ س هـ *(٧,٧٣)	٠,٧٦٨	٥٩,٧٤
(٢٢)	أسماك القرموط	ص ^١ هـ = ٣,٨٠ + ٠,٣٨٩ س هـ *(٩,٣٨)	٠,٨٣	٨٨,٠

المصدر : حسب من الأرقام الواردة بالجدول رقم (٣).

٣ - تطور أسعار المنتج لأسماك القرموط :

باستعراض بيانات الجدول رقم (٣) الذى يوضح تطور أسعار المنتج من أسماك القرموط خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) يتبين أنها ارتفعت من حوالي ٤,٦٣ جنيه في عام ١٩٩٥ إلى حوالي ١١,٢٢ جنيه عام ٢٠١٤ بزيادة تقدر بحوالي ٦,٥٩ جنيه تمثل حوالي ١٤٢,٣% مقارنة بعام ١٩٩٥ ، وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لأسعار المنتج من أسماك القرموط بالجنيه خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) اتضح أن أفضل الصور الرياضية هي الصورة الخطية والتي توضحها المعادلة رقم (١٦) بالجدول رقم (٤) ومنها اتضح تزايد أسعار المنتج لأسماك القرموط زيادة معنوية سنويا" بحوالي ٠,٣٥ جنيها" يمثل نحو ٥,٧% من المتوسط لأسعار أسماك القرموط البالغ حوالي ٦,١١ جنيه خلال فترة الدراسة ، وقد بلغ معامل التحديد نحو ٠,٧٧

تطور أسعار الجملة لأهم الأصناف السمكية فى ج.م.ع :

١ - تطور أسعار الجملة لأسماك البلطي :

توضح بيانات الجدول رقم (٣) تطور أسعار الجملة من أسماك البلطي بالجمهورية خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) حيث يتبين أنها ارتفعت من حوالي ٦,٤٦ جنيه في عام ١٩٩٥ إلى حوالي ١٧,٢٨ جنيه عام ٢٠١٤ بزيادة تقدر بحوالي ١٠,٦٤ جنيه تمثل حوالي ١٦٤,٧% مقارنة بعام ١٩٩٥ وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لأسعار الجملة من أسماك البلطي بالجنيه خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) اتضح أن أفضل الصور الرياضية هي الصورة الخطية والتي توضحها المعادلة رقم (١٧) بالجدول رقم (٤) ومنها اتضح تزايد أسعار الجملة لأسماك البلطي زيادة معنوية سنويا" بحوالي ٠,٤٥ جنيه يمثل نحو ٤,٨% من المتوسط لأسعار أسماك البلطي البالغ حوالي ٩,٣٤ جنيه خلال الفترة المذكورة، وقد بلغ معامل التحديد نحو ٠,٧٧

٢ - تطور أسعار الجملة لأسماك البورى:

يتضح من بيانات الجدول رقم (٣) تطور أسعار الجملة من أسماك البورى خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) حيث يتبين أنها ارتفعت من حوالي ١١,٣٠ جنيه في عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٣٧,٢٩ جنيه عام ٢٠١٤ بزيادة تقدر بحوالي ٢٥,٩٩ جنيه تمثل حوالي ٢٣٠% مقارنة بعام ١٩٩٥، وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لأسعار الجملة من أسماك البورى بالجنيه خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) اتضح أن أفضل الصور الرياضية هي الصورة الخطية والتي توضحها المعادلة رقم (١٨) بالجدول رقم (٤) ومنها اتضح تزايد أسعار الجملة لأسماك البورى زيادة معنوية سنويا" بحوالي ١,١٨ جنيه يمثل نحو ٦,٧% من المتوسط لأسعار أسماك البورى البالغ حوالي ١٧,٦٥ جنيه خلال الفترة المذكورة ، وقد بلغ معامل التحديد نحو ٠,٧٤

٣ - تطور أسعار الجملة لأسماك القرموط :

توضح بيانات الجدول رقم (٣) تطور أسعار الجملة من أسماك القرموط خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) يتبين أنها ارتفعت من حوالي ٣,٨٢ جنيه في عام ١٩٩٥ إلى حوالي ١١,٥٢ جنيه عام ٢٠١٤ بزيادة تقدر بحوالي ٧,٧ جنيه تمثل حوالي ٢٠١,٦% مقارنة بعام ١٩٩٥ ، وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لأسعار الجملة من أسماك القرموط بالجنيه خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) اتضح أن أفضل الصور الرياضية هي الصورة الخطية والتي توضحها المعادلة رقم (١٩) بالجدول رقم (٤) ومنها اتضح تزايد أسعار الجملة لأسماك القرموط زيادة معنوية سنويا" بحوالي ٠,٣٧ جنيه تمثل نحو ٥,٨% من المتوسط لأسعار أسماك القرموط البالغ حوالي ٦,٣٤ جنيه خلال فترة المذكورة ، وقد بلغ معامل التحديد نحو ٠,٨٣

تطور أسعار التجزئة لأهم الأصناف السمكية فى ج.م.ع :

١ - تطور أسعار التجزئة لأسماك البلطي :

توضح بيانات الجدول رقم (٣) تطور أسعار التجزئة من أسماك البلطي بالجمهورية خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) حيث يتبين أنها ارتفعت من حوالي ٦,٥٠ جنيه في عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٢٢,٧٨ جنيه عام ٢٠١٤ بزيادة تقدر بحوالي ١٦,٢٨ جنيه تمثل حوالي ٢٥٠,٥% مقارنة بعام ١٩٩٥، وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لأسعار التجزئة من أسماك البلطي بالجنيه خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) اتضح أن أفضل الصور الرياضية هي الصورة الخطية والتي توضحها المعادلة رقم (٢٠) بالجدول رقم (٤) ومنها اتضح تزايد أسعار التجزئة لأسماك البلطي زيادة معنوية سنويا" بحوالي ٠,٦٨ جنيه يمثل نحو ٦,٣% من المتوسط لأسعار أسماك البلطي البالغ حوالي ١٠,٧٢ جنيه خلال الفترة المذكورة ، وقد بلغ معامل التحديد نحو ٠,٧٥

٢ - تطور أسعار التجزئة لأسماك البورى :

يتضح من بيانات الجدول رقم (٣) تطور أسعار التجزئة من أسماك البورى خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) حيث يتبين أنها ارتفعت من حوالي ١٢,٦٠ جنيه في عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٤٠,٧٩ جنيه عام ٢٠١٤ بزيادة تقدر بحوالي ٢٨,١٩ جنيه تمثل حوالي ٢٢٣,٧% مقارنة بعام ١٩٩٥ وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لأسعار التجزئة من أسماك البورى بالجنيه خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) اتضح أن أفضل الصور الرياضية هي الصورة الخطية والتي توضحها المعادلة رقم (٢١) بالجدول رقم (٤) ومنها اتضح تزايد أسعار التجزئة لأسماك البورى زيادة معنوية سنويا" بحوالي ١,٣٠ جنيه يمثل نحو ٦,٧% من المتوسط لأسعار أسماك البورى البالغ حوالي ١٩,٣٨ جنيه خلال الفترة المذكورة ، وقد بلغ معامل التحديد نحو ٠,٧٧

٣ - تطور أسعار التجزئة لأسماك القرموط :

توضح بيانات الجدول رقم (٣) تطور أسعار التجزئة من أسماك القرموط خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) يتبين أنها ارتفعت من حوالي ٤,٩٢ جنيه في عام ١٩٩٥ إلى حوالي ١٣,٨٢ جنيه عام ٢٠١٤ بزيادة تقدر بحوالي ٨,٩ جنيه تمثل حوالي ١٨٠,٩% مقارنة بعام ١٩٩٥، وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام

لأسعار التجزئة من أسماك القرموط بالجنيه خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) اتضح أن أفضل الصور الرياضية هي الصورة الخطية والتي توضحها المعادلة رقم (٢٢) بالجدول رقم (٤) ومنها اتضح تزايد أسعار التجزئة لأسماك القرموط زيادة معنوية سنوياً بحوالي ٠,٣٩ جنيه يمثل نحو ٤,٩% من المتوسط لأسعار أسماك القرموط البالغ حوالي ٧,٨٨ جنيه خلال الفترة المذكورة ، وقد بلغ معامل التحديد نحو ٠,٨٣

توزيع جنيته المستهلك لأهم الأسماك في ج.م.ع:

يعتبر توزيع جنيته المستهلك أحد الطرق التحليلية للتعرف علي نصيب كل مرحلة من المراحل التسويقية من القيمة التي يدفعها المستهلك نظير حصوله على السلعة ويعبر عنه بالفرق سعري المطلق للمستوى التسويقي مقسوماً على سعر التجزئة للسلعة

١ - توزيع جنيته المستهلك لأسماك البلطي :

أ - نصيب المنتج من جنيته المستهلك لأسماك البلطي :

توضح بيانات الجدول رقم (٥) تطور نصيب المنتج من جنيته المستهلك من أسماك البلطي خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) حيث انخفض من حوالي ٩٤,٤٦% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٧٣,٦٦% عام ٢٠١٤ بانخفاض قدر بحوالي ٢٠,٨% أي حوالي ٢٢% مقارنة بعام ١٩٩٥ ، كما تبين أن نصيب المنتج من جنيته المستهلك لأسماك البلطي تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ٧١,٨٠% في عام ٢٠١٣ وحد أقصى بلغ حوالي ٩٦,٩٥% في عام ١٩٩٦ بمتوسط بلغ حوالي ٨٤,٠٢% خلال الفترة المذكورة .

ب - نصيب تاجر الجملة من جنيته المستهلك لأسماك البلطي :

كما يتضح من بيانات الجدول رقم (٥) تطور نصيب تاجر الجملة من جنيته المستهلك من أسماك البلطي خلال الفترة من عام (١٩٩٥ - ٢٠١٤) حيث انخفض من حوالي ٤,٩٢% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٢,١٩% عام ٢٠١٤ بانخفاض قدر بحوالي ٢,٩٣% تمثل حوالي ٥٥,٥% مقارنة بعام ١٩٩٥ ، كما تبين أن نصيب تاجر الجملة من جنيته المستهلك لأسماك البلطي تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ٠,٨٧% في عام ٢٠١٢ وحد أقصى بلغ حوالي ٤,٩٨% في عام ٢٠١٠ بمتوسط بلغ حوالي ٣,٥٨% خلال الفترة المذكورة.

ج - نصيب تاجر التجزئة من جنيته المستهلك لأسماك البلطي :

باستعراض تطور نصيب تاجر التجزئة من جنيته المستهلك من أسماك البلطي خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) جدول رقم (٥) تبين أنه ازداد كثيراً من حوالي ٠,٦٢% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٢٤,١٤% عام ٢٠١٤ بزيادة قدرت بحوالي ٢٣,٥٢% تمثل حوالي ٣٧٩٣,٥% مقارنة بعام ١٩٩٥ ، كما يتبين أن نصيب تاجر التجزئة من جنيته المستهلك لأسماك البلطي تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ٠,٦٢% في عام ١٩٩٥ وحد أقصى بلغ حوالي ٢٦,٧٢% في عام ٢٠١٣ بمتوسط بلغ حوالي ١٢,٤٠% خلال فترة الدراسة وقد يرجع ذلك إلى تطور دور تاجر التجزئة لقيامه بوظيفة التخزين المؤقت للأسماك باستخدام المبردات الكهربائية.

د - نصيب الوسيط من جنيته المستهلك لأسماك البلطي :

يتضح من الجدول رقم (٥) تطور نصيب الوسيط من جنيته المستهلك من أسماك البلطي خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) حيث يتبين أنه ارتفع من حوالي ٥,٥٤% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٢٦,٣٣% عام ٢٠١٤ بزيادة تقدر بحوالي ٢٠,٧٩% تمثل حوالي ٣٧٥,٣% مقارنة بعام ١٩٩٥ كما تبين أن نصيب الوسيط من جنيته المستهلك لأسماك البلطي تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ١,١٠% عام ١٩٩٨ وحد أقصى بلغ حوالي ٢٨,٢% في عام ٢٠١٣ بمتوسط بلغ حوالي ١٥,٩٦% خلال فترة الدراسة .

جدول (٥) توزيع نصيب جنيه المستهلك من أسماك (البطي، البورى، القرموط) في ج.م.ع خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤)

السنة	أسماك البلطي				أسماك البورى				أسماك القرموط			
	نصيب المنتج (١)	نصيب تاجر الجملة (٢)	نصيب تاجر التجزئة (٣)	نصيب الوسيط (٤)	نصيب المنتج (١)	نصيب تاجر التجزئة (٣)	نصيب تاجر الجملة (٢)	نصيب الوسيط (٤)	نصيب المنتج (١)	نصيب تاجر الجملة (٢)	نصيب تاجر التجزئة (٣)	نصيب الوسيط (٤)
١٩٩٥	٩٤,٤٦	٤,٩٢	٠,٦٢	٥,٥٤	٨٨,٧٩	٤,٧٣	٦,٣٠	١١,٠٣	٧٣,٨٧	٣,٨٦	٢٢,٣٦	٢٦,٢٢
١٩٩٦	٩٦,٩٥	٢,٠٨	٠,٩٧	٣,٠٥	٨٣,٢١	٦,٦٩	١٠,١٠	١٦,٧٩	٨٢,٥٤	٥,١٢	١٢,٣٣	١٧,٤٦
١٩٩٧	٩٢,٩٥	٣,٠٠	٤,٠٥	٧,٠٥	٩٢,٩٥	٤,٩١	٢,١٤	٧,٠٥	٧٢,٠٢	٣,٨٠	٢٤,١٨	٢٧,٩٦
١٩٩٨	٩٥,٦٠	٣,٣٦	١,٠٣	١,١٠	٩٣,٤٠	٤,٩٥	١,٦٥	٦,٦٠	٦٨,٩١	٣,٦٢	٢٧,٤٧	٣١,٠٩
١٩٩٩	٩٣,٣٥	٤,٨٥	١,٨٠	٦,٦٥	٩٤,٦٨	٥,٠١	٠,٣١	٥,٣٢	٧٠,٩٠	٣,٨٥	٢٥,٢٥	٢٩,١٠
٢٠٠٠	٩٤,٠٨	٤,٨٢	١,١٠	٥,٩٢	٩٣,١٧	٤,٩٤	١,٨٩	٦,٨٣	٧٠,١١	٣,٧٨	٢٦,١١	٢٩,٨
٢٠٠١	٨٨,٣٥	٤,٦١	٤,٠٥	٨,٦٦	٦٩,٠٦	٦,٣٣	٢٤,٦٠	٣٠,٩٤	٦٥,٤٨	٣,٤١	٣١,١١	٣٤,٥٢
٢٠٠٢	٨٥,٢٧	٤,٥٥	١٠,١٧	١٤,٧٢	٧٦,١٢	٦,١٦	١٧,٧٢	٢٣,٨٨	٦٤,٣٢	٣,٤٥	٣٢,٢٣	٣٥,٦٨
٢٠٠٣	٩١,٤٦	٤,٨٨	٣,٦٦	٨,٥٤	٨٨,٤٣	٢,٤٦	٩,١٠	١١,٥٧	٧١,٢٦	٣,٧٤	٢٥,٠٠	٢٨,٧٤
٢٠٠٤	٧٨,٦٤	٤,٠٩	١٧,٢٧	٢١,٣٦	٩٣,٩١	٥,٧١	١٠,٣٨	١٦,٠٩	٧١,٤٣	٣,٦٧	٢٤,٩٠	٢٨,٥٧
٢٠٠٥	٨٥,٢٥	٤,٥٣	١٠,٢٢	١٤,٧٥	٨٤,٢٢	٤,٣٩	١١,٣٩	١٥,٧٨	٦٤,٩٠	٣,٤٤	٣١,٦٦	٣٥,١٠
٢٠٠٦	٩١,٨٩	٤,٨٤	٣,٢٦	٨,١١	٨٠,٥٦	١٧,٢٠	٢,٢٤	١٩,٤٤	٨٣,٧١	٤,٤٣	١١,٨٦	١٦,٢٩
٢٠٠٧	٨٦,٧٤	٤,٥١	٨,٧٥	١٣,٢٦	٧٦,٥٨	١٦,٣٠	٧,١١	٢٣,٤٢	٨٣,٣١	٤,٥٣	١٢,١٦	١٦,٦٩
٢٠٠٨	٨٢,٧٩	٤,٣٥	١٢,٨٦	١٧,٢١	٧٠,٣٢	١٦,٠٩	١٣,٥٣	٢٩,٦٢	٧٧,٣٩	٧,١٨	١٥,٤٣	٢٢,٦١
٢٠٠٩	٨٢,٤٣	٤,٣٣	١٣,٢٤	١٧,٥٧	٦٤,٧٢	٢٣,٦٩	١١,٦٠	٣٥,٢٨	٨٠,٩١	٤,٢٣	١٤,٨٣	١٩,٠٦
٢٠١٠	٨٠,٨٣	٤,٩٨	١٤,١٩	١٩,١٧	٧٩,٤٧	٩,١٧	١١,٣٥	٢٠,٥٣	٧٦,٢١	٨,٤٣	١٥,٣٦	٢٣,٧٩
٢٠١١	٨٢,٦٦	٣,٥٦	١٣,٧٧	١٧,٣٣	٧٨,٩٠	٩,٤٣	١١,٦٧	٢١,١٠	٨٤,٣٦	١,٢٠	١٣,٦٤	١٤,٨٤
٢٠١٢	٧٤,١١	٠,٨٧	٢٥,٠٢	٢٥,٨٩	٨٤,٧٥	١١,٣٤	٣,٩٠	١٥,٢٤	٨٨,٣٦	١,٠٢	١٠,٦٢	١١,٦٤
٢٠١٣	٧١,٨٠	١,٤٨	٢٦,٧٢	٢٨,٢٠	٨٣,٠٥	٩,٣٨	٧,٥٧	١٦,٩٥	٨١,٢٢	١,٩٠	١٦,٨٨	١٨,٧٨
٢٠١٤	٧٣,٦٦	٢,١٩	٢٤,١٤	٢٦,٣٣	٨٣,٨٤	٧,٥٨	٨,٥٨	١٦,١٦	٨١,١٩	٢,١٧	١٦,٦٤	١٨,٨١
المتوسط	٨٤,٠٢	٣,٥٨	١٢,٤٠	١٥,٩٧	٨٥,٠٩	٨,١٩	٦,٧٢	١٤,٩١	٧٥,٩٧	٣,٩٣	٢٠,١٣	٢٤,٠٣

نصيب المنتج (١) = (سعر المنتج) / (سعر التجزئة) × ١٠٠

نصيب تاجر الجملة (٢) = ((سعر الجملة) - (سعر المنتج)) / (سعر التجزئة) × ١٠٠

نصيب تاجر التجزئة (٣) = ((سعر التجزئة) - (سعر الجملة)) / (سعر التجزئة) × ١٠٠

نصيب الوسيط (٤) = (٢) + (٣)

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات الجدول رقم (٣).

الهامش التسويقي لأسماك البلطي :

١ - الهامش التسويقي بين مرحلتى تاجر الجملة والمنتج لأسماك البلطي :

يتضح من بيانات الجدول رقم (٦) أن الهامش التسويقي المطلق بين تاجر الجملة والمنتج من تسويق أسماك البلطي خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) ارتفع من حوالي ٠,٣٢ جنيه في عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٠,٦١ جنيه في عام ٢٠١٠ بزيادة تقدر بحوالي ٠,٢٩ جنيه تمثل حوالي ٩٠,٦% مقارنة بعام ١٩٩٥ ، ثم انخفضت إلى حوالي ٠,٥٠ جنيه في عام ٢٠١٤ ، حيث بلغ حده الأدنى حوالي ٠,١٥ جنيه في عام ١٩٩٦ وحده الأقصى حوالي ٠,٦١ جنيه في عام ٢٠١٠ ، في حين تبين أن الهامش التسويقي النسبي بين تاجر الجملة والمنتج من تسويق أسماك البلطي خلال نفس الفترة قد زاد من حوالي ٤,٩٥% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٥,٨% عام ٢٠١٠ بزيادة قدرت بحوالي ٠,٨٤% تمثل حوالي ١٧,٦% مقارنة بعام ١٩٩٥ ثم انخفضت إلى حوالي ٢,٨٩% في عام ٢٠١٤ حيث بلغ حده الأدنى حوالي ١,١٥% في عام ٢٠١٢ وحده الأقصى حوالي ٥,٨٠% في عام ٢٠١٠ وبمتوسط بلغ نحو ٤,٢٨% خلال فترة الدراسة

٢ - الهامش التسويقي بين مرحلتى تاجر التجزئة وتاجر الجملة لأسماك البلطي :

يتضح من بيانات جدول رقم (٦) أن الهامش التسويقي المطلق بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة من تسويق أسماك البلطي خلال فترة الدراسة ارتفع من حوالي ٠,٠٤ جنيه في عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٥,٥٠

جنيه في عام ٢٠١٤ بزيادة تقدر بحوالي ٥,٤٦ جنيه تمثل حوالي ١٣٦٥٠% مقارنة بعام ١٩٩٥، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة من تسويق أسماك البلطي خلال نفس الفترة تبين أنه ازداد من حوالي ٠,٦٢% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٢٤,١٤% عام ٢٠١٤ بزيادة قدرت بحوالي ٢٣,٥% أي حوالي ٣٧٩٤% مقارنة بعام ١٩٩٥ وبمتوسط بلغ نحو ١٢,٨٧% خلال فترة الدراسة.

٣ - الهامش التسويقي بين مرحلتى تاجر التجزئة والمنتج لأسماك البلطي :

كما يتضح من بيانات الجدول رقم (٦) أن الهامش التسويقي المطلق بين تاجر التجزئة والمنتج من تسويق أسماك البلطي خلال فترة الدراسة ارتفع من حوالي ٠,٣٦ جنيه في عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٦,٠٠ جنيه في عام ٢٠١٤ بزيادة تقدر بحوالي ٥,٦٤ جنيه تمثل حوالي ١٥٦٧% مقارنة بعام ١٩٩٥ في حين أن الهامش التسويقي النسبي بين تاجر التجزئة والمنتج من تسويق أسماك البلطي خلال نفس الفترة تبين أنه ازداد من حوالي ٥,٥٤% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٢٦,٣٤% عام ٢٠١٤ بزيادة قدرت بحوالي ٢٠,٤% أي حوالي ٣٧٦% مقارنة بعام ١٩٩٥ وبمتوسط بلغ نحو ١٦,٦٠% خلال فترة الدراسة.

جدول (٦): الهوامش التسويقية لإنتاج أسماك البلطي في ج.م.ع خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤)

(جنيه / كجم)

الهوامش التسويقية						السنة
تجزئة - منتج		تجزئة - جملة		جملة - منتج		
نسبي (٢)	مطلق (١)	نسبي (٢)	مطلق (١)	نسبي (٢)	مطلق (١)	
٥,٥٤	٠,٣٦	٠,٦٢	٠,٠٤	٤,٩٥	٠,٣٢	١٩٩٥
٣,٠٥	٠,٢٢	٠,٩٧	٠,٠٧	٢,١٠	٠,١٥	١٩٩٦
٧,٠٥	٠,٥٤	٤,٠٥	٠,٣١	٣,١٣	٠,٢٣	١٩٩٧
٤,٤٠	٠,٣٤	١,٠٣	٠,٠٨	٣,٤٠	٠,٢٦	١٩٩٨
٦,٦٥	٠,٤٨	١,٨٠	٠,١٣	٣,٩٤	٠,٣٥	١٩٩٩
٥,٩٢	٠,٤٣	١,١٠	٠,٠٨	٤,٨٧	٠,٣٥	٢٠٠٠
١١,٦٥	٠,٨٦	١,٠٥	٠,٥٢	٤,٩٦	٠,٣٤	٢٠٠١
١٤,٧٣	١,١٠	١٠,١٧	٠,٧٦	٥,٠٧	٠,٣٤	٢٠٠٢
٨,٥٤	٠,٦٣	٣,٦٦	٠,٢٧	٥,٠٦	٠,٣٦	٢٠٠٣
٢١,٣٦	٢,١٤	١٧,٢٧	١,٧٣	٤,٩٥	٠,٤١	٢٠٠٤
١٤,٧٥	١,٢٧	١٠,٢٢	٠,٨٨	٥,٠٥	٠,٣٩	٢٠٠٥
٨,١١	٠,٧٧	٣,٢٦	٠,٣١	٥,٠١	٠,٤٦	٢٠٠٦
١٣,٢٦	١,٤٤	٨,٧٥	٠,٩٥	٤,٩٤	٠,٤٩	٢٠٠٧
١٧,٢١	١,٨٦	١٢,٨٦	١,٣٩	٤,٩٩	٠,٤٧	٢٠٠٨
١٧,٥٧	٢,١١	١٣,٢٤	١,٥٩	٤,٩٩	٠,٥٢	٢٠٠٩
١٩,١٧	٢,٣٥	١٤,١٩	١,٧٤	٥,٨٠	٠,٦١	٢٠١٠
١٧,٣٣	٢,٤٣	١٣,٧٧	١,٩٣	٤,١٤	٠,٥٠	٢٠١١
٢٥,٨٩	٤,٤٩	٢٥,٠٣	٤,٣٤	١,١٥	٠,١٥	٢٠١٢
٢٨,٢٠	٥,٧٣	٢٦,٧٢	٥,٤٣	٢,٠١	٠,٣٠	٢٠١٣
٢٦,٣٤	٦,٠٠	٢٤,١٤	٥,٥٠	٢,٨٩	٠,٥٠	٢٠١٤
١٦,٦٠	١,٧٨	١٢,٨٧	١,٣٨	٤,٢٨	٠,٤٠	المتوسط

الهوامش التسويقية لإنتاج الأسماك:

١. جملة - منتج (مطلق) = (سعر الجملة - سعر المنتج)
٢. جملة - منتج (نسبي) = (سعر الجملة - سعر المنتج) / سعر الجملة × ١٠٠
٣. تجزئة - جملة (مطلق) = (سعر التجزئة - سعر الجملة)
٤. تجزئة - جملة (نسبي) = (سعر التجزئة - سعر الجملة) / سعر التجزئة × ١٠٠
٥. تجزئة - منتج (مطلق) = (سعر التجزئة - سعر المنتج)
٦. تجزئة - منتج (نسبي) = (سعر التجزئة - سعر المنتج) / سعر التجزئة × ١٠٠

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات الجدول (٣).

٢ - توزيع جنيه المستهلك لأسماك البورى:

أ - نصيب المنتج من جنيه المستهلك لأسماك البورى :

توضح بيانات الجدول رقم (٥) تطور نصيب المنتج من جنيه المستهلك من أسماك البورى خلال

الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) حيث انخفض من حوالي ٨٨,٧٩% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٨٣,٨٤% عام ٢٠١٤ بانخفاض قدر بحوالي ٤,٩٥% أي حوالي ٥,٦% مقارنة بعام ١٩٩٥، كما يتبين أن نصيب المنتج من جنيه المستهلك لأسماك البورى تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ٨,٥٦% في عام ٢٠٠٦ وحد أقصى بلغ حوالي ٩٤,٦٨% في عام ١٩٩٩ بمتوسط بلغ حوالي ٨٥,٠٩% خلال فترة الدراسة .

ب - نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك لأسماك البورى :

كما يتضح من بيانات الجدول رقم (٥) تطور نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك من أسماك البورى خلال الفترة من عام (١٩٩٥-٢٠١٤) حيث تزايد من حوالي ٤,٧٣% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٧,٥٨% عام ٢٠١٤ بارتفاع قدر بحوالي ٢,٨٥% تمثل حوالي ٦٠,٣% مقارنة بعام ١٩٩٥ ، كما يتبين أن نصيب تاجر الجملة من جنيه المستهلك لأسماك البورى تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ٢,٤٦% في عام ٢٠٠٣ وحد أقصى بلغ حوالي ٢٣,٦٩% في عام ٢٠٠٩ بمتوسط بلغ حوالي ٨,١٩% خلال فترة الدراسة .

ج - نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك لأسماك البورى :

باستعراض تطور نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك من أسماك البورى خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) جدول رقم (٥) يتبين أنه ازداد من حوالي ٦,٣٠% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٨,٥٨% عام ٢٠١٤ بزيادة قدرت بحوالي ٢,٢٨% تمثل حوالي ٣٦,٢% مقارنة بعام ١٩٩٥ ، كما يتبين أن نصيب تاجر التجزئة من جنيه المستهلك لأسماك البورى تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ٠,٣١% في عام ١٩٩٩ وحد أقصى بلغ حوالي ٢٤,٦٠% في عام ٢٠٠١ بمتوسط بلغ حوالي ٦,٧٢% خلال فترة الدراسة .

د - نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك لأسماك البورى :

يتضح من الجدول رقم (٥) تطور نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك من أسماك البورى خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) حيث ارتفع من حوالي ١١,٠٣% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ١٦,١٦% عام ٢٠١٤ بزيادة تقدر بحوالي ٥,١٣% تمثل حوالي ٦٥,٥% مقارنة بعام ١٩٩٥ ، كما يتبين أن نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك لأسماك البورى تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ٥,٣٢% عام ١٩٩٩ وحد أقصى بلغ حوالي ٣٥,٢٨% في عام ٢٠٠٩ بمتوسط بلغ حوالي ١٤,٩١% خلال فترة الدراسة .

الهامش التسويقي لأسماك البورى :

١ - الهامش التسويقي بين مرحلتي تاجر الجملة والمنتج لأسماك البورى :

يتضح من بيانات الجدول رقم (٧) أن الهامش التسويقي المطلق بين تاجر الجملة والمنتج من تسويق أسماك البورى خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) ارتفع من حوالي ٠,٥٧ جنيه في عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٣,٠٩ جنيه في عام ٢٠١٤ بزيادة تقدر بحوالي ٢,٥٢ جنيه تمثل حوالي ٤٤٢% مقارنة بعام ١٩٩٥ حيث بلغ حده الأدنى حوالي ٠,٣٣ جنيه في عام ٢٠٠٣ و حده الأقصى حوالي ٥,٢٧ جنيه في عام ٢٠٠٩ ، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بين تاجر الجملة والمنتج من تسويق أسماك البورى خلال نفس الفترة تبين أنه زاد من حوالي ٥,٠٤% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٨,٢٩% عام ٢٠١٤ بزيادة قدرت بحوالي ٣,٢٥% تمثل حوالي ٦٤,٥% مقارنة بعام ١٩٩٥ حيث بلغ حده الأدنى حوالي ٢,٧١% في عام ٢٠٠٣ و حده الأقصى حوالي ٢٦,٧٩% في عام ٢٠٠٩ وبمتوسط بلغ نحو ٩,٨٦% خلال فترة الدراسة

٢ - الهامش التسويقي بين مرحلتي تاجر التجزئة وتاجر الجملة لأسماك البورى :

يتضح من بيانات جدول رقم (٧) أن الهامش التسويقي المطلق بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة من تسويق أسماك البورى خلال فترة الدراسة ارتفع من حوالي ٠,٧٦ جنيه في عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٣,٥٠ جنيه في عام ٢٠١٤ بزيادة تقدر بحوالي ٢,٧٤ جنيه تمثل حوالي ٣٦٦% مقارنة بعام ١٩٩٥ في حين أن الهامش التسويقي النسبي بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة من تسويق أسماك البورى خلال نفس الفترة تبين

اقتصاديات تسويق الأسماك في جمهورية مصر العربية (دراسة حالة بمحافظة دمياط) ١٨٥٤

أنه ازداد من حوالي ٦,٣% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٨,٥٨% عام ٢٠١٤ بزيادة قدرت بحوالي ٢,٢٨% أي حوالي ٣٦,٢% مقارنة بعام ١٩٩٥ حيث بلغ حده الأدنى حوالي ٠,٣١% في عام ١٩٩٩ وحده الأقصى حوالي ٢٤,٢٦% في عام ٢٠٠١ وبمتوسط بلغ نحو ٨,٩٢% خلال فترة الدراسة

جدول (٧) : الهوامش التسويقية لإنتاج أسماك البوري في ج.م.ع خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤)

(الوحدة جنيهه /كجم)

السنة	الهوامش التسويقية					
	جملة - منتج		تجزئة - جملة		تجزئة - منتج	
	مطلق (١)	نسبي (٢)	مطلق (١)	نسبي (٢)	مطلق (١)	نسبي (٢)
١٩٩٥	٠,٥٧	٥,٠٤	٠,٧٦	٦,٣٠	١,٣٣	١١,٠٣
١٩٩٦	٠,٩٠	٧,٤٤	١,٣٦	١٠,١٠	٢,٢٦	١٦,٧٩
١٩٩٧	٠,٦٢	٥,٠٢	٠,٢٧	٢,١٤	٠,٨٩	٧,٠٥
١٩٩٨	٠,٦٣	٥,٠٣	٠,٢١	١,٦٥	٠,٨٤	٦,٦٠
١٩٩٩	٠,٦٥	٥,٠٣	٠,٠٤	٠,٣١	٠,٦٩	٥,٣٢
٢٠٠٠	٠,٦٠	٥,٠٣	٠,٢٣	١,٨٩	٠,٨٣	٦,٨٣
٢٠٠١	٠,٨٨	٨,٤٠	٣,٤٢	٢٤,٦٠	٤,٣٠	٣٠,٩٤
٢٠٠٢	٠,٨٩	٧,٤٩	٢,٥٦	١٧,٧٢	٣,٤٥	٢٣,٨٨
٢٠٠٣	٠,٣٣	٢,٧١	١,٢٢	٦,١٠	١,٥٥	١١,٥٧
٢٠٠٤	٠,٨٢	٦,٣٧	١,٤٩	١٠,٣٨	٢,٣١	١٦,٠٩
٢٠٠٥	٠,٦٤	٤٠,٩٥	١,٦٦	١١,٣٩	٢,٣٠	١٥,٧٨
٢٠٠٦	٢,٨٤	١٧,٦٠	٠,٣٧	٢,٢٤	٣,٢١	١٩,٤٤
٢٠٠٧	٢,٩١	١٧,٥٥	١,٢٧	٧,١١	٤,١٨	٢٣,٤٢
٢٠٠٨	٣,٢١	١٨,٦٠	٢,٧٠	١٣,٥٣	٥,٩١	٢٩,٦٢
٢٠٠٩	٥,٢٧	٢٦,٧٩	٢,٥٨	١١,٦٠	٧,٨٥	٣٥,٢٨
٢٠١٠	٢,٤٤	١٠,٣٥	٣,٠٢	١١,٣٥	٥,٤٦	٢٠,٥٣
٢٠١١	٢,٦٥	١٠,٦٨	٣,٢٨	١١,٦٧	٥,٩٣	٢١,١٠
٢٠١٢	٣,٦٣	١١,٨٠	١,٢٥	٣,٩٠	٤,٨٨	١٥,٢٤
٢٠١٣	٣,٤١	١٠,١٥	٢,٧٥	٧,٥٧	٦,١٦	١٦,٩٥
٢٠١٤	٣,٠٩	٨,٢٩	٣,٥٠	٨,٥٨	٦,٥٩	١٦,١٥
المتوسط	١,٧٤	٩,٨٦	١,٧٣	٨,٩٢	٣,٤٧	١٧,٩٠

الهوامش التسويقية لإنتاج الأسماك:

١. جملة - منتج (مطلق) = (سعر الجملة - سعر المنتج)
 ٢. جملة - منتج (نسبي) = (سعر الجملة - سعر المنتج) / سعر الجملة × ١٠٠
 ٣. تجزئة - جملة (مطلق) = (سعر التجزئة - سعر الجملة)
 ٤. تجزئة - جملة (نسبي) = (سعر التجزئة - سعر الجملة) / سعر التجزئة × ١٠٠
 ٥. تجزئة - منتج (مطلق) = (سعر التجزئة - سعر المنتج)
 ٦. تجزئة - منتج (نسبي) = (سعر التجزئة - سعر المنتج) / سعر التجزئة × ١٠٠
- المصدر : جمعت وحسبت من بيانات الجدول (٣).

٣ - الهامش التسويقي بين مرحلتى تاجر التجزئة والمنتج لأسماك البورى :

كما يتضح من بيانات الجدول رقم (٧) أن الهامش التسويقي المطلق بين تاجر التجزئة والمنتج من تسويق أسماك البورى خلال فترة الدراسة ارتفع من حوالي ١,٣٣ جنيهه في عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٦,٥٩ جنيهه في عام ٢٠١٤ بزيادة تقدر بحوالي ٥,٢٦ جنيهه تمثل حوالي ٣٩٥,٥% مقارنة بعام ١٩٩٥ في حين أن الهامش التسويقي النسبي بين تاجر التجزئة والمنتج من تسويق أسماك البورى خلال نفس الفترة تبين أنه ازداد من حوالي ١١,٠٣% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ١٦,١٥% عام ٢٠١٤ بزيادة قدرت بحوالي ٥,١٢% أي حوالي ٤٦,٤% مقارنة بعام ١٩٩٥ حيث بلغ حده الأدنى حوالي ٥,٣٢% في عام ١٩٩٩ وحده الأقصى حوالي ٣٥,٢٨% في عام ٢٠٠٩ وبمتوسط بلغ نحو ١٧,٩٠% خلال فترة الدراسة .

٣- توزيع جنيهه المستهلك لأسماك القرموط :

أ - نصيب المنتج من جنيهه المستهلك لأسماك القرموط :

توضح بيانات الجدول رقم (٥) تطور نصيب المنتج من جنيهه المستهلك من أسماك القرموط خلال

الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) حيث ارتفع من حوالي ٧٣,٩% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٨١,٢% عام ٢٠١٤ بزيادة قدرت بحوالي ٧,٣% أي حوالي ٩,٩% مقارنة بعام ١٩٩٥، كما يتبين أن نصيب المنتج من جنيته المستهلك لأسماك القرموط تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ٦٤% في عام ٢٠٠٢ وحد أقصى بلغ حوالي ٨٨% في عام ٢٠١٢ بمتوسط بلغ حوالي ٧٥,٩٧% خلال الفترة المذكورة

ب - نصيب تاجر الجملة من جنيته المستهلك لأسماك القرموط :

كما يتضح من بيانات الجدول رقم (٥) تطور نصيب تاجر الجملة من جنيته المستهلك من أسماك القرموط خلال الفترة (١٩٩٥ - ٢٠١٤) حيث انخفضت من حوالي ٣,٨٦% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٢,١٧% عام ٢٠١٤ بانخفاض قدر بحوالي ١,٦٩% تمثل حوالي ٤٣,٨% مقارنة بعام ١٩٩٥ كما يتبين أن نصيب تاجر الجملة من جنيته المستهلك لأسماك القرموط تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ١,٠٢% في عام ٢٠١٢ وحد أقصى بلغ حوالي ٨,٤٣% في عام ٢٠١٠ بمتوسط بلغ حوالي ٣,٩٣% خلال الفترة المذكورة

ج - نصيب تاجر التجزئة من جنيته المستهلك لأسماك القرموط :

باستعراض تطور نصيب تاجر التجزئة من جنيته المستهلك من أسماك القرموط خلال الفترة (١٩٩٥ - ٢٠١٤) جدول رقم (٥) تبين أنه انخفض من حوالي ٢٢,٤% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ١٦,٦% عام ٢٠١٤ بانخفاض قدر بحوالي ٥,٨% تمثل حوالي ٢٥,٨% مقارنة بعام ١٩٩٥، كما تبين أن نصيب تاجر التجزئة من جنيته المستهلك لأسماك القرموط تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ١٠,٦% في عام ٢٠١٢ وحد أقصى بلغ حوالي ٣٢,٢% في عام ٢٠٠٢ بمتوسط بلغ حوالي ٢٠,١٣% خلال الفترة المذكورة.

د - نصيب الوسيط من جنيته المستهلك لأسماك القرموط:

يتضح من الجدول رقم (٥) تطور نصيب الوسيط من جنيته المستهلك من أسماك القرموط خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) حيث انخفض من حوالي ٢٦,٢% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ١٨,٨% عام ٢٠١٤ بانخفاض تقدر بحوالي ٧,٤% تمثل حوالي ٢٨,٢% مقارنة بعام ١٩٩٥، كما تبين أن نصيب الوسيط من جنيته المستهلك لأسماك القرموط تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ١١,٦% عام ٢٠١٢ وحد أقصى بلغ حوالي ٣٥,٧% في عام ٢٠٠٢ بمتوسط بلغ حوالي ٢٤,٠٣% خلال الفترة المذكورة.

الهامش التسويقي لأسماك القرموط :

١ - الهامش التسويقي بين مرحلتى تاجر الجملة والمنتج لأسماك القرموط:

يتضح من بيانات الجدول رقم (٨) أن الهامش التسويقي المطلق بين تاجر الجملة والمنتج من تسويق اسماك القرموط خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) ارتفع من حوالي ٠,١٩ جنيته في عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٠,٣٠ جنيته في عام ٢٠١٤ بزيادة تقدر بحوالي ٠,١١ جنيته تمثل حوالي ٥٧,٩% مقارنة بعام ١٩٩٥ حيث بلغ حده الأدنى حوالي ٠,١٢ جنيته في عام ٢٠١٢ وحده الأقصى حوالي ٠,٧٣ جنيته في عام ٢٠١٠، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بين تاجر الجملة والمنتج من تسويق أسماك القرموط خلال نفس الفترة تبين أنه انخفض من حوالي ٤,٩٧% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٢,٦٠% عام ٢٠١٤ بانخفاض قدر بحوالي ٢,١٩% تمثل حوالي ٤٤,١% مقارنة بعام ١٩٩٥ حيث بلغ حده الأدنى حوالي ١,١٤% في عام ٢٠١٢ وحده الأقصى حوالي ٩,٩٦% في عام ٢٠١٠ وبمتوسط بلغ نحو ٣,٦٣% خلال الفترة المذكورة.

٢ - الهامش التسويقي بين مرحلتى تاجر التجزئة وتاجر الجملة لأسماك القرموط :

يتضح من بيانات جدول رقم (٨) أن الهامش التسويقي المطلق بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة من تسويق أسماك القرموط خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) ارتفع من حوالي ٠,٠١ جنيته في عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٢,٣٠ جنيته في عام ٢٠١٤ بزيادة تقدر بحوالي ٢,٢٩ جنيته تمثل حوالي ٢٢٩,٠٠% مقارنة بعام ١٩٩٥، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بين تاجر التجزئة وتاجر الجملة من تسويق أسماك القرموط

اقتصاديات تسويق الأسماك في جمهورية مصر العربية (دراسة حالة بمحافظة دمياط) ١٨٥٦

خلال نفس الفترة تبين أنه انخفض من حوالي ٢٢,٤% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ١٦,٦% عام ٢٠١٤ بانخفاض قدر بحوالي ٥,٨% أي حوالي ٢٥,٩% مقارنة بعام ١٩٩٥ حيث بلغ حده الأدنى حوالي ١٠,٦% في عام ٢٠١٢ وحده الأقصى حوالي ٣٢,٢% في عام ٢٠٠٢ وبمتوسط بلغ نحو ١٩,٥٤% خلال الفترة المذكورة.

٣ - الهامش التسويقي بين مرحلتى تاجر التجزئة والمنتج لأسماك القرموط :

كما يتضح من بيانات الجدول رقم (٨) أن الهامش التسويقي المطلق بين تاجر التجزئة والمنتج من تسويق أسماك القرموط خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) ارتفع من حوالي ٠,٠١ جنييه في عام ١٩٩٥ إلى حوالي ٢,٦٠ جنييه في عام ٢٠١٤ بزيادة تقدر بحوالي ٢,٥٩ جنييه تمثل حوالي ٢٥٩٠٠% مقارنة بعام ١٩٩٥ في حين أن الهامش التسويقي النسبي بين تاجر التجزئة والمنتج من تسويق أسماك القرموط خلال نفس الفترة تبين أنه انخفض من حوالي ٢٦,٢٢% عام ١٩٩٥ إلى حوالي ١٨,٨% عام ٢٠١٤ بانخفاض قدر بحوالي ٧,٤٢% أي حوالي ٢٨,٣% مقارنة بعام ١٩٩٥ حيث بلغ حده الأدنى حوالي ١١,٦٤% في عام ٢٠١٢ وحده الأقصى حوالي ٣٥,٦٨% في عام ٢٠٠٢ وبمتوسط بلغ نحو ٢٣,٦٤% خلال الفترة المذكورة.

جدول (٨) : الهوامش التسويقية لإنتاج أسماك القراميط في ج.م.ع خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤)

السنة	الهوامش التسويقية					
	جملة - منتج		تجزئة - جملة		تجزئة - منتج	
	مطلق (١)	نسبي (٢)	مطلق (١)	نسبي (٢)	مطلق (١)	نسبي (٢)
١٩٩٥	٠,١٩	٤,٩٧	١,١٠	٢٢,٣٦	١,٢٩	٢٦,٢٢
١٩٩٦	٠,٢٧	٥,٨٤	٠,٦٥	١٢,٢٣	٠,٩٢	١٧,٤٦
١٩٩٧	٠,٢٢	٥,٠١	١,٤٠	٢٤,١٨	١,٦٢	٢٧,٩٨
١٩٩٨	٠,٢٢	٤,٩٩	١,٦٧	٢٧,٤٧	١,٨٩	٣١,٠٩
١٩٩٩	٠,٢٣	٥,١٥	١,٥١	٢٥,٢٥	١,٧٤	٢٩,١٠
٢٠٠٠	٠,٢٣	٥,١١	١,٥٩	٢٦,١١	١,٨٢	٢٩,٨٩
٢٠٠١	٠,٢٢	٤,٩٤	٢,٠١	٣١,١١	٢,٢٣	٣٤,٥٢
٢٠٠٢	٠,٢٣	٥,٠٩	٢,١٥	٣٢,٢٣	٢,٣٨	٣٥,٦٨
٢٠٠٣	٠,٢٥	٤,٩٩	١,٦٧	٢٥,٠٠	١,٩٢	٢٨,٧٤
٢٠٠٤	٠,٢٧	٤,٨٩	١,٨٣	٢٤,٩٠	٢,١٠	٢٨,٥٧
٢٠٠٥	٠,٢٤	٥,٠٣	٢,٢١	٣١,٦٦	٢,٤٥	٣٥,١٠
٢٠٠٦	٠,٣١	٥,٠٢	٠,٨٣	١١,٨٦	١,١٤	١٦,٢٩
٢٠٠٧	٠,٣٥	٥,١٥	٠,٩٤	١٢,١٦	١,٢٩	١٦,٦٩
٢٠٠٨	٠,٦١	٨,٥٠	١,٣١	١٥,٤٣	١,٩٢	٢٢,٦١
٢٠٠٩	٠,٣٧	٤,٩٧	١,٣٠	١٤,٨٦	١,٦٧	١٩,٠٩
٢٠١٠	٧٣.	٩,٩٦	١,٣٣	١٥,٣٦	٢,٠٦	٢٣,٧٩
٢٠١١	٠,٢٠	٢,٣١	١,٣٧	١٣,٦٥	١,٥٧	١٥,٦٤
٢٠١٢	٠,١٢	١,١٤	١,٢٥	١٠,٦٢	١,٣٧	١١,٦٤
٢٠١٣	٠,٢٥	٢,٢٩	٢,٢٢	١٦,٨٨	٢,٤٧	١٨,٧٨
٢٠١٤	٠,٣٠	٢,٦٠	٢,٣٠	١٦,٦٤	٢,٦٠	١٨,٨١
المتوسط	٠,٢٣	٣,٦٣	١,٥٤	١٩,٥٤	١,٧٧	٢٢,٤٦

الهوامش التسويقية لإنتاج الأسماك:

١. جملة - منتج (مطلق) = (سعر الجملة - سعر المنتج)
٢. جملة - منتج (نسبي) = (سعر الجملة - سعر المنتج) / سعر الجملة × ١٠٠
٣. تجزئة - جملة (مطلق) - (سعر التجزئة - سعر الجملة)
٤. تجزئة - جملة (نسبي) = (سعر التجزئة - سعر الجملة) / سعر التجزئة × ١٠٠
٥. تجزئة - منتج (مطلق) = (سعر التجزئة - سعر المنتج)
٦. تجزئة - منتج (نسبي) = (سعر التجزئة - سعر المنتج) / سعر التجزئة × ١٠٠

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات الجدول (٣).

يتبين مما سبق أنه بدراسة الاتجاه الزمني العام لأسعار كل من المنتج وتاجر الجملة والتجزئة لأهم الأصناف من أسماك (البطى والبورى والقرموط) بالجمهورية خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) أن الأسعار قد اتخذت اتجاهًا عامًا تصاعدياً خلال الفترة المذكورة لجميع أصناف الأسماك محل الدراسة ، وبدراسة أهم مؤشرات الكفاءة التسويقية للأسماك تبين إنه بالنسبة لتوزيع جنيه المستهلك لأسماك البطى ارتفع نصيب المنتج يليه تاجر التجزئة ثم تاجر الجملة خلال الفترة المذكورة ، كما تبين ارتفاع الهوامش التسويقية بين مرحلتى تاجر التجزئة والمنتج يليها الهوامش التسويقية بين تاجر الجملة والمنتج ، وفيما يتعلق بتوزيع جنيه المستهلك لأسماك البورى اتضح ارتفاع نصيب المنتج من جنيه المستهلك يليه تاجر الجملة ثم تاجر التجزئة خلال فترة الدراسة ، وبالنسبة للهوامش التسويقية لأسماك البورى اتضح ارتفاع الهوامش بين مرحلتى تاجر التجزئة والمنتج يليها بين تاجر الجملة والمنتج وأخيرا بين تاجر الجملة والتجزئة وذلك خلال فترة الدراسة ، اما بالنسبة لتوزيع المستهلك لأسماك القرموط فقد تبين مما سبق ارتفاع نصيب المنتج من جنيه المستهلك يليه تاجر التجزئة يليه تاجر الجملة وفيما يتعلق بالهوامش التسويقية لأسماك القرموط تبين ارتفاعها بين مرحلتى تاجر التجزئة والمنتج يليها تاجر التجزئة والجملة وأخيرا المنتج وتاجر الجملة خلال فترة الدراسة وقد يعزى ارتفاع الهوامش التسويقية لأنواع الأسماك السابق ذكرها والمدروسة على مستوى جمهورية مصر العربية خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) بين مرحلتى تاجر التجزئة والمنتج لسيطرة التجارة والوسطاء على الأسواق هذا بالإضافة السمات الأساسية للنشاط التسويقي السمكي من ارتفاع تكاليف النقل وتلف كميات كبيرة من الأسماك مما يزيد من الأعباء التسويقية فضلا عن وجود اتجاهات إحتكارية لدى تجار الأسماك لعدم وجود البعد التعاونى سواء فى الإنتاج أو التسويق ، ولحد من سيطرة التجار والوسطاء على الأسواق يجب العمل على تشجيع إقامة اتحادات تعاونية تسويقية على مستوى الجمهورية .

ثانيا : تسويق أهم أصناف الأسماك فى محافظة دمياط :

اقتصاديات تسويق أهم أصناف الأسماك بعينة البحث الميدانية فى محافظة دمياط:

تبين من خلال عينة البحث الميدانية أن أهم أصناف أسماك المياه العذبة المنتجة والمسوقة هى أسماك (البطى والبورى)، وأسماك المياه المالحة المنتجة والمسوقة هى أسماك (الدينيس والقاروص) والتي تعتبر بالنسبة للمنتج صاحب المزرعة مصدراً هاماً للدخل النقدي والذي يتحصل عليه من بيعه للكميات المنتجة من الأسماك فى نهاية الدورة الإنتاجية، حيث تبين أنه يتم بيع كميات الأسماك المنتجة لمزارع أسماك المياه العذبة من أسماك البطى والبورى وبنسبة ٦٠% ، ٤٠% من إنتاج مزارع العينة إلى تجار الجملة والتجزئة على الترتيب ، فى حين تبين أن إنتاج المزارع من أسماك المياه المالحة الدينيس والقاروص فيتم بيعه وبنسبة ١٠٠% إلى تجار الجملة من داخل وخارج المحافظة حيث يوجه إلى السوق للإستهلاك المحلى وإلى المطاعم والفنادق كغذاء ذو قيمة غذائية عالية لاحتوائها على نسب عالية من الدهون والبروتينات ، علاوة على أن أسماك المياه المالحة من أسماك الدينيس والقاروص من الأسماك التصديرية .

الأهمية النسبية لبندود التكاليف التسويقية لأهم الأصناف السمكية بعينة البحث الميدانية فى محافظة دمياط

لموسم إنتاج عام ٢٠١٥

توضح بيانات الجدول رقم (٩) الأهمية النسبية لأهم بنود متوسط التكاليف الإنتاجية والتسويقية للأصناف السمكية ومتوسط أسعار كل من المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة بعينة البحث الميدانية بمحافظة دمياط ، ومن الجدول المذكور يتبين أن إجمالى متوسط التكاليف الإنتاجية للطن من من أسماك البطى والبورى والدينيس والقاروص قد بلغت حوالى ٦١٦٣ ، ١٦٥٤٢ ، ٣٧٠٠٨ ، ٣٨٢٧ جنيه على الترتيب .

محافظة دمياط لموسم الإنتاج عام ٢٠١٥ (جنيه/لطن)

القاروص		الدنيس		البوري		البطى		البيان
%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	
٨٩,٢	٣٤١٥٢	٩٠,١	٣٣٣٢٥	٩٤,٤	١٥٥٦٠	٨٩,٦	٥٤١٥	التكاليف المتغيرة
١٠,٨	٤١٢٠	٩,٩	٣٦٧٣	٥,٦	٩٨٢	١٠,٤	٧٤٨	التكاليف الإستثمارية (الإيجار)
١٠٠	٣٨٢٧٢	١٠٠	٣٧٠٠٨	١٠٠	١٦٥٤٢	١٠٠	٦١٦٣	إجمالي التكاليف الإنتاجية
-	٥١٤٦٠	-	٤٩٨٣٥	-	٢٢٥٠٠	-	٩٤٣٦	(سعر بيع المنتج)
٧,٦	٣٦	٧,٩	٣٦	٨,٦	٣٢	٨,١	٢٨	تكلفة العبوات
١٨,٥	٨٨	١٧,٩	٨٢	١٦,٦	٦٢	١٨,٠	٦٢	تكلفة العمالة (تحميل)
-	-	-	-	٥,١	١٩	٥,٥	١٩	رسوم دخول سوق الجملة
٢٠,٣	٩٦	٢٠,٢	٩٢	١٩,٦	٧٣	٢١,٢	٧٣	إيجار محلات الجملة
١١,٠	٥٢	٩,٨	٤٥	٥,٩	٢٢	٤,٩	١٧	عمولة سماسرة
١٧,٩	٨٥	١٨,٦	٨٥	١٥,٥	٥٨	١٦,٨	٥٨	تكاليف عمال التفريغ لسوق الجملة
٢٢,٢	١٠٥	٢٣,٠	١٠٥	٢٦,٣	٩٨	٢٢,٩	٧٩	تكاليف النقل
٢,٥	١٢	٢,٦	١٢	٢,٤	٩	٢,٦	٩	مصاريف إدارية و ضرائب
١٠٠	٤٧٤	١٠٠	٤٥٧	١٠٠	٣٧٣	١٠٠	٣٤٥	إجمالي تكاليف تاجر الجملة
-	٥٣٤٧٥	-	٥١٦٢٠	-	٢٣٣٢٢	-	١٠٠٢٥	(سعر بيع الجملة)
١٤,٢	٨٢	١٤,٦	٨٢	١٦,١	٧٨	١٦,٦	٧٦	تكلفة النقل
٥,٠	٢٩	٥,٢	٢٩	٥,٣	٢٦	٤,٨	٢٢	تكلفة عبوات
١٣,٥	٧٨	١٣,٩	٧٨	١٥,٤	٧٥	١٥,٦	٧٢	تكلفة عمال تحميل
١٣,١	٧٦	١٣,٦	٧٦	١٥,٦	٧٦	١٥,٩	٧٣	التلج
٢٩,٢	١٦٩	٢٨,٩	١٦٢	٢٥,٢	٢٢٢	٢٥,٣	٢١٦	إيجار محلات التجزئة
٣,٦	٢١	٣,٨	٢١	٣,٣	١٦	٣,١	١٤	مصاريف إدارية و ضرائب
٢١,٤	١٢٤	٢٠,٠	١١٢	١٩,١	٩٣	١٨,٧	٨٦	تكلفة عمال للبيع
١٠٠	٥٧٩	١٠٠	٥٦٠	١٠٠	٥٨٦	١٠٠	٥٥٩	إجمالي تكاليف تاجر التجزئة
	٥٨٣٦١		٥٥٦٢٤		٢٧٥٦٢		١٣٨٥٦	(سعر بيع التجزئة)
	١٠٥٣		١٠١٧		٩٥٩		٩٠٤	إجمالي التكاليف التسويقية

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات استمارات الإستبيان لعينة البحث الميدانية.

- التكاليف التسويقية على مستوى تاجر (الجملة والتجزئة) لأسماك البطى بعينة البحث الميدانية:

يتضح من بيانات الجدول المذكور أن متوسط أسعار كل من المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة للعينة الميدانية لأسماك البطى بمحافظة دمياط لعام ٢٠١٥ قد بلغت حوالى ٩٤٣٦، ١٠٠٢٥، ١٣٨٥٦، جنيهها/ لطن على الترتيب، وأن متوسط إجمالي قيمة التكاليف التسويقية على مستوى تاجر الجملة لأسماك البطى بلغ حوالى ٣٤٥ جنيهها/ لطن وقد احتلت تكاليف النقل المرتبة الأولى وفقاً للأهمية النسبية لبنود التكاليف التسويقية لتاجر الجملة تمثل نحو ٢٢,٩% ، تلاها كل من إيجار محلات الجملة و تكلفة العمالة (تحميل) بنحو ٢١,٢% ، ١٨% على الترتيب ، بينما مثلت تكاليف عمال التفريغ لسوق الجملة نحو ١٦,٨% ، تكلفة العبوات نحو ٨,١% ، رسوم دخول سوق الجملة نحو ٥,٥% ، عمولة سماسرة نحو ٤,٩% ، وأخيراً جاءت مصاريف إدارية و ضرائب بنحو ٢,٦% من متوسط إجمالي التكاليف التسويقية لتاجر الجملة لأسماك البطى بالعينة الميدانية .

كما بلغ متوسط إجمالي قيمة التكاليف التسويقية على مستوى تاجر التجزئة لأسماك البطى حوالى ٥٥٩ جنيهها، تمثلت تكاليف إيجار محلات التجزئة لأسماك البطى الترتيب الأول وفقاً للأهمية النسبية لبنود التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة تمثل نحو ٢٥,٣% ، تلاها تكلفة عمال للبيع و تكلفة النقل بنحو ١٨,٧% ، ١٦,٦% على الترتيب ، ثم جاءت تكاليف التلج ، تكلفة عمال تحميل، تكلفة عبوات ، مصاريف إدارية و ضرائب مثلت نحو ١٥,٩% ، ١٥,٦% ، ٤,٨% ، ٣,١% من متوسط إجمالي التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة لأسماك البطى لعينة البحث على الترتيب .

- التكاليف التسويقية على مستوى تاجر (الجملة والتجزئة) لأسماك البورى بعينة البحث الميدانية:

يتضح من بيانات الجدول (٩) أن متوسط أسعار كل من المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة لعينة البحث الميدانية لأسماك البورى بمحافظة دمياط لعام ٢٠١٥ قد بلغ حوالى ٢٢٥٠٠، ٢٣٣٢٢، ٢٧٥٦٢، جنيهاً / للطن على الترتيب ، وأن متوسط إجمالي قيمة التكاليف التسويقية على مستوى تاجر الجملة لأسماك البورى قد بلغ حوالى ٣٧٣ جنيهاً/ للطن ، وقد احتلت تكاليف النقل المرتبة الأولى وفقاً للأهمية النسبية لبنود التكاليف التسويقية لتاجر الجملة تمثل نحو ٢٦,٣% ، تلاها كل من إيجار محلات الجملة وتكلفة العمالة (تحميل) بنحو ١٩,٦% ، ١٦,٦% على الترتيب ، بينما مثلت تكاليف عمال التفريغ لسوق الجملة نحو ١٥,٥% ، تكلفة العبوات نحو ٨,٦% ، عمولة سماسرة نحو ٥,٩% ، رسوم دخول سوق الجملة نحو ٥,١% ، وأخيراً جاءت مصاريف إدارية وضرائب بنحو ٢,٤% من متوسط إجمالي التكاليف التسويقية لتاجر الجملة لأسماك البلطى للعينة الميدانية.

كما بلغ متوسط إجمالي قيمة التكاليف التسويقية على مستوى تاجر التجزئة لأسماك البلطى حوالى ٥٨٦ جنيهاً ، مثلت تكاليف إيجار محلات التجزئة لأسماك البلطى الترتيب الأول وفقاً للأهمية النسبية لبنود التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة تمثل نحو ٢٥,٢% ، تلاها تكلفة عمال للبيع وتكلفة النقل بنحو ١٩,١% ، ١٦,١% على الترتيب، ثم جاءت تكاليف الثلج ، تكلفة عمال تحميل، تكلفة عبوات، مصاريف إدارية وضرائب بنحو ١٥,٦% ، ١٥,٤% ، ٥,٣% ، ٣,٣% من متوسط إجمالي التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة لأسماك البورى لعينة البحث على الترتيب.

- التكاليف التسويقية على مستوى تاجر (الجملة والتجزئة) لأسماك الدنيس بعينة البحث الميدانية:

يتضح من بيانات الجدول رقم (٩) متوسط أسعار كل من المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة لعينة البحث الميدانية لأسماك الدنيس بمحافظة دمياط لعام ٢٠١٥ وقد بلغ حوالى ٤٩٨٣٥ ، ٥١٦٢٠ ، ٥٥٦٢٤، جنيهاً / للطن على الترتيب ، وأن متوسط إجمالي قيمة التكاليف التسويقية على مستوى تاجر الجملة لأسماك الدنيس قد بلغ حوالى ٤٥٧ جنيهاً/ للطن ، وقد احتلت تكاليف النقل المرتبة الأولى وفقاً للأهمية النسبية لبنود التكاليف التسويقية لتاجر الجملة تمثل نحو ٢٣% ، تلاها كل من إيجار محلات الجملة و تكاليف عمال التفريغ لسوق الجملة بنحو ٢٠,٢% ، ١٨,٦% على الترتيب ، بينما مثلت تكلفة العمالة (تحميل) ١٧,٩% ، عمولة سماسرة ٩,٨% ، تكلفة العبوات ٧,٩% ، وأخيراً جاءت مصاريف إدارية وضرائب بنحو ٢,٦% من متوسط إجمالي التكاليف التسويقية لتاجر الجملة لأسماك الدنيس للعينة الميدانية.

كما بلغ متوسط إجمالي قيمة التكاليف التسويقية على مستوى تاجر التجزئة لأسماك الدنيس حوالى ٥٦٠ جنيهاً ، تمثلت تكاليف إيجار محلات التجزئة لأسماك الدنيس الترتيب الأول وفقاً للأهمية النسبية لبنود التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة تمثل نحو ٢٨,٩% ، تلاها تكلفة عمال للبيع وتكلفة النقل بنحو ٢٠,٠% ، ١٤,٦% على الترتيب، ثم جاءت تكلفة عمال تحميل ، الثلج ، تكلفة عبوات، مصاريف إدارية وضرائب بنحو ١٣,٩% ، ١٣,٦% ، ٥,٢% ، ٣,٨% من متوسط إجمالي التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة لأسماك الدنيس لعينة البحث على الترتيب .

- التكاليف التسويقية على مستوى تاجر (الجملة والتجزئة) لأسماك القاروص بعينة البحث الميدانية:

توضح بيانات الجدول (٩) متوسط أسعار كل من المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة لعينة الدراسة الميدانية لأسماك القاروص بمحافظة دمياط لعام ٢٠١٥ وقد بلغت حوالى ٥١٤٦٠ ، ٥٣٤٧٥ ، ٥٨٣٦١، جنيهاً / للطن على الترتيب ، وأن متوسط إجمالي قيمة التكاليف التسويقية على مستوى تاجر الجملة لأسماك القاروص قد بلغت حوالى ٤٧٤ جنيهاً/ للطن ، وقد احتلت تكاليف النقل المرتبة الأولى وفقاً للأهمية النسبية لبنود التكاليف التسويقية لتاجر الجملة تمثل نحو ٢٢,٢% ، تلاها كل من إيجار محلات الجملة و تكلفة العمالة (تحميل) بنحو ٢٠,٣% ، ١٨,٥% على الترتيب ، بينما مثلت تكاليف عمال التفريغ

اقتصاديات تسويق الأسماك في جمهورية مصر العربية (دراسة حالة بمحافظة دمياط) ١٨٦٠

لسوق الجملة ١٧,٩% ، عمولة سماسرة ١١% ، تكلفة العبوات ٧,٦% ، وأخيرا جاءت مصاريف إدارية وضرائب بنحو ٢,٥% من إجمالي متوسط التكاليف التسويقية لتاجر الجملة لأسماك القاروص للعيونة الميدانية. كما بلغ متوسط إجمالي قيمة التكاليف التسويقية على مستوى تاجر التجزئة لأسماك القاروص حوالي ٥٧٩ جنيها" ، تمثل تكاليف إيجار محلات التجزئة لأسماك البلطي الترتيب الأول وفقا" للأهمية النسبية لبند التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة تمثل نحو ٢٩,٢% ، تلاها تكلفة عمال للبيع وتكلفة النقل بنحو ٢١,٤% ، ١٤,٢% على الترتيب ، ثم جاءت تكلفة عمال تحميل ، الثلج ، تكلفة عبوات ، مصاريف إدارية وضرائب بنحو ١٣,٥% ، ١٣,١% ، ٥% ، ٣,٦% من متوسط إجمالي التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة لأسماك القاروص لعيونة البحث على الترتيب.

أهم مؤشرات الكفاءة التسويقية لأهم أصناف الأسماك في محافظة دمياط:

١ - توزيع جنيه المستهلك لأسماك (البلطي، البورى ، الدنيس، القاروص) في محافظة دمياط :

- نصيب المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة والوسطاء من جنيه المستهلك لأسماك البلطي:

توضح بيانات الجدول رقم (١٠) أن متوسط نصيب المنتج من جنيه المستهلك من أسماك البلطي بعيونة البحث الميدانية في محافظة دمياط خلال عام ٢٠١٥ بلغ حوالي ٦٨,١٠% بينما بلغ متوسط نصيب كل من تاجر الجملة وتاجر التجزئة نحو ٤,٢٥% ، ٢٧,٦٥% من جنيه المستهلك لأسماك البلطي على الترتيب، في حين بلغ متوسط نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك لأسماك البلطي حوالي ٣١,٩٠%.

- نصيب المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة والوسطاء من جنيه المستهلك لأسماك البورى :

توضح بيانات الجدول (١٠) أن متوسط نصيب المنتج من جنيه المستهلك من أسماك البورى بعيونة البحث الميدانية في محافظة دمياط خلال عام ٢٠١٥ بلغ حوالي ٨١,٦٣% بينما بلغ متوسط نصيب كل من تاجر الجملة وتاجر التجزئة نحو ٢,٩٨% ، ١٥,٣٨% من جنيه المستهلك لأسماك البورى على الترتيب، في حين بلغ متوسط نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك لأسماك البورى حوالي ١٨,٣٦%.

جدول (١٠) توزيع نصيب جنيه المستهلك لأهم أصناف الأسماك لعيونة البحث الميدانية في محافظة دمياط

خلال عام ٢٠١٥

الأصناف	توزيع جنيه المستهلك			الأسعار فرش/كجم		
	نصيب الوسطاء (٧) %	نصيب تاجر التجزئة (٦) %	نصيب المنتج (٤) %	التجزئة (٣)	الجملة (٢)	المنتج (١)
البلطي	٣١,٩٠	٢٧,٦٥	٦٨,١٠	١٣٨٥٦	١٠٠٢٥	٩٤٣٦
البورى	١٨,٣٦	١٥,٣٨	٨١,٦٣	٢٧٥٦٢	٢٣٣٢٢	٢٢٥٠٠
القاروص	١٠,٤١	٧,٢٠	٨٩,٥٩	٥٥٦٢٤	٥١٦٢٠	٤٩٨٣٥
الدنيس	١١,٨٢	٨,٣٧	٨٨,١٨	٥٨٣٦١	٥٣٤٧٥	٥١٤٦٠

$$\text{نصيب المنتج (٤)} = \frac{١٠٠ \times (٣)}{(١)}$$

$$\text{نصيب تاجر الجملة (٥)} = \frac{١٠٠ \times (٣)}{(١) - (٢)}$$

$$\text{نصيب تاجر التجزئة (٦)} = \frac{١٠٠ \times (٣)}{(٢) - (٣)}$$

$$\text{نصيب الوسطاء (٧)} = (٦) + (٥)$$

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات الجدول رقم (٩).

- نصيب المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة والوسطاء من جنيه المستهلك لأسماك الدنيس :

توضح بيانات الجدول (١٠) أن متوسط نصيب المنتج من جنيه المستهلك من أسماك الدنيس بعيونة البحث الميدانية في محافظة دمياط خلال عام ٢٠١٥ بلغ حوالي ٨٨,١٨% ، بينما بلغ متوسط نصيب كل من تاجر الجملة وتاجر التجزئة نحو ٣,٤٥% ، ٨,٣٧% من جنيه المستهلك لأسماك الدنيس على الترتيب ، في حين بلغ متوسط نصيب الوسطاء من جنيه المستهلك لأسماك الدنيس حوالي ١١,٨٢%.

- نصيب المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة والوسطاء من جنيته المستهلك لأسماء القاروص :

توضح بيانات الجدول (١٠) أن متوسط نصيب المنتج من جنيته المستهلك من أسماك القاروص بعينة البحث الميدانية في محافظة دمياط خلال عام ٢٠١٥ بلغ حوالي ٨٩,٥٩% ، بينما بلغ متوسط نصيب كل من تاجر الجملة وتاجر التجزئة نحو ٣,٢١% ، ٧,٢٠% من جنيته المستهلك لأسماء القاروص على الترتيب ، في حين بلغ متوسط نصيب الوسطاء من جنيته المستهلك لأسماء القاروص حوالي ١٠,٤١% .

الهوامش التسويقية لأهم أصناف الأسماك بعينة البحث الميدانية في محافظة دمياط خلال عام ٢٠١٥ :

- الهوامش التسويقية لأسماء البلطي في محافظة دمياط :

الهوامش التسويقي بين مرحلتي (تاجر الجملة والمنتج) ، (تاجر التجزئة وتاجر الجملة) ، (تاجر التجزئة والمنتج) لأسماء البلطي :

يتضح من بيانات الجدول رقم (١١) أن الهامش التسويقي المطلق بين تاجر الجملة والمنتج من تسويق أسماك البلطي في عينة البحث الميدانية في محافظة دمياط خلال عام ٢٠١٥ بلغ حوالي ٥٨٩ جنيهاً / لطن ، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالي ٥,٨٨% ، كما يتبين من الجدول نفسه أن الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة وتاجر الجملة لأسماء البلطي بعينة البحث بلغ حوالي ٣٨٣١ جنيهاً / لطن ، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالي ٢٧,٦٥% ، كما يتبين من الجدول نفس أن الهامش التسويقي بين مرحلتي تاجر التجزئة والمنتج لأسماء البلطي بلغ حوالي ٤٤٢٠ جنيهاً / لطن ، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالي ٣١,٩٠% .

جدول (١١): الهوامش التسويقية لأهم أصناف الأسماك لعينة الدراسة الميدانية في محافظة دمياط

خلال الموسم / ٢٠١٥

المنتج	الهوامش التسويقية					
	تجزئة - منتج		تجزئة - جملة		جملة - منتج	
	مطلق (١)	نسبي (٢)	مطلق (١)	نسبي (٢)	مطلق (١)	نسبي (٢)
البلطي	٥٨٩	٥,٨٨	٣٨٣١	٢٧,٦٥	٤٤٢٠	٣١,٩٠
البورى	٨٢٢	٣,٥٢	٤٢٤٠	١٥,٣٨	٥٠٦٢	١٨,٣٧
القاروص	١٧٨٥	٣,٤٦	٤٠٠٤	٧,٢٠	٥٧٨٩	١٠,٤١
الدنيس	٢٠١٥	٣,٧٧	٤٨٨٦	٨,٣٧	٦٩٠١	١١,٨٣

الهوامش التسويقية لإنتاج الأسماك:

$$٧- \text{جملة} - \text{منتج (مطلق)} = (\text{سعر الجملة} - \text{سعر المنتج})$$

$$٨- \text{جملة} - \text{منتج (نسبي)} = (\text{سعر الجملة} - \text{سعر المنتج}) / \text{سعر الجملة} \times ١٠٠$$

$$٩- \text{تجزئة} - \text{جملة (مطلق)} = (\text{سعر التجزئة} - \text{سعر الجملة})$$

$$١٠- \text{تجزئة} - \text{جملة (نسبي)} = (\text{سعر التجزئة} - \text{سعر الجملة}) / \text{سعر التجزئة} \times ١٠٠$$

$$١١- \text{تجزئة} - \text{منتج (مطلق)} = (\text{سعر التجزئة} - \text{سعر المنتج})$$

$$١٢- \text{تجزئة} - \text{منتج (نسبي)} = (\text{سعر التجزئة} - \text{سعر المنتج}) / \text{سعر التجزئة} \times ١٠٠$$

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات الجدول (٩).

- الهامش التسويقي لأسماء البورى في محافظة دمياط :

الهوامش التسويقي بين مرحلتي (تاجر الجملة والمنتج) ، (تاجر التجزئة وتاجر الجملة) ، (تاجر التجزئة والمنتج) لأسماء البورى :

توضح مؤشرات الجدول رقم (١١) أن الهامش التسويقي المطلق بين تاجر الجملة والمنتج من تسويق أسماك البورى بعينة البحث الميدانية في محافظة دمياط خلال عام ٢٠١٥ بلغ حوالي ٨٢٢ جنيهاً / لطن ، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالي ٣,٥٢% ، كما يتبين من الجدول السابق أن الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة وتاجر الجملة لأسماء البورى بعينة البحث بلغ حوالي

اقتصاديات تسويق الأسماك في جمهورية مصر العربية (دراسة حالة بمحافظة دمياط) ١٨٦٢

٤٢٤٠ جنيها" / للطن ، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالى ١٥,٣٨% ، كما يتبين من الجدول (١١) أن الهامش التسويقي بين مرحلتي تاجر التجزئة والمنتج لأسماك البورى بلغ حوالى ٥٠,٦٢ جنيها" / للطن ، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالى ١٨,٣٧% .

- الهوامش التسويقية لأسماك القاروص فى محافظة دمياط :

الهامش التسويقي بين مرحلتي (تاجر الجملة والمنتج) ، (تاجر التجزئة وتاجر الجملة) ، (تاجر التجزئة والمنتج) :
والمنتج (لأسماك القاروص :

يتتضح من بيانات الجدول رقم (١١) أن الهامش التسويقي المطلق بين تاجر الجملة والمنتج من تسويق اسماك القاروص بعينة البحث الميدانية فى محافظة دمياط خلال عام ٢٠١٥ بلغ حوالى ١٧٨٥ جنيها" / للطن ، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالى ٥,٨٨% ، كما يتبين من الجدول السابق أن الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة وتاجر الجملة لأسماك البلطي بعينة البحث بلغ حوالى ٤٠٠٤ جنيها" / للطن ، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالى ٧,٢٠% ، كما يتبين من الجدول نفس أن الهامش التسويقي بين مرحلتي تاجر التجزئة والمنتج لأسماك البلطي بلغ حوالى ٥٧٨٩ جنيها" / للطن ، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالى ١٠,٤١% .

- الهامش التسويقي لأسماك الدنيس فى محافظة دمياط :

الهامش التسويقي بين مرحلتي (تاجر الجملة والمنتج)،(تاجر التجزئة وتاجر الجملة)،(تاجر التجزئة والمنتج) :
لأسماك الدنيس :

يتتضح من بيانات الجدول رقم (١١) أن الهامش التسويقي المطلق بين تاجر الجملة والمنتج من تسويق اسماك الدنيس بعينة البحث الميدانية فى محافظة دمياط خلال عام ٢٠١٥ بلغ حوالى ٢٠١٥ جنيها" / للطن ، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالى ٣,٧٧% ، كما يتبين من الجدول السابق أن الهامش التسويقي المطلق بين مرحلتي تاجر التجزئة وتاجر الجملة لأسماك الدنيس بعينة البحث بلغ حوالى ٤٨٨٦ جنيها" / للطن ، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالى ٨,٣٧% ، كما يتبين من الجدول نفس أن الهامش التسويقي بين مرحلتي تاجر التجزئة والمنتج لأسماك الدنيس بلغ حوالى ٦٩٠١ جنيها" / للطن ، في حين أن الهامش التسويقي النسبي بينهم قد بلغ حوالى ١١,٨٣% .

الكفاءة التسويقية لأهم أصناف الأسماك لعينة البحث الميدانية فى محافظة دمياط خلال عام ٢٠١٥ :

تشير الكفاءة التسويقية الى تعظيم النسبة بين المدخلات والمخرجات خلال النظام التسويقي أى أن الكفاءة التسويقية المثلى تعبر عن معظمة النسبة بين ناتج النشاط التسويقي ممثلا فى إشباع رغبات المستهلكين وإجمالى عناصر الإنتاج المستخدمة فى العملية التسويقية ممثلة فى الأرض والعمل ورأس المال والإدارة بالإضافة إلى مستوى أداء الخدمة التسويقية وتكاليف الأداء ونقسم لنوعان ،الأول الكفاءة التسويقية التكنولوجية ويقصد بها طرق تقليل حجم العمل اللازم للنقل أو التخزين وتحسين طرق التعبئة وتقليل نسبة التالف أثناء النقل ،والنوع الثانى هو الكفاءة التسويقية السعرية وهى تهتم بتحسين عمليات الشراء والبيع والنواحي السعرية خلال العملية التسويقية ويتم قياس الكفاءة التسويقية للأسماك كالتالى :

CP

$$ME = 100 - \frac{CP}{CP + MM} \times 100$$

حيث :

ME = الكفاءة التسويقية Marketing Efficiency

MM = الهوامش التسويقية للطن (سعر التجزئة - سعر المنتج) Marketing Margins

CP = تكلفة الطن Cost of Production

تبين من دراسة مؤشرات الجدول رقم (١٢) الكفاءة التسويقية لأهم الأصناف الأسماك من خلال الدراسة الميدانية لمحافظة دمياط خلال عام ٢٠١٥ ، حيث أوضحت مؤشرات أن أرباح تاجر الجملة بالنسبة لأنواع الأسماك المدروسة بلغت نحو ٢٤٤ ، ٤٤٩ ، ١٣٢٨ ، ١٥٤١ جنيهاً/طن ، لكل من أسماك البلطي ، البورى ، الدنيس ، القاروص على الترتيب ، فى حين بلغت أرباح تاجر التجزئة للأسماك سالفة الذكر نحو ٣٢٧٢ ، ٤١٠٣ ، ٤٧٧٢ ، ٥٨٤٨ جنيهاً/طن على الترتيب مما يعنى حصول تاجر التجزئة على قدر كبير من أرباح الوسطاء يمثل نحو ٩٣ % ، ٨٩ % ، ٧٢ ، ٢ % ، ٧٣ ، ٦ % ، لكل من أسماك البلطي والبورى والدنيس والقاروص على الترتيب ويعزى ذلك عن ضعف دور الأجهزة الرقابية على الأسعار علاوة على غياب المؤسسات التعاونية متمثلة فى التسويق التعاونى.

جدول (١٢): مؤشرات الكفاءة التسويقية لأهم أصناف الأسماك بعينة البحث الميدانية فى محافظة دمياط خلال عام ٢٠١٥ (جنيه/طن)

البيان	البلطي	البورى	القاروص	الدنيس
التكاليف الإنتاجية	٦١٦٣	١٦٥٤٢	٣٧٠٠٨	٣٨٢٧٢
التكاليف التسويقية	٩٠٤	٩٥٩	١٠١٧	١٠٥٣
أرباح تاجر الجملة	٢٤٤	٤٤٩	١٣٢٨	١٥٤١
أرباح تاجر التجزئة	٣٢٧٢	٣٦٥٤	٣٤٤٤	٤٣٠٧
أرباح الوسطاء	٣٥١٦	٤١٠٣	٤٧٧٢	٥٨٤٨
الهوامش التسويقية	٤٤٢٠	٥٠٦٢	٥٧٨٩	٦٩٠١
الكفاءة التسويقية *	٥٨ ، ٢٣	٧٦ ، ٥٧	٨٦ ، ٤٧	٨٤ ، ٧٢

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات الجدول (٩) بالبحث.

وفيما يتعلق بالكفاءة التسويقية لأسماك البلطي قد بلغت نحو ٥٨ ، ٢٣ % مما يعنى انخفاضها ويعزى ذلك إلى انخفاض السعر الذى يحصل عليه المنتج علاوة على ارتفاع السعر الذى يدفعه المستهلك ، فى حين قدرت الكفاءة التسويقية لأسماك البورى بنحو ٧٦ ، ٥٧ % ويرجع ذلك إلى ارتفاع السعر الذى يحصل عليه المنتج مع انخفاض سعر التجزئة ، كما أوضحت بيانات الجدول المذكور أن الكفاءة التسويقية لأسماك الدنيس والقاروص بلغت نحو ٨٦ ، ٤٧ % ، ٨٤ ، ٧٢ % مما يشير أنها مرتفعة ويعزى ذلك إلى ارتفاع سعر المنتج وانخفاض سعر التجزئة الأمر الذى يشجع المنتجين على زيادة الإنتاج لمقابلة الزيادة المتوقعة على الطلب على الأسماك نتيجة لارتفاع أسعار السلع البديلة لها وخاصة الدواجن واللحوم الحمراء .

مما سبق وبدراسة مؤشرات الكفاءة التسويقية لأهم أنواع الأسماك بجمهورية مصر العربية خلال فترة الدراسة ومن خلال عينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط تبين من نتائج البحث أنه بالنسبة لتوزيع جنيته المستهلك لأسماك البلطي خلال مسلكه التسويقي ارتفاع نصيب المنتج يليه تاجر التجزئة يليه تاجر الجملة سواء على مستوى الجمهورية أو على مستوى عينة محافظة دمياط ، أما بالنسبة للهوامش التسويقية فقد بلغت أعلاها بين مرحلتى تاجر التجزئة والمنتج يليها بين بين مرحلتى تاجر التجزئة وتاجر الجملة وأدناها بين تاجر الجملة والمنتج سواء على مستوى الجمهورية أو على مستوى عينة محافظة دمياط ، وفيما يتعلق بتوزيع جنيته المستهلك خلال المسلك التسويقي لأسماك البورى تبين ارتفاع نصيب المنتج يليه نصيب تاجر الجملة يليه تاجر التجزئة على مستوى الجمهورية ، أما بالنسبة لتوزيع جنيته المستهلك لأسماك البورى بعينة البحث الميدانية بمحافظة دمياط فقد تبين ارتفاع نصيب المنتج يليه تاجر التجزئة ثم تاجر الجملة ، وبالنسبة للهوامش التسويقية لأسماك البورى فقد بلغت أعلاها بين مرحلتى تاجر التجزئة والمنتج يليها بين مرحلتى تاجر التجزئة وتاجر الجملة ثم بين المنتج وتاجر الجملة سواء على مستوى الجمهورية أو على مستوى عينة البحث بمحافظة دمياط ، كما أوضحت نتائج دراسة مؤشرات الكفاءة التسويقية لأهم أنواع الأسماك بعينة الدراسة الميدانية بمحافظة دمياط أنها كانت مرتفعة لأسماك البورى والدنيس والقاروص ويرجع ذلك إلى ارتفاع سعر المنتج وانخفاض سعر المستهلك علاوة على انخفاض التكاليف التسويقية، بينما كانت منخفضة لأسماك البلطي ذلك لارتفاع سعر المستهلك وانخفاض سعر المنتج علاوة على ارتفاع التكاليف التسويقية للطن من أسماك البلطي .

مشاكل تسويق الأسماك في محافظة دمياط :

يواجه تسويق الأسماك بمحافظة دمياط مجموعة من المعوقات التي تقف حجر عثرة في تحقيق التسويق الكفء لتلك السلعة التي تتسم بارتفاع قابليتها للتلف الأمر الذي يتطلب سرعة أداء الوظائف التسويقية لها.

- أهم المعوقات والمشاكل التي تواجه المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة لأسماك في منطقة البحث في محافظة دمياط ومقترحاتهم للتغلب عليها :

يتبين من الجدول رقم (١٣) وجود مجموعة من المعوقات والمشاكل التسويقية التي يمكن تصنيفها الى معوقات تسويقية من وجهة نظر المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة من كما تم ترتيبها تبعا للاهمية النسبية كما يلي .

أهم المشاكل التسويقية من وجهة نظر المنتج :-

يتضح من الجدول (١٣) أن بعض المنتجين للأسماك بالعينة البحثية بالمحافظة يعانون العديد من المشاكل التسويقية والتي تحد من زيادة الإنتاج السمكي بتلك المزارع علاوة إلى انخفاض صافي العائد، ويمكن استعراض بعض تلك المعوقات والمشاكل وأهميتها والتكرار النسبي حول آراء المبحوثين بالعينة ، فقد جاءت مشكلة عدم وجود تسويق تعاوني في مجال الأسماك في الترتيب الأول بنحو ٢٧,٤% من حيث الأهمية النسبية لآراء المنتجين للمشاكل التسويقية التي تواجههم ، تلاها مشكلة إستغلال التجار وإحتكارهم في تسويق الأسماك بنحو ٢٤,٢% ، بينما جاءت مشكلة منافسة الأسماك المستوردة للمنتج المحلي من الأسماك في الترتيب الثالث بنحو ١٩,٤%، ثم جاء بعد ذلك مشاكل زيادة المعروض من الأسماك وارتفاع نسبة الفاقد أثناء التسويق لبعض الأصناف مثل الدنيس يخفض الأسعار خاصة في مواسم الإنتاج ، عدم استقرار المبيعات نظرا لعدم وجود أسواق كافية، انخفاض وقلة الإنتاج في بعض الأصناف نتيجة لإنتشار الأمراض ونفوق الأسماك بنسب بلغت نحو ١٢,٨% ، ٩,٧% ، ٦,٥% لكل منهم على الترتيب .

أهم المشاكل التسويقية من وجهة نظر تاجر الجملة:

يتبين من الجدول (١٣) وجود بعض المشاكل التسويقية من وجهة نظر تاجر الجملة بالعينة البحثية بالمحافظة ، فقد جاءت مشكلة موسمية الإنتاج تؤدي لقلّة الطلب على الأسماك نتيجة لارتفاع أسعارها وخاصة في فترات الإنتاج المنخفضة في الترتيب الأول بنحو ٤١,٤% من حيث الأهمية النسبية لآراء تاجر الجملة للمشاكل التسويقية التي تواجههم ، تلاها منافسة كبار التجار في شراء الأسماك لما لديهم من إمكانيات مادية علاوة على ارتفاع أسعار النقل والعمالة بدمياط بنحو ٣١% ، بينما جاءت مشكلة زيادة المعروض من الأسماك نتيجة لدخول كميات وافرة من المحافظات المجاورة لدمياط وخاصة محافظة بورسعيد وكفر الشيخ والتي تؤدي لإنخفاض العائد من الأسماك لتاجر الجملة في الترتيب الثالث بنحو ٢٠,٧%، وأخيرا" جاءت مشكلة زيادة العبئ المالي على تاجر الجملة نتيجة زيادة الضرائب والتأمينات وغيرها بنسب بلغت نحو ٩,٦%.

أهم المشاكل التسويقية من وجهة نظر تاجر التجزئة :

يتبين من الجدول (١٣) وجود بعض المشاكل التسويقية من وجهة نظر تاجر التجزئة بالعينة البحثية بالمحافظة ، فقد جاءت مشكلة تحكم كبار تجار الجملة في الأسعار بالنسبة لتاجر التجزئة في الترتيب الأول بنحو ٢٦,٩% من حيث الأهمية النسبية لآراء تاجر التجزئة للمشاكل التسويقية التي تواجهه ، تلاها مشكلة إغراق الأسواق وخاصة التجزئة بالأسماك المستوردة منخفضة السعر مما يؤدي إلى قلة الطلب على الأسماك المحلية ومن ثم انخفاض أسعارها بنحو ٢٣,٩% ، بينما جاءت مشكلة تعدد البائعين في أسواق التجزئة يؤدي لإنخفاض أسعار الأسماك في الترتيب الثالث بنحو ١٩,٣% ، ثم جاء بعد ذلك مشاكل ارتفاع الفاقد من الأسماك وخاصة أشهر الصيف ، ضعف القدرات المالية ونقص السيولة لدى معظم تجار التجزئة ، عدم خضوع معظم تجار التجزئة لمظلة التأمين الصحي والمعاشات بنسب بلغت نحو ١٣,٤% ، ١٠,٥% ، ٦% لكل منهم على الترتيب .

جدول رقم (١٣) الأهمية النسبية والتكرار لأراء المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة حول المشكلات التسويقية التي تواجههم بمنطقة البحث في محافظة دمياط لعام ٢٠١٥

التكرار	%	المعوقات والمشاكل
٣٤	٢٧,٤	أولاً/ من وجهة نظر المنتج
٣٠	٢٤,٢	- عدم وجود تسويق تعاوني في مجال الأسماك
٢٤	١٩,٤	- إستغلال التجار وإحتكارهم في تسويق الأسماك
١٦	١٢,٨	- منافسة الأسماك المستوردة للمنتج المحلي من الأسماك
١٢	٩,٧	- زيادة المعروض من الأسماك وارتفاع نسبة الفاقد أثناء التسويق لبعض الأصناف مثل الدنيس يخفض الأسعار خاصة في مواسم الإنتاج
٨	٦,٥	- عدم استقرار المبيعات نظراً لعدم وجود أسواق كافية
١٢٤	١٠٠	- إنخفاض وقلة الإنتاج في بعض الأصناف نتيجة لإنتشار الأمراض ونفوق الأسماك
		الإجمالي
١٢	٤١,٤	ثانياً / من وجهة نظر تاجر الجملة
٩	٣١,٠	- موسمية الإنتاج تؤدي لقلّة الطلب على الأسماك نتيجة لإرتفاع أسعارها وخاصة في فترات الإنتاج المنخفضة
٦	٢٠,٧	- منافسة كبار التجار في شراء الأسماك لما لديهم من إمكانيات مادية علاوة على ارتفاع أسعار النقل والعمالة بدمياط
٢	٦,٩	- زيادة المعروض من الأسماك نتيجة لدخول كميات وافرة من المحافظات المجاورة لدمياط وخاصة محافظة بورسعيد وكفر الشيخ تؤدي لإنخفاض العائد من الأسماك لتاجر الجملة
٢٩	١٠٠	- زيادة العبئ المالي على تاجر الجملة نتيجة زيادة الضرائب والتأمينات وغيرها
		الإجمالي
١٨	٢٦,٩	ثالثاً / من وجهة نظر تاجر التجزئة
١٦	٢٣,٩	- تحكم كبار تجار الجملة في الأسعار بالنسبة لتاجر التجزئة
١٣	١٩,٣	- إغراق الأسواق وخاصة التجزئة بالأسماك المستوردة منخفضة السعر مما يؤدي إلى قلة الطلب على الأسماك المحلية ومن ثم إنخفاض أسعارها
٩	١٣,٤	- تعدد البائعين في أسواق التجزئة يؤدي لإنخفاض أسعار الأسماك
٧	١٠,٥	- ارتفاع الفاقد من الأسماك وخاصة أشهر الصيف .
٤	٦,٠	- ضعف القدرات المالية ونقص السيولة لدى معظم تجار التجزئة
٦٧	١٠٠	- عدم خضوع معظم تجار التجزئة لمظلة التأمين الصحي والمعاشات
		الإجمالي

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات استمارة الإستبيان الخاصة بالبحث لموسم الإنتاج ٢٠١٥ .

التكرار النسبي لأراء كل من المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة حول الحلول المقترحة لعلاج المشاكل والمعوقات التسويقية بمنطقة الدراسة:

يتبين من خلال إستقراء أراء كل من المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة بعينة البحث بالمحافظة التوصل إلى بعض الحلول والمقترحات كما يوضحه الجدول رقم (١٤) كالتالي :

ومن أهم تلك الحلول المقترحة على مستوى المنتج فقد جاء مقترح ضرورة إنشاء جهاز تسويق تعاوني في مجال الأسماك للحد من إستغلال التجار وإحتكارهم في تسويق الأسماك علاوة على إنشاء مراكز لتجميع الأسماك بمناطق الإنتاج بالمحافظة وقد مثل هذا المقترح الترتيب الأول للأهمية النسبية للحلول والمقترحات لعينة البحث بنحو ٤١,٦% من أعداد المبحوثين بعينة الدراسة ،بينما جاء مقترح ضرورة توفير وسائل النقل المجهزة وتمهيد ورسف الطرق خاصة للمزارع داخل العمق ببحيرة المنزلة بمنطقة الدراسة للتغلب على صعوبات النقل والتسويق للأسماك وتقليل نسبة الفاقد أثناء التسويق وبخاصة لبعض الأصناف مثل الدنيس في الترتيب الثاني بنحو ٣٣,٨% ، تلى ذلك مقترح العمل على فتح أسواق جديدة قريبة من مناطق الإنتاج وذلك لإحداث توازن للكميات المعروض من الأسماك واستقرار المبيعات وبخاصة للمنتجين بنحو ٢٤,٦% .

وعن الحلول المقترحة على مستوى تاجر الجملة فقد جاء مقترح العمل على ضبط ورقابة نفاذ كميات الأسماك وانسيابها وبخاصة من المحافظات المجاورة في أوقات المواسم الإنتاجية والتي تعمل على تخفيض الأسعار للأسماك بأسواق المحافظة في الترتيب الأول بنحو ٥٢,٢% من أراء تاجر الجملة حول الحلول المقترحة لحل مشاكل التسويق للأسماك بعينة البحث ، تلى ذلك مقترح ضرورة خضوع تجار الأسماك بالمحافظة لمظلة التأمين الصحي والمعاشات لإستقرار أحوالهم الإجتماعية بنحو ٣٠,٤% ، وأخيراً جاء مقترح العمل على حل جميع المشاكل الإدارية والقانونية وتوفير التمويل المالي عن طريق القروض الميسرة وخاصة لصغار تجار الجملة للأسماك بالمحافظة بنحو ١٧,٤%

اقتصاديات تسويق الأسماك في جمهورية مصر العربية (دراسة حالة بمحافظة دمياط) ١٨٦٦

وبالنسبة للحلول المقترحة على مستوى تاجر التجزئة فقد جاء مقترح العمل على الحد من الإستيراد للأصناف السمكية والتي تنافس المنتج المحلي من الأسماك وتخفيض أسعارها وبخاصة في مواسم الإنتاج في الترتيب الأول بنحو ٥٨,١% من آراء تاجر التجزئة حول الحلول المقترحة لحل مشاكل التسويق للأسماك بعينة البحث ، تلاها مقترح الاهتمام بالجانب التمويلي ودعم الإستثمارات في هذا القطاع المهم من خلال تسهيل قروض ميسرة وبفائدة بسيطة وبخاصة صغار تجار التجزئة الأسماك بالمحافظة للتغلب على نسبة الفاقد من الأسماك وبخاصة أشهر الصيف عن طريق شراء المبردات لحفظ الأسماك مثل نحو ٤١,٩% جدول رقم (١٤) الأهمية النسبية والتكرارات لمقترحات المنتج وتاجر الجملة وتاجر التجزئة للتغلب على المعوقات التسويقية التي تواجههم بمنطقة الدراسة في محافظة دمياط لعام ٢٠١٥

%	التكرار	الحلول والمقترحات
		آراء المنتجين
٤١,٦	٣٢	- ضرورة إنشاء جهاز تسويق تعاوني في مجال الأسماك للحد من إستغلال التجار وإحتكارهم في تسويق الأسماك علاوة على إنشاء مراكز لتجميع الأسماك بمناطق الإنتاج بالمحافظة .
٣٣,٨	٢٦	- ضرورة توفير وسائل النقل المجهزة وتمهيد الطرق لسهولة نقل الاسماك وتقليل نسبة الفاقد أثناء التسويق وبخاصة لبعض الأصناف مثل الدنيس .
٢٤,٦	١٩	- العمل على فتح أسواق جديدة قريبة من مناطق الإنتاج وذلك لإحداث توازن للكميات المعروض من الأسماك واستقرار المبيعات وبخاصة للمنتجين.
١٠٠	٧٧	الإجمالي
		آراء تجار الجملة
٥٢,٢	١٢	- العمل على ضبط ورقابة نفاذ كميات الأسماك واتسيابها وبخاصة من المحافظات المجاورة في أوقات المواسم الإنتاجية والتي تعمل على تخفيض الأسعار للأسماك بأسواق المحافظة
١٧,٤	٤	- العمل على حل جميع المشاكل الإدارية والقانونية وتوفير التمويل المالى عن طريق القروض الميسرة وبخاصة لصغار تجار الجملة للأسماك
٣٠,٤	٧	- ضرورة خضوع تجار الأسماك بالمحافظة لمظلة التأمين الصحى والمعاشات لإستقرار أحوالهم الإجتماعية
١٠٠	٢٣	الإجمالي
		آراء تجار التجزئة
٤١,٩	١٣	- الاهتمام بالجانب التمويلي ودعم الإستثمارات في هذا القطاع المهم من خلال تسهيل قروض ميسرة وبفائدة بسيطة وبخاصة صغار تجار التجزئة الأسماك بالمحافظة للتغلب على نسبة الفاقد من الأسماك وبخاصة أشهر الصيف عن طريق شراء المبردات لحفظ الأسماك.
٥٨,١	١٨	- العمل على الحد من الإستيراد للأصناف السمكية والتي تنافس المنتج المحلي من الأسماك وتخفيض أسعارها وبخاصة في مواسم الإنتاج .
١٠٠	٣١	الإجمالي

ملحوظة: المجموع لايساوى ١٠٠% لاتاحة الفرصة للمزارع لذكر أكثر من مقترح .

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات استمارة الإستبيان الخاصة بالبحث لعام ٢٠١٥

الملخص :

تعد دراسة التسويق والأسعار للسلع الزراعية ذات أهمية كبيرة لما لها من تأثير في اتخاذ القرارات السياسية والإقتصادية ، وتمثل محافظة دمياط الترتيب الخامس في إنتاج الأسماك وخاصة الإستزراع السمكى والترتيب الثانى لإنتاج الأسماك من المصايد البحرية ، وتتمثل مشكلة البحث في أنه بالرغم من أن الأسماك تعتبر مصدر رخيصا للبروتين مقارنة بالمصادر الأخرى الا أن تلاحظ ارتفاع أسعارها نسبيا بالنسبة للمستهلك علاوة على ارتفاع الهوامش التسويقية للوسطاء ذلك لتحكم كبار تجار الجملة بأسواقها علاوة على قابلية الأسماك لسرعة التلف ، ويهدف البحث إلى دراسة تسويق الأسماك بجمهورية مصر العربية ومحافظة دمياط من خلال دراسة توزيع جنيه المستهلك والكفاءة التسويقية للأسماك بدمياط علاوة على التعرف على أهم المشكلات التي تواجه تسويق الأسماك لمحاولة إيجاد حلول لها وتوصل البحث إلى أهم النتائج وهى :

- تبين من دراسة أن أهم المؤشرات الاقتصادية للأسماك بالجمهورية خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) زيادة كلا من الإنتاج والإستهلاك المحلى والفجوة الغذائية السمكية وكمية الصادرات وكمية الواردات ومتوسط نصيب الفرد زيادة سنوية تقدر ٥٧ ألف طن ، ٩٤,٩ ألف طن ، ٧,٨٤ ألف طن ، ١,٣ ألف طن ، ٨,٨ ألف طن ، ٥٧٩,٠ كجم / سنويا ، وإن هذه الزيادة مؤكدة معنويا" من الناحية الإحصائية.

- وبدراسة أهم العوامل المؤثرة على الكميات المستهلكة من الأسماك في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) اتضح أن العلاقة بين عدد السكان ومتوسط الدخل الفردي، متوسط سعر اللحوم، ومتوسط سعر الدواجن، وكمية الواردات، والكمية المستهلكة من الأسماك كانت طردية حيث بلغ معامل المرونة لكل منهم نحو ٢,٨، ٠,٥٩٣، ٠,٥٢٠، ٠,٥٣٦، ٠,٦٥٢، على الترتيب واتفقت الإشارة الموجبة لهم مع المنطق الاقتصادي .
- أوضحت دراسة الاتجاه الزمني العام لأسعار كلا من المنتج وتاجر التجزئة وتاجر الجملة لأصناف الأسماك من البلطي والبورى والقرموط خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤) أنها قد أخذ اتجاهها عام تصاعديا خلال تلك الفترة، وبالنسبة لتوزيع جنيته المستهلك أوضحت الدراسة ارتفاع نصيب المنتج من جنيته المستهلك لأنواع سالفه الذكر، كما أوضحت الدراسة ارتفاع الهوامش التسويقية بين مرحلتى تاجر التجزئة والمنتج لأنواع الأسماك المدروسة .
- تبين من دراسة الأهمية النسبية للتكاليف التسويقية لأهم الأصناف السمكية بعينة البحث بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٥ أن متوسط التكاليف التسويقية على مستوى تاجر الجملة بلغ نحو ٣٤٥، ٣٧٣، ٤٥٧، ٤٧٤ جنيها" /طن لأسماك البلطي، البورى، الدنيس، القاروس على الترتيب، بينما بلغ متوسط التكاليف التسويقية على مستوى تاجر التجزئة لهم نحو ٥٥٩، ٥٨٦، ٥٦٠، ٥٧٩ جنيها" /طن على التوالى بإجمالى تكاليف تسويقية بلغت نحو ٩٠٤، ٩٥٩، ١٠١٧، ١٠٥٣ جنيها" / طن لأنواع الأسماك سالفه الذكر على الترتيب .
- كما إتضح أن توزيع جنيته المستهلك لأهم الأصناف السمكية بعينة البحث بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٥ إحتمل نصيب المنتج المرتبة الأولى يليه نصيب تاجر التجزئة ثم تاجر الجملة لأصناف أسماك البلطي، البورى، الدنيس، القاروس .
- وكذلك اظهرت مؤشرات الكفاءة التسويقية وأرباح الوسطاء بعينة البحث بمحافظة دمياط موسم ٢٠١٥ أن أرباح تاجر الجملة بالنسبة لأصناف أسماك البلطي، البورى، الدنيس، القاروس بلغت نحو ٢٤٤، ٤٤٩، ١٣٢٨، ١٥٤١ جنيها" /طن على الترتيب، فى حين بلغت الكفاءة التسويقية لأنواع سالفه الذكر نحو ٥٨,٢٣ %، ٧٦,٥٧ %، ٨٦,٤٧ %، ٨٤,٧٢ % على الترتيب .
- وبدراسة أهم المشاكل التى تواجه تسويق الأسماك بمحافظة دمياط والتى تمثلت فى عدم وجود تسويق تعاونى علاوة على منافسة الأسماك المستوردة للأسماك المحلية ويوصى البحث بما يلى :
- ١- تشجيع إقامة اتحادات تعاونية تسويقية للأسماك سواء على مستوى الإنتاج أو التسويق.
 - ٢- تفعيل دور الأجهزة الرقابية خاصة جهاز دعم المنافسة ومنع الممارسات الإحتكارية للقيام بدوره فى مراقبة الأسعار ومنع الإحتكار للأسواق علاوة على رفع الكفاءة التسويقية التكنولوجية المتعلقة بوسائل النقل والتعبئة لخفض التكاليف التسويقية وبالتالي رفع الكفاءة التسويقية للأسماك المدروسة .
- المراجع:**
١. أسامة عبد الحميد فكرى (دكتور)، المؤشرات الإقتصادية لإنتاج وتسويق الأسماك فى مصر وآثارها على الإستهلاك، مجلة البحوث والتنمية الزراعية، جامعة المنيا، مجلد ٢٢، ٢٢ مارس ٢٠٠٢ .
 ٢. الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء، النشرة الربع سنوية لأسعار المنتج والجملة والتجزئة للمواد الغذائية، أعداد متفرقة.
 ٣. شهيرة محمد رضا عطية، اقتصاديات إنتاج وتسويق الأسماك فى مصر، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد الزراعى، كلية الزراعة جامعة عين شمس، ٢٠٠٦.
 ٤. محافظة دمياط، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، نشرة وصف محافظة دمياط بالمعلومات، أعداد متفرقة.
 ٥. وزارة الزراعة واستصلاح الأراضى، الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية، الإدارة المركزية لتنمية الثروة السمكية منطقة دمياط، سجلات قسم الإحصاء، أعداد متفرقة.

الملاحق :

جدول رقم (١): أهم المؤشرات الإقتصادية للأسماك في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (١٩٩٥ - ٢٠١٤)

السنوات	الإنتاج المحلي (بالآلف طن)	الصادرات بالآلف طن	الواردات (بالآلف طن)	المتاح من الإنتاج لمحلى (بالآلف طن)	المتاح للاستهلاك (بالآلف طن)	الإكتفاء الذاتى %	متوسط استهلاك الفرد من الإنتاج المحلى كجم / السنه	متوسط استهلاك الفرد من المتاح للاستهلاك كجم / السنه	الفجوة السمكية (بالآلف طن)
١٩٩٥	٤٠٧,١٠	٠,٩٣	١٤١,٧٤	٤٠٦,١٠	٥٤٧,٨٤	٧٤,٣	٦,٩	٩,٣	١٤٠,٧٤
١٩٩٦	٤٣١,٧٠	٠,٥٨	١٤٤,١١	٤٤٦,٤١	٥٧٥,٢٢	٧٥,٧	٧,٥	٩,٩	١٤٣,٥٢
١٩٩٧	٤٥٧,٠٠	٢,٢٣	٢٠٧,٣٦	٤٦٧,١٥	٦٦٢,١٧	٦٩,٦	٧,٨	١١,٢	٢٠٥,١٧
١٩٩٨	٥٥٦,٥٥	٢,١٤	١٧٦,٣٠	٥٥٤,٣٦	٧١٩,٨٦	٧٦,٢	٩,١	١١,٩	١٧٤,١٦
١٩٩٩	٦٦١,٤٠	٠,٦٩	١٩٣,١٦	٦٤٨,٢٥	٨٤١,٥١	٧٧,١	١٠,٤	١٣,٤	١٩٢,٥١
٢٠٠٠	٧٢٤,٤١	٠,٩٦	٢١٣,٦٣	٧٢٣,٤٩	٩٣٧,٠٥	٧٧,٣	١١,٣	١٤,٦	٢١٢,٦٤
٢٠٠١	٧٧١,٥٢	١,٢٢	٢٦١,٤٣	٧٦٨,٩٧	١٠٣١,٧٠	٧٤,٧	١١,٨	١٥,٨	٢٦٠,١٨
٢٠٠٢	٨٠١,٤٧	٢,٥٦	١٥٤,٣٩	٧٩٨,٩١	٩٥٣,٣٠	٨٤,١	١٢,٠	١٤,٣	١٥١,٨٤
٢٠٠٣	٨٧٥,٩٩	٣,١٣	١٦٣,٠١	٨٧٢,٨٦	١٠٣٥,٨٦	٨٤,٦	١٢,٩	١٥,٢	١٥٩,٨٧
٢٠٠٤	٨٦٥,٠٣	١,٩١	٢٢٠,٨٢	٨٦٣,١٢	١٠٨٣,٩٢	٧٩,٨	١٢,٥	١٥,٦	٢١٨,٩٠
٢٠٠٥	٨٨٩,٣٠	٥,١٣	١٨٨,٥٢	٨٨٤,١١	١٠٧٢,٦٨	٨٢,٩	١٢,٧	١٥,٣	١٨٣,٣٨
٢٠٠٦	٩٧٠,٩٢	٤,٠٥	٢٠٧,٥٦	٩٦٦,٨٨	١١٧٤,٤٧	٨٢,٧	١٣,٧	١٦,٦	٢٠٣,٥٥
٢٠٠٧	١٠٠٨,٠١	٤,٤٢	٢٥٨,٩٣	١٠٠٣,٥٩	١٢٦٢,٤٩	٧٩,٨	١٣,١	١٦,٩	٢٥٤,٤٨
٢٠٠٨	١٠٦٧,٦٣	٦,٧٣	١٣٦,٨٠	١٠٦٠,٩٠	١١٩٧,٧٠	٨٩,١	١٥,٩٥	١٥,٩	١٣٠,٠٧
٢٠٠٩	١٠٩٢,٨٩	٧,٥٩	١٣٥,٥٠	١٠٨٥,٣٠	١٢٠٥,٨٣	٩٠,٦	١٥,٨٩	١٥,٩	١٢٧,٩٤
٢٠١٠	١٣٠٤,٧٩	١٠,٦٠	٢٥٦,٨١	١٢٩٤,١٩	١٥٥١,٠٠	٨٤,١	١٦,٢٩	١٩,٧	٢٤٦,٢١
٢٠١١	١٣٦٢,١٧	٩,٤٩	١٨٢,٢٢	١٣٥٢,٦٨	١٥٣٤,٩٠	٨٨,٨	١٦,٨٢	١٩,١	١٧٩,٧٣
٢٠١٢	١٣٧١,٩٨	١٥,٨١	٣٣٥,٠٢	١٣٥٦,١٧	١٦٩١,١٩	٨١,١	١٦,٤٨	٢٠,٦	٣١٩,٢١
٢٠١٣	١٤٥٤,٤٠	٢٠,٤٥	٢٣٥,٨٥	١٤٣٣,٩٥	١٦٦٩,٨٠	٨٧,١	١٦,٩٤	١٩,٧	٢١٥,٤٠
٢٠١٤	١٤٨٢,٠٠	٢٨,٠٠	٥٨٤,٠٠	١٤٥٤	٢٠٣٨,٠٠	٧٢,٧	١٧,١٠	٢٣,٥	٥٥٦,٠٠

• الفجوة = المتاح للاستهلاك - الإنتاج المحلى

المصدر : حسبت من ١- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضى ، الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية ، إحصاءات الإنتاج السمكى ، أعداد متفرقة
٢- الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء ، نشرة التجارة الخارجية ، الكتاب الإحصاء السنوى للأسماك ، أعداد متفرقة

جدول رقم (٢): أهم العوامل الاقتصادية المؤثرة على استهلاك الأسماك في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٤)

متوسط سعر التجزئة (بالجنيه)			متوسط الدخل الفردي (جنيه/السنة)	عدد السكان (بالمليون)	الاستهلاك المحلي (بالآلاف طن)	السنوات
للدواجن	للحوم الحمراء	للأسماك				
٥,٢	١١,٥	١٠	٣٦٨٨	٥٧,٦	٥٤٧,٨٤	١٩٩٥
٥,٢	١٥	٨,٥	٤٠٣٨	٥٨,٨	٥٧٥,٢٢	١٩٩٦
٥,٢	١٥,٥	٨,٥	٤٣٦٥	٦٠,١	٦٦٢,١٧	١٩٩٧
٥,٤	١٥,٥	٨,٤	٤٦١٤	٦١,٣	٧١٩,٨٦	١٩٩٨
٥,٣	١٦,٢	٨,٤	٥٠٨٣	٦٢,٦	٨٤١,٥١	١٩٩٩
٥,٣	١٦,٣	٨,٣	٥٣٢٥	٦٣,٩	٩٣٧,٠٥	٢٠٠٠
٤,٩	١٦,٧	٨,١	٥٥٥٨	٦٥,٢	١٠٣١,٧٠	٢٠٠١
٥,٦	١٧	٨,٤	٥٦٩٨	٦٦,٥	٩٥٣,٣٠	٢٠٠٢
٥,٩	١٨,٩	٨,٥	٥٧٨٧	٦٧,٩	١٠٣٥,٨٦	٢٠٠٣
٩,٧	١٩,٨	١٢,٧	٦٥٨٤,٧	٦٩,٣	١٠٨٣,٩٢	٢٠٠٤
٩,٨	٢٥,٣	١٢,٨	٧١٦٨,٨	٧٠,٧	١٠٧٢,٦٨	٢٠٠٥
١٠,٧	٢٧,٧	١٣,١	٨٠٦٩,٨	٧٢,٢	١١٧٤,٤٧	٢٠٠٦
١١,٣	٣٣	١٣,٦	٩٦٤٦,٤	٧٣,٦	١٢٦٢,٤٩	٢٠٠٧
١٤,٤	٣٥,٨	١٦,٤	١١٣٧٥	٧٥,٢	١١٩٧,٧٠	٢٠٠٨
١٤,٦	٣٩,٧	١٥,٧	١٢٩٢٣	٧٦,٩	١٢٢٠,٨٣	٢٠٠٩
١٧,٣	٥١,٦	١٧,٣	١٤٦٢٣	٧٨,٧	١٥٥١,٠٠	٢٠١٠
١٨,٥	٨٥,٣	١٨,٨	١٦٢٦٦	٨٠,٥	١٥٣٨,٩٠	٢٠١١
٢١,٤	٦٢,٢	٢١,٥	١٧٨٧١,٥	٨٢,٥	١٦٩١,١٩	٢٠١٢
٢٤,٩	٦٧,٧	٢١,٧	١٩٨٢٦,٩	٨٤,٦	١٦٦٩,٨٠	٢٠١٣
٢٦,٠	٧٩,٨	٢٣,٨	٢٢٠١١,٧	٨٦,٨	٢٠٣٨,٠٠	٢٠١٤

المصدر : جمعت وحسبت من ١- وزارة الزراعة واستصلاح الأراضي ، الهيئة العامة لتنمية الثروة السمكية ، إحصاءات الإنتاج السمكي ، أعداد متفرقة

٢- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، نشرة التجارة الخارجية ، الكتاب الإحصاء السنوي للأسماك ، أعداد متفرقة

An Economics Of Fish Marketing In Arab Republic Of Egypt (Studying Status In Damietta Governorate)

D/ Samir Anwar Metwally

D/ Yasser Tawfik Ahmed Hamza

Senior Researcher

Researcher

Agricultural Economics Research - Institute for Agricultural Research Cente

Summary

Studying marketing and the prices of agricultural good has a great importance so Damietta becomes in the fifth rank in producing fish and the second in the sea production .

The main problem of this research is the high price for the consumer and the great merchants have great control of the market and fish become rotten quickly .this research aims to studying fish marketing in Egypt and Damietta through studying the distribution of consumer 's pound and marketing efficiency for fish in Damietta more over knowing the most important problem that faces marketing fish trying to find solution for it .

It is clear that marketing percentage cost for the most important fish in Damietta 2015 indicates that marketing for fish costs about 345/ 373/457/747 pound for bolti ,bori, dinees, karous .this for the total merchant but for the partial merchant about 559/586/560/579 foratone totaly the marketing becomes 1053 / 1017/ 959 / 904 .

It is clear that consumer pound distribution for the most important fish kind become the first and the partial merchant then total merchant for the previous fishkind .

The research shows that partial merchant is profit becomes 1541/ 1328 /449 /244 pound atone for bolti /bori /dinees / karous .

The research recommends :

1- working to encourage establishing cooperative unions for fish marketing on the production and marketing scale.

2- stopping monopoly and watching prices more over rising the technological marketing efficiency that is relating with means of transport to reduce the marketing costs then rising the marketing efficiency for the fish that are studied before .